

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

ANELIZE GIROLDO MORENO

**INFORMAÇÕES EMBARALHADAS: ANÁLISE DA AGÊNCIA DE CHECAGEM
AOS FATOS E DO JORNAL GAZETA DO POVO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS
DE 2018 E 2022**

**PONTA GROSSA
2024**

ANELIZE GIROLDO MORENO

**INFORMAÇÕES EMBARALHADAS: ANÁLISE DA AGÊNCIA DE CHECAGEM
AOS FATOS E DO JORNAL GAZETA DO POVO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS
DE 2018 E 2022**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa como parte dos requisitos exigidos para a obtenção título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini

PONTA GROSSA

2024

M843 Moreno, Anelize Giroldo
Informações embaralhadas: análise da agência de checagem Aos Fatos e do jornal Gazeta do Povo nas eleições brasileiras de 2018 e 2022 / Anelize Giroldo Moreno. Ponta Grossa, 2024.
177 f.

Dissertação (Mestrado em Jornalismo - Área de Concentração: Processos Jornalísticos), Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini.

1. Jornalismo. 2. Desinformação. 3. Processos jornalísticos. 4. Aos Fatos. 5. Gazeta do Povo. I. Gadini, Sérgio Luiz. II. Universidade Estadual de Ponta Grossa. Processos Jornalísticos. III.T.

CDD: 079.81

ANELIZE GIROLDO MORENO

**“INFORMAÇÕES EMBARALHADAS: ANÁLISE DA AGÊNCIA DE
CHECAGEM AOS FATOS E DO JORNAL GAZETA DO POVO NAS ELEIÇÕES
BRASILEIRAS DE 2018 E 2022”**

Dissertação entregue como requisito final para obtenção do grau de Mestre no Curso de
Pós- Graduação em Jornalismo de Ponta Grossa, Setor de Ciências Sociais Aplicadas
da Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela seguinte banca examinadora:

Ponta Grossa, 09 de agosto de 2024.

Documento assinado digitalmente
 **SERGIO LUIZ GADINI**
Data: 09/08/2024 19:51:06-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Luiz Gadini
Doutor em Ciências da Comunicação
(Unisinos) Universidade Estadual de Ponta
Grossa (UEPG)

Documento assinado digitalmente
 **FELIPE SIMÃO PONTES**
Data: 12/08/2024 10:38:57-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Felipe Simão Pontes
Doutor em Sociologia Política (UFSC)
Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG)

Documento assinado digitalmente
 **JULIANO MAURICIO DE CARVALHO**
Data: 09/08/2024 11:36:14-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Juliano Mauricio de Carvalho
Doutor em Comunicação Social (UMESP)
Universidade Estadual Paulista (UNESP)

PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO SETOR DE CIÊNCIAS
SOCIAIS APLICADAS PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

**Declaração de Compromisso Ético com a Originalidade Científico-
Intellectual**

Eu, **Anelize Giroldo Moreno**, responsabilizo-me pela redação do trabalho intitulado “**Informações embaralhadas: análise da agência de checagem Aos Fatos e do jornal Gazeta do Povo nas eleições brasileiras de 2018 e 2022**”, atestando que todos os trechos que tenham sido transcritos de outros documentos (publicados ou não) e que não sejam de minha exclusiva autoria estão citados entre aspas, com a devida indicação da fonte (autor e data) e a página de que foram extraídos (se transcritos literalmente), ou somente indicados autor e data (se utilizada a ideia do autor citado), conforme normas e padrões da ABNT vigentes. Declaro, ainda, ter pleno conhecimento de que posso ser responsabilizada legalmente caso infrinja tais disposições.

Ponta Grossa, 09 de agosto de 2024.

Documento assinado digitalmente
 **ANELIZE GIROLDO MORENO**
Data: 09/08/2024 11:34:39-0300
Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Anelize Giroldo Moreno
R.A 240400102000

Dedico à memória do meu pai, Francisco.

AGRADECIMENTOS

Em 2022, quando me mudei para Ponta Grossa para iniciar o mestrado, não imaginava que seria muito mais que um novo endereço. Junto com a adaptação à nova cidade e rotina de estudos, tive que reaprender a viver sozinha: perdi meu namorado, Rodrigo, devido a um câncer, seis meses após o início do curso. A realidade não foi nada fácil e este período se tornou um dos mais difíceis que já tive que passar.

Rodrigo foi a pessoa que me impulsionou a concorrer ao mestrado, comemorou comigo quando fui selecionada e era meu suporte emocional. Ele me incentivava e acreditava no meu potencial, mesmo nos momentos em que eu duvidava. A influência dele nessa jornada não tem como ser dimensionada, por isso só posso agradecer.

Agradeço também à minha irmã Anete, também meu suporte. Foi ela que me deu colo nos dias mais difíceis - não apenas durante o mestrado, mas em todos os momentos da minha vida. Seu amor, paciência e apoio foram essenciais para que eu continuasse em frente, mesmo quando parecia que as coisas não estavam indo bem.

Também guardo um profundo agradecimento ao meu pai, que, embora não esteja mais presente, foi quem me deixou um legado de força e coragem para ser quem eu sou. Senti uma forte sensação de voltar às raízes ao percorrer o caminho oposto ao que ele fez, quando saí de Mato Grosso para vir para o Paraná.

Na passagem por Ponta Grossa, fiz algumas amizades. Annelise, minha xará, passou de instrutora de ioga para ser uma amiga. Também tive a oportunidade de conhecer a Ligi, que sempre me jogou pra cima com seu alto astral. Outra companheira nesse período foi a Nane, minha best, como nos chamamos. Essas três mulheres foram fundamentais, minha rede de apoio.

No mestrado, conheci Carina. Colega de turma e com quem dividi o apartamento por vários meses, assim como várias histórias. Tolerou minha falta de organização e me fez companhia quando eu ainda estava reaprendendo a estar sozinha. Pessoa por quem tenho grande carinho e me orgulho em dizer que estudamos juntas.

Sou grata também ao Vini, um amigo querido que me apresentou a tanta gente bacana e alguns lugares duvidosos. Só não me apresentou ao Phono Pub, que, por ficar ao lado da universidade, aprendi a frequentar sozinha. Naquele balcão também conheci pessoas e tive momentos de interação, descontração e leveza.

Quero agradecer ainda aos professores do mestrado, em especial ao meu orientador, professor Gadini. Foi fundamental a paciência e apoio ao longo de todo o processo de pesquisa

e escrita da dissertação. Sua condução e incentivo foram decisivos na conclusão deste trabalho.

Para além das pessoas que contribuíram para a realização desta dissertação, agradeço ainda à instituição Assembleia Legislativa de Mato Grosso, à qual estou vinculada profissionalmente e que me concedeu o tempo necessário para a realização das disciplinas do curso, bem como para a produção deste trabalho.

Daquilo que dissemos, o que é agora falso:
Tudo ou alguma coisa?
(Bertolt Brecht, Aos que hesita)

RESUMO

O presente trabalho, apresentado ao Programa de Mestrado em Jornalismo, na área de concentração Processos Jornalísticos, linha de pesquisa Processos Jornalísticos e Práticas Sociais, analisa as notícias falsas checadas pelo portal *Aos Fatos* e as notícias do jornal *Gazeta do Povo* em dois cenários distintos: as eleições de 2018 e 2022, para observar as influências do ambiente desinformativo. Em *Aos Fatos*, observa-se mudanças nas estratégias de checagens, temas que mais circularam e principais plataformas em que os conteúdos circularam. Na *Gazeta do Povo*, uma análise jornalística, especialmente a partir da observação das fontes das notícias, permitiu identificar algumas estratégias editoriais utilizadas pelo jornal. A escolha de *Aos Fatos* se deu pela constatação de que se trata de uma das agências de checagem com atuação no país e também pela facilidade no acesso ao arquivo de conteúdos verificados e da *Gazeta do Povo* em função das convicções editoriais politicamente à direita, assumidas pela direção do grupo empresarial de mídia, bem como por suspeitas de envolvimento do jornal com a propagação de desinformação. A pesquisa mobiliza conceitos do campo jornalístico para compreender o contexto político do surgimento das notícias falsas e da desinformação, bem como o impacto deste novo ecossistema nas democracias, com destaque para os impactos no Brasil. Entre os resultados, identificou-se um aumento na checagem de notícias falsas ao considerar as amostras de 2018 para 2022. Também que a principal rede de propagação dos conteúdos foi o *Facebook*. O estudo classifica os temas, sendo que o mais frequente em 2018 foi a contraposição de adversários do candidato a presidente Jair Bolsonaro (PSL) à igreja; e em 2022 foram conteúdos que questionam a credibilidade do sistema eleitoral e das pesquisas de intenção de votos. Na *Gazeta do Povo*, identifica-se como recursos editoriais a menção de fontes abertas e também o uso de informações disponíveis em redes sociais. Em contrapartida, observa-se uma baixa utilização de fontes humanas efetivamente ouvidas no processo de apuração jornalística. Também há o recurso de mencionar, com frequência, outros veículos de informação como fontes. Recurso este que também foi aplicado nas peças falsas verificadas por *Aos Fatos*. Outro ponto em comum com as notícias falsas é a reprodução de narrativas sobre possíveis fragilidades nas pesquisas e no sistema eleitoral. Trata-se de uma pesquisa que avalia estratégias que envolvem e marcam os processos de desinformação nas sociedades contemporâneas.

Palavras-chave: Jornalismo; *fake news*; desinformação; processos jornalísticos; *Aos Fatos*; *Gazeta do Povo*.

ABSTRACT

This work, presented to the Master's Program in Journalism, in the area of concentration Journalistic Processes, line of research Journalistic Processes and Social Practices, analyzes fake news checked by the Aos Fatos portal and news from the newspaper Gazeta do Povo in two different scenarios: the 2018 and 2022 elections, to observe the influences of the disinformation environment. In Aos Fatos, changes are observed in checking strategies, topics that circulated the most and main platforms where the content circulated. At Gazeta do Povo, a journalistic analysis, especially from the observation of news sources, allowed us to identify some editorial strategies used by the newspaper. Aos Fatos was chosen due to the fact that it is one of the checking agencies operating in the country and also due to the ease of access to the archive of verified content and Gazeta do Povo due to the politically right-wing editorial convictions assumed by management of the media business group, as well as suspicions of the newspaper's involvement in the spread of misinformation. The research mobilizes concepts from the journalistic field to understand the political context of the emergence of fake news and disinformation, as well as the impact of this new ecosystem on democracies, with emphasis on the impacts in Brazil. Among the results, an increase in the checking of fake news was identified when considering samples from 2018 to 2022. Also, the main network for propagating content was Facebook. The study classifies the themes, with the most frequent in 2018 being the opposition of opponents of presidential candidate Jair Bolsonaro (PSL) to the church; and in 2022 there was content that questioned the credibility of the electoral system and voting intention surveys. In Gazeta do Povo, the mention of open sources and the use of information available on social networks are identified as editorial resources. On the other hand, there is a low use of human sources actually heard in the journalistic investigation process. There is also the option of frequently mentioning other information vehicles as sources. This resource was also applied to the fake pieces verified by Aos Fatos. Another point in common with fake news is the reproduction of narratives about possible weaknesses in research and the electoral system. This is research that evaluates strategies that involve and mark the processes of disinformation in contemporary societies.

Keywords: Journalism; fake news; disinformation; journalistic processes; Aos Fatos; Gazeta do Povo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diagrama da desordem informacional.....	36
Figura 2 – Ecossistema da Desinformação e o nível de danos.....	37
Figura 3 – Linha do tempo com marcos históricos.....	84
Figura 4 – Categorização das fontes jornalísticas.....	93

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Como as publicações foram creditadas em 2018.....	86
Gráfico 2 – Como as publicações foram creditadas em 2022.....	87
Gráfico 3 – Como as fotografias foram creditadas em 2018.....	88
Gráfico 4 – Como as fotografias foram creditadas em 2022.....	89
Gráfico 5 – Pluralidade de fontes em 2018.....	98
Gráfico 6 – Pluralidade de fontes em 2022.....	99

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Dados da Digital News Report 2022.....	56
Quadro 2 – Índices de Estado Global da Democracia (2021)	58
Quadro 3 – Relação de trabalhos sobre desinformação.....	62-63
Quadro 4 – Quantidade de publicações verificadas em 2018.....	75
Quadro 5 – Quantidade de publicações verificadas em 2022.....	75
Quadro 6 – Agrupamento das publicações falsas por tema em 2018.....	77
Quadro 7 – Agrupamento das publicações falsas por tema em 2022.....	78
Quadro 8 – As fontes mencionadas nas publicações de 2018.....	96
Quadro 9 – As fontes mencionadas nas publicações de 2022.....	97
Quadro 10 – Mais comentadas entre 30 de setembro e 6 de outubro de 2018.....	100
Quadro 11 – Mais comentadas entre 25 de setembro e 1 de outubro de 2022.....	100

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRAJI - Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo

ANJ - Associação Nacional de Jornais

IDEA - Instituto Internacional para a Democracia e Assistência Eleitoral

IFCN - International Fact-Checking Network

TRE - Tribunal Regional Eleitoral

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

RSF - Repórteres sem Fronteiras

SBPJOR - Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

STF - Supremo Tribunal Federal

UEPG - Universidade Estadual de Ponta Grossa

UNESCO - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	16
1 AS ETAPAS DO TRABALHO.....	19
1.1 ANÁLISE JORNALÍSTICA.....	22
1.2 CRITÉRIOS PARA COLETA.....	23
1.3 MÉTODO DE ANÁLISE DAS FONTES.....	24
2 MOVIMENTO RUMO À DIREITA	26
2.1 O FASCISMO EM DIFERENTES MOMENTOS.....	28
2.2 INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA.....	31
2.3 <i>FAKE NEWS</i> E DESINFORMAÇÃO.....	34
2.4 CHECAGEM: A REAÇÃO DO JORNALISMO.....	41
3 CRISE DE CONFIANÇA NA IMPRENSA E DESINFORMAÇÃO.....	43
3.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO.....	43
3.2 RELAÇÕES ENTRE JORNALISMO E DEMOCRACIA.....	46
3.3 NEOLIBERALISMO, INDIVIDUALISMO E CRISE DE REPRESENTAÇÃO.....	50
3.4 IMPACTO DA DESINFORMAÇÃO NO BRASIL.....	59
3.5 CONTEÚDOS FALSOS E PENSAMENTO HEGEMÔNICO.....	60
3.6 DISCUSSÕES SOBRE DESINFORMAÇÃO.....	61
4 CENÁRIO POLÍTICO DO BRASIL E ANÁLISE DE AOS FATOS.....	70
4.1 QUEM FORAM OS CANDIDATOS A PRESIDENTE.....	73
4.2 CONTEÚDOS CHECADOS POR AOS FATOS.....	74
4.3 EVOLUÇÃO DA SISTEMÁTICA DE CHECAGEM EM AOS FATOS.....	79
4.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS CHECAGENS DE 2018 E 2022.....	80
5 A GAZETA DO POVO E A ANÁLISE DAS FONTES.....	82
5.1 MIGRAÇÃO PARA O DIGITAL E NACIONALIZAÇÃO.....	84
5.2 COMO AS NOTÍCIAS FORAM CREDITADAS.....	86
5.2.1 Semelhanças e divergências quanto aos créditos.....	87
5.3 CRÉDITOS DAS IMAGENS.....	88
5.3.1 Semelhanças e divergências quanto ao crédito das imagens.....	89

5.4 SOBRE AS FONTES JORNALÍSTICAS.....	90
5.4.1 As fontes sob sigilo.....	93
5.5 OBSERVAÇÃO DAS FONTES DAS NOTÍCIAS.....	94
5.5.1 Apresentação das fontes: falta pluralidade.....	98
5.6 NOTÍCIAS MAIS COMENTADAS PELOS LEITORES.....	100
5.6.1 Análise das cinco notícias mais comentadas em 2018.....	101
5.6.2 Considerações sobre os textos de 2018.....	109
5.6.3 Análise das cinco notícias mais comentadas em 2022.....	110
5.6.4 Considerações sobre os textos de 2022.....	117
5.7 RELAÇÕES POSSÍVEIS ENTRE A COBERTURA DE <i>AOS FATOS E GAZETA DO POVO</i>	118
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	121
REFERÊNCIAS.....	126
APÊNDICE A - CLASSIFICAÇÃO DAS CHECAGENS POR TEMAS EM 2018.....	136
APÊNDICE B - CLASSIFICAÇÃO DAS CHECAGENS POR TEMAS EM 2022.....	137
APÊNDICE C - QUADRO DATA/TÍTULO/AUTOR/COMENTÁRIOS/FOTO/LINK 2018.....	139
APÊNDICE D - QUADRO DATA/TÍTULO/AUTOR/COMENTÁRIOS/FOTO/LINK 2022.....	155
APÊNDICE E - QUADRO DE LEVANTAMENTO DAS FONTES 2018.....	160
APÊNDICE F - QUADRO DE LEVANTAMENTO DAS FONTES 2022.....	172

INTRODUÇÃO

O avanço tecnológico e a popularização das redes sociais digitais, que são marcas da sociedade contemporânea, mudaram a forma de consumo e compartilhamento de informações. Junto com essas transformações emergiu o fenômeno da desinformação. Ao estudar essas mensagens, Wardle (2020) percebeu a presença de conteúdos falsificados ou com a intenção de prejudicar, que formam o ecossistema da desinformação.

Trata-se de mensagens com capacidade de provocar diferentes graus de danos, podendo ser mais baixo ou mais alto - neste último caso, cabe o exemplo das *fake news*, que são conteúdos fabricados com a intenção de enganar.

A partir deste cenário, a presente pesquisa buscou identificar as características dos conteúdos falsos checados pela plataforma *Aos Fatos*, bem como das notícias publicadas pelo jornal *Gazeta do Povo*, tendo em conta o ecossistema desinformativo, na semana que antecedeu as eleições, tanto em 2018 como em 2022.

O ponto de partida deste trabalho foi o interesse de investigar sobre as narrativas das *fake news* e sobre a checagem de conteúdos - ambos reflexos da desinformação. Mas a proposta originalmente apresentada ao programa passou por transformações ao longo do processo, principalmente com a realização das disciplinas do primeiro ano do curso e as discussões ao longo das reuniões de orientação.

Em um primeiro momento, a intenção era observar somente as agências de checagem. *Aos Fatos* é uma das principais plataformas de checagem de conteúdos do país e possui um arquivo acessível, que disponibiliza os conteúdos verificados desde 2015. Com o amadurecimento do trabalho, surgiu a ideia de observar, também, um produto jornalístico.

A *Gazeta do Povo* é um dos mais antigos e importantes jornais do Paraná, que nos últimos anos migrou do impresso para o digital, deixando de ter circulação regional e passando a ser nacional. Além disso, o jornal já foi associado à desinformação e possui uma linha editorial com valores que podem ser identificados como conservadores nos costumes e liberal do ponto de vista econômico.

A análise de dois diferentes conteúdos, ou seja, conteúdos classificados como falsos pela plataforma *Aos Fatos* e notícias publicadas pela *Gazeta do Povo* foi a maneira de compreender possíveis relações entre as peças classificadas como *fake news* e a produção jornalística. Desta forma, compreender a produção do jornal diante do cenário contemporâneo da desinformação.

A observação de *Aos Fatos* permitiu identificar não apenas a presença e a circulação de *fake news*, mas o aumento na quantidade de peças checadas de 2018 para 2022. Possibilitou ainda verificar algumas transformações que ocorreram, assim como classificar os temas dos conteúdos propagados e que foram verificados às vésperas do período eleitoral.

A análise da *Gazeta do Povo* foi importante para conhecer algumas práticas editoriais do jornal durante a cobertura eleitoral. Neste esforço, foi utilizada a análise jornalística, a partir de critérios editoriais habitualmente utilizados, com ênfase nas fontes jornalísticas. Realizou-se a classificação das fontes entre mencionadas e utilizadas, a partir de Alsina (2009), como forma de identificar a pluralidade de vozes e perspectivas nas notícias.

A coleta dos dados levou em consideração o mesmo período para os dois objetos: as eleições presidenciais de 2018 e de 2022 - em função da importância do mecanismo de participação popular, por meio do voto, para as democracias, em especial a brasileira.

Diante da influência do ecossistema da desinformação, de modo geral, o objetivo da presente pesquisa é compreender quais são as características dos conteúdos falsos verificados pela plataforma *Aos Fatos* e das notícias do jornal *Gazeta do Povo*. De forma complementar, busca-se classificar os principais temas dos conteúdos falsos checados por *Aos Fatos* em 2018 e 2022; construir uma descrição da cobertura jornalística realizada pela *Gazeta do Povo*; e identificar possíveis sintonias entre os dois tipos de conteúdos.

A importância está no fato de não se limitar apenas às peças de *fake news* e voltar a atenção para como o trabalho jornalístico está sendo realizado em um ambiente de desinformação, para avaliar possíveis reflexos desse ecossistema no processo de produção da notícia.

Esta dissertação apresenta os resultados do percurso teórico-metodológico em cinco capítulos. O primeiro, busca descrever o percurso e as escolhas metodológicas que foram realizadas. Parte-se da opção por observar dois períodos eleitorais, a partir de perspectivas diferentes: uma das *fake news* e outra das notícias de um jornal, passa pela análise jornalística, critérios de coleta dos dados e método para a análise das fontes.

O segundo capítulo resgata características do movimento fascista, como conservadorismo, nacionalismo e autoritarismo, para traçar relações com a extrema-direita no tempo presente. Uma das formas com que o fascismo se manifesta, de acordo com Lage (1998) e Levinson (2016), é por meio da propaganda. Outra característica apresentada por Lage (1998) é a de relativização da verdade. Esta mesma perspectiva sobre a verdade também é apresentada por Da Empoli (2020), ao se referir sobre o contexto da desinformação.

Ainda no segundo capítulo, são discutidos os conceitos de *fake news*, que conforme Dourado (2021) são produzidas com a intenção de enganar. A utilização do termo *fake news*, no entanto, é insuficiente para descrever a variedade de conteúdos desinformativos. Assim, Wardle (2020) desenvolveu a ideia de que existe um sistema mais amplo, o ecossistema da desordem informacional.

O terceiro capítulo trata sobre a crise de confiança na imprensa, para refletir sobre a qualidade da democracia e as possíveis relações com a desinformação. Assim, chega-se ao impacto da desinformação no Brasil, que resultou nos ataques às sedes de instituições democráticas em 8 de janeiro de 2023. Há ainda uma revisão das principais características do jornalismo segundo Groth (2011), para introduzir uma seção que aborda as relações entre jornalismo e democracia e outra com publicações que discutem sobre desinformação.

O quarto capítulo apresenta, primeiro, um histórico do cenário político brasileiro, bem como quem foram os candidatos nas eleições de 2018 e 2022, para depois ingressar nos conteúdos checados por *Aos Fatos*. O capítulo traz ainda uma apresentação sobre a evolução na forma de checagem, bem como as principais considerações sobre os conteúdos verificados.

Já o quinto capítulo começa resgatando a história da *Gazeta do Povo* e conta sobre o processo de nacionalização do jornal e migração para o meio digital. Depois, tem início a análise jornalística do jornal, a partir da forma como as notícias foram creditadas, assim como as fotografias. Há também uma parte conceitual sobre as fontes jornalísticas, que antecede a análise sobre as fontes mencionadas e as fontes utilizadas nas publicações da *Gazeta do Povo*.

É neste espaço que ocorre a caracterização da cobertura eleitoral do jornal, com a consequente identificação da baixa pluralidade de vozes e perspectivas. Ocorre ainda a análise descritiva das cinco notícias mais comentadas pelos leitores do jornal e, por último, traçam-se relações possíveis entre as checagens de *Aos Fatos* e as notícias da *Gazeta do Povo*.

Como considerações finais, o trabalho apresenta as observações do ponto de vista teórico, bem como faz uma síntese sobre as checagens de *Aos Fatos*, bem como sobre a cobertura da *Gazeta do Povo*.

1 AS ETAPAS DO TRABALHO

Diante da complexidade da desinformação na sociedade contemporânea, este trabalho faz uma análise processual. Para isto, observa-se dois momentos da democracia institucional - as eleições de 2018 e as eleições de 2022 - a partir de duas perspectivas distintas: os conteúdos falsos verificados pela plataforma de checagem *Aos Fatos* e as notícias publicadas no portal do jornal *Gazeta do Povo*. Uma terceira etapa é buscar a sintonia entre ambas as informações para identificar um cenário.

Ao delimitar o período eleitoral para observação, considera-se a pertinência deste momento, bem como os efeitos que tem para o processo democrático brasileiro. Não se trata de cair no reducionismo de associar democracia apenas ao período eleitoral, mas de considerar que se trata de um importante mecanismo de participação social nas democracias capitalistas.

A delimitação do período se deve ainda à possibilidade de interferência dos processos comunicacionais - o que pode acontecer tanto por meio de notícias como pela presença de conteúdos falsos - na esfera pública. Segundo Marcondes Filho (2019), a interferência dos veículos de comunicação pode ser observada especialmente nestes momentos.

É o caso, a nosso ver, do sitiamento do espaço informativo realizado pelos grandes meios de comunicação, analógicos ou digitais, em períodos de crise e a determinação desses mesmos meios em intervir radical e oportunamente no espaço público - especialmente nas vésperas de votações significativas - diante de ameaças que comprometam certos projetos particularistas, políticos ou econômicos (Marcondes Filho, 2019, p. 25).

Em uma primeira etapa, a intenção foi identificar os conteúdos falsos que circularam e foram verificados pela plataforma de checagem *Aos Fatos*. Esta primeira etapa permitiu quantificar o volume de *fake news* checadas, os meios mais utilizados para circulação dos conteúdos, bem como os temas que mais foram objeto de verificação no período eleitoral - mesmo que este recorte represente uma amostra do que circulou e do que foi checado.

Dourado (2020), ao estudar o tema, apontou a grande quantidade de meios e formatos de propagação de *fake news*, o que torna difícil o monitoramento sistemático. Por esta razão, um dos parâmetros de pesquisa adotado na primeira fase do trabalho foram os conteúdos considerados falsos a partir de uma perspectiva jornalística, ou seja, que foram verificados e classificados como sendo falsos por uma plataforma de *fact-checking*.

Fake news podem ter formatos tão diversos, abordar temas tão inesperados, circular por redes digitais tão difusas e percorrer tão facilmente plataformas distintas que se

torna difícil estruturar um modelo de monitoramento e um padrão metodológico (Dourado, 2021, p. 61).

As iniciativas de verificação *Aos Fatos*, Estadão Verifica, Agência Lupa e Uol Confere seguem o código de princípios da *Internacional Fact-checking Network* (IFNC). A plataforma *Aos Fatos* foi escolhida devido ao sistema de arquivamento e busca das peças checadas, o que permite consultar todos os conteúdos verificados desde 2015, quando a plataforma começou o trabalho. Essa busca permitiu encontrar as mensagens que circularam nas redes e que foram objeto de checagem de conteúdos, sendo classificadas como falsas.

Os conteúdos que receberam o selo de falso nas eleições de 2018 e de 2022 por *Aos Fatos* formam um universo de 42 publicações. Verificou-se, nesta amostra, publicações que tentaram simular o uso de veículos de comunicação como fontes, as categorias temáticas destas publicações e em quais redes sociais foram identificadas. Em 2018, foi possível classificar os assuntos de conteúdos falsos em cinco diferentes temas. Em 2022, foram sete as temáticas encontradas. Algumas delas se repetem nos dois períodos.

A segunda etapa do trabalho foi analisar as notícias publicadas pelo jornal paranaense *Gazeta do Povo*, também no período que antecedeu as eleições. O jornal foi fundado em fevereiro de 1919, tem sede em Curitiba, e é um dos principais do Paraná. Durante a maior parte da história, teve o formato impresso e diário. O que mudou a partir de 2017, quando a versão impressa deixou de ser diária e passou a ser semanal, sendo depois totalmente extinta. Hoje, trata-se de um jornal exclusivamente digital e que deixou de ter apenas o caráter estadual, assumindo circulação nacional.

Realizou-se uma análise, a partir de critérios jornalísticos, da cobertura das eleições de 2018 e de 2022 realizada pela *Gazeta do Povo*. O objetivo foi identificar sintonias entre os conteúdos, para verificar se o veículo publicou - como notícia - conteúdos que coincidem com peças desinformativas, considerando-se os mesmos períodos.

Conforme discussão que será realizada no próximo capítulo deste trabalho, as *fake news* e a desinformação na internet emergem em paralelo à expansão da extrema-direita em todo o mundo, assim como no Brasil. Neste contexto, da mesma forma que no paralelo traçado mais adiante com o fascismo, a propaganda passa a ter caráter determinante.

A linha editorial da *Gazeta do Povo*, conforme pode ser constatado por meio de relação que contempla 28 “convicções”, assim como por meio da seleção de temas presentes no campo “nossa visão” está declaradamente alinhada com as ideias da direita (Gazeta do Povo, 2019a). O veículo se posicionou editorialmente em defesa de valores conservadores e liberais, que

coincidem, com os do grupo de extrema-direita que teve como candidato Jair Bolsonaro (PSL e PL, respectivamente) em 2018 e em 2022.

Outro elemento que vale situar é que a *Gazeta do Povo* foi inserida como propagadora de *fake news* em informe técnico durante os trabalhos da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das *Fake News*, criada para investigar a existência de uma rede de produção e propagação de notícias falsas. A CPMI, composta tanto por deputados federais como por senadores, foi instalada em 2019 e encerrada em 2022, com a apresentação do relatório final.

Para contextualização, a metodologia utilizada pela CPMI incluiu uma análise dos conteúdos classificados como falsos pelos principais checadores de notícias, como Agência Lupa, Estadão Verifica, Comprova, entre outros, considerando a recorrência de matérias falsas ou teorias da conspiração (CPMI das *Fake News*, 2020).

A informação também constou em notícia publicada à época pela própria *Gazeta do Povo*. A menção do jornal foi contestada. Em ofício direcionado à CPMI, a diretora vice-presidente da *Gazeta do Povo*, Ana Amélia Cunha Pereira Filizola, pediu a exclusão do nome do jornal da relação de propagadores de notícias falsas (CPMI das *Fake News*, 2020).

Em resposta, o Senado informou que os critérios que levaram à citação foram dois: 1) a página ter publicado, no prazo analisado pela comissão, três ou mais matérias classificadas como desinformativas pelos principais checadores de notícias do país; 2) contrariar consensos científicos, difundir teorias da conspiração ou apresentar conteúdos potencialmente danosos à saúde pública (Gazeta do Povo, 2019b).

Por meio de Manifestação da Consultoria da Câmara dos Deputados (Senado Federal, 2020), o informe técnico anterior foi revisado e houve retratação informando que a inclusão do jornal *Gazeta do Povo* na categoria “canais com comportamento desinformativo” foi equivocada.

A revisão que foi feita identificou duas situações: uma das matérias não foi publicada diretamente no site do jornal, mas em blog hospedado pelo jornal; já a outra matéria foi adicionada à base de dados depois da data limite utilizada pela CPMI das *Fake News* (Senado Federal, 2020). Com essas constatações, a Consultoria decidiu em 4 de junho de 2020 retirar a *Gazeta do Povo* da lista de propagadores de *fake news*.

Em uma contextualização mais ampla, em 2022, a Folha de S. Paulo publicou uma análise da conexão entre outro veículo de comunicação, a rádio Jovem Pan, com o movimento bolsonarista (Soprana; Passos; Wiziack, 2022), focando na linguagem e narrativas específicas adotadas pela emissora, que ecoam diretamente o vocabulário e as posturas da extrema-direita brasileira.

O conteúdo mostra como a Jovem Pan não apenas reflete, mas também amplifica o discurso bolsonarista, utilizando uma terminologia que desqualifica adversários políticos e instituições democráticas, ao mesmo tempo em que enaltece os seguidores do ex-presidente.

Expressões como "ex-presidiário" para referir-se a Lula, "Judiciário ativista" e "ativismo de toga" para criticar o Supremo Tribunal Federal, além de rótulos como "imprensa velha" para a mídia tradicional, são estratégias linguísticas que reforçam a polarização política e social. Vejamos:

A escolha dos termos dos comentaristas vem do dialeto bolsonarista. Lula é chamado de ex-presidiário, a ameaça democrática vem do "Judiciário ativista" ou do "ativismo de toga" —não das ofensivas do presidente contra as urnas—, a mídia tradicional é a "imprensa velha" e os apoiadores do presidente nas ruas são "jovens de bem", "mulheres honestas" e "patriotas em defesa da liberdade" (Soprana; Passos; Wiziack, 2022).

Três comentaristas da rádio Jovem Pan, Rodrigo Constantino, Guilherme Fiúza e Paulo Figueiredo Filho - sendo que os dois primeiros também atuaram na Gazeta do Povo - enfrentaram consequências legais devido à propagação de informações inverídicas sobre temas como a pandemia de Covid-19 e a integridade do sistema eleitoral brasileiro (Prado, 2024).

Em um passo decisivo, eles foram excluídos das principais plataformas digitais - YouTube, Facebook e X (Twitter, como ainda é popularmente chamado e será utilizado neste trabalho) - por ordem judicial - para evitar a disseminação de notícias falsas. Embora eles integrem o quadro de comentaristas e os conteúdos opinativos não sejam objeto deste trabalho, isso mostra como a empresa incluiu em sua equipe profissionais envolvidos em desinformação.

1.1 ANÁLISE JORNALÍSTICA

O processo metodológico também foi inspirado no que propõe Gadini (2009), quando realizou uma análise dos cadernos culturais dos principais jornais impressos brasileiros. O estudo considerou como referência fundamental os critérios de produção editorial habitualmente utilizados no jornalismo.

A partir disso, no presente trabalho, o recurso metodológico utilizado foi a análise das publicações da *Gazeta do Povo* a partir de critérios jornalísticos. Nesse processo, considera-se quem assina os materiais e as fotos, assim como as fontes mobilizadas nas produções - ao considerar sua pluralidade e diversidade.

Foram ainda levados em consideração aspectos editoriais, a partir da observação dos títulos, subtítulos, lead, intertítulo e enfoques apresentados pelos textos.

1.2 CRITÉRIOS PARA A COLETA

Uma das primeiras escolhas deste estudo foi considerar períodos semelhantes de análise para os dois objetos em questão. Desta forma, para que houvesse um mesmo período temporal de comparação, o intervalo de coleta de notícias da *Gazeta do Povo* foi o mesmo utilizado para a plataforma *Aos Fatos*, qual seja: de 30 de setembro a 6 de outubro de 2018 e de 25 de setembro a 1 outubro de 2022.

A *Gazeta do Povo* realizou, somando todos os conteúdos e editoriais, um total de 703 publicações entre 30 de setembro e 8 de outubro de 2018. Foram 48 no dia 30 de setembro, 127 no dia 1 de outubro, 117 em 2 de outubro, 108 em 3 de outubro, 125 em 4 de outubro, 113 em 5 de outubro, e 65 em 6 de outubro.

O critério para a delimitação das notícias a serem selecionadas foi a relação com as eleições presidenciais de 2018. Na busca, identificou-se que essas publicações estavam dentro das editorias de Política-República-Eleições em 2018. A partir desta filtragem, chega-se a uma amostra de 96 notícias que se encaixaram nos critérios descritos.

Foram sete no dia 30 de setembro, 17 no dia 1 de outubro, outras 17 no dia 2 de outubro, 12 no dia 3 de outubro, 23 no dia 4 de outubro, sete no dia 5 de outubro e 13 no dia seis de outubro. Portanto, naquele período, identificou-se uma média de 13,7 publicações por dia sobre as Eleições 2018.

Para delimitar este universo foram excluídos os artigos de opinião, os podcasts e os conteúdos de outras editorias, como economia, esportes, cultura, cidadania, etc. Algumas publicações de política, mas com foco em assuntos estaduais ou relacionadas à Câmara dos Deputados e ao Senado também foram desconsideradas.

O critério foi semelhante para o período de 25 de setembro a 1 de outubro de 2022, mas com algumas particularidades. Esta nova pesquisa resultou em um total de 228 publicações, também incluídos os conteúdos e editorias publicados no portal.

Foram 44 publicações no dia 25 de setembro, 109 em 26 de setembro, zero em 27 de setembro, zero em 28 de setembro, zero em 29 de setembro, nove em 30 de setembro e 66 em 1 de outubro. Devido a uma falha no arquivamento dos conteúdos no portal, os conteúdos de algumas datas não foram publicados, o que fez com que nos dias 27, 28, 29 e parte do dia 30 não houvesse nenhum texto arquivado.

Depois de identificada a ausência dos arquivos referentes a esses dias, foi feita primeira uma tentativa de contato telefônico com a *Gazeta do Povo*, mas não havia atendimento

humanizado e a orientação foi entrar em contato pela internet, por meio do canal conta.gazetadopovo.com.br.

Uma mensagem informando a falta dos conteúdos foi enviada por meio de um campo próprio existente na página informada. Uma mensagem semelhante também foi encaminhada por meio de um chat existente no canal. Alguns dias depois, fez-se novo contato, desta vez pelo serviço de atendimento ao leitor, e a orientação foi enviar novo *e-mail*, o que foi feito, desta vez para o endereço leitor@gazetadopovo.com.br. Não houve resposta para o pedido.

Considerando as limitações citadas, para o período de 2022 afere-se um total de 32 publicações relacionadas à cobertura eleitoral. Naquele ano, a editoria República deixou de ser usada majoritariamente para identificar os conteúdos de política nacional. Com isso, os conteúdos relacionados às eleições foram classificados pelo portal sob as editorias de Eleições-Eleições 2022.

Pelo critério, houve quatro publicações no dia 25 de setembro, 11 no dia 26 de setembro, nenhuma nos dias 27 e 28 de setembro, duas no dia 30 de setembro e 15 no dia 1 de outubro. Desconsiderando os dias sem arquivo de publicação, chega-se a uma média de 8 publicações por dia em 2022.

1.3 MÉTODO DE ANÁLISE DAS FONTES

Para realizar a análise, parte-se da perspectiva de Alsina (2009) de que há dois tipos principais de fontes: aquelas que são utilizadas e aquelas que são mencionadas. Assim, ao fazer a leitura jornalística das publicações, as fontes foram divididas em dois grupos. No primeiro deles - o das fontes mencionadas - foram inseridos todos os tipos de fontes de informações citados pela *Gazeta do Povo*.

Nesta primeira seção, está tudo que o veículo reconhece como fonte e menciona aos leitores no texto. Por exemplo: entrevistas, dados, pesquisas, documentos, decisões judiciais, notas oficiais, discursos em atos de campanha, declarações em entrevistas coletivas, falas durante debates eleitorais, análises e informações de outros veículos de comunicação, vídeos, páginas e postagens em redes sociais.

Em outro grupo - o das fontes utilizadas - foram colocadas as fontes humanas consultadas pelo veículo. Para esta delimitação, a base utilizada foi a recomendação do Manual para jornalistas investigativos da Unesco (Hunter, 2009) de que sempre haja a apuração jornalística das informações (mesmo as obtidas em fontes abertas - foram incluídas também, entre elas, as informações de redes sociais digitais). A orientação, portanto, é ouvir fontes humanas no processo de apuração.

A partir da classificação das fontes nestes dois grupos (utilizadas e mencionadas), foi possível mensurar a pluralidade de vozes no processo de apuração das informações pela *Gazeta do Povo*. Para garantir a pluralidade, considerou-se a utilização de, pelo menos, três fontes humanas sobre o fenômeno em pauta - fontes em off, pela imprecisão, foram desconsideradas. Em situações com menos de três fontes foi identificada a falta de diversidade.

2 MOVIMENTO RUMO À DIREITA¹

Para falar sobre como os espíritos do passado se repetem em determinados momentos históricos, Karl Marx inicia “O 18 de brumário de Luís Bonaparte” (Marx, 2021) retomando outro filósofo, G. W. Friedrich Hegel, segundo o qual os grandes fatos e personagens são encenados pelo menos duas vezes. Marx acrescenta que isto acontece primeiro como tragédia e na segunda vez em forma de farsa. A partir dessa analogia, é possível dizer que a sociedade contemporânea experimenta um desses momentos com o ressurgimento do fascismo.

O movimento fascista surgiu na Itália, no início do século 20, sob a personalidade de Benito Mussolini. Suas ideias, de cunho conservador, nacional e autoritário, se espalharam para outros países, especialmente no período entreguerras. Na Alemanha, talvez a expressão mais extrema deste fenômeno se deu pelo nazismo.

No Brasil, o fascismo foi representado de forma direta pela Ação Integralista Brasileira (AIB), nos anos 1930, e voltou a ter ecos com a ditadura militar, algumas décadas depois. Passado aproximadamente um século, movimentos que tiveram em germen o fascismo tornam a aparecer com força mobilizadora e de expansão. Itália, França, Grécia, Áustria, Hungria, Polônia, Ucrânia, Estados Unidos e Brasil são exemplos recentes de reorganização e busca pelo poder de grupos com essas características.

No presente, essas manifestações estão sendo compreendidas como ascensão da extrema-direita ou direita autoritária. Cada autor que se refere ao fenômeno, o nomeia de forma diferente. Assim, num mesmo escopo, tem-se o uso de expressões como neofascismo (Dardot; Laval, 2016); neo-populismo (Da Empoli, 2020); pós-fascismo (Traverso, 2021). Todas são usadas para se referir ao mesmo movimento.

No livro “Introdução ao Fascismo”, Leandro Konder (2009) explica que o conceito de direita é fundamental para uma “correta compreensão do conceito de fascismo, embora seja mais amplo do que este: a direita é o gênero de que o fascismo é uma espécie” (Konder, 2009, p. 27). Mas esta nomenclatura, sem vincular os movimentos com suas origens - ou seja, com o fascismo - torna difusa a compreensão sobre eles e os esvaziam de historicidade.

Mesmo diante da ausência de um consenso teórico pacificado sobre o fascismo no presente, o que se manifesta no século 21 é um fenômeno que tem raízes no passado, mas que também apresenta novos contornos - portanto, não se trata de simples repetição, mas de um

¹ Uma versão preliminar da discussão foi apresentada no 25º Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação da UEPG.

processo nos moldes do que sugere a espiral dialética, ou seja, repete características em comum, mas também apresenta novos contornos, vinculados ao momento histórico.

Em “As novas faces do fascismo”, o historiador Enzo Traverso (2021) diferencia pós-fascismo e neofascismo. Para ele, este último é uma tentativa declarada de regenerar o velho fascismo. Para isso, busca evidenciar as origens fascistas e apresentar, de maneira transparente, a existência de uma continuidade ideológica. Já o pós-fascismo, segundo ele, não reivindica a origem fascista; ao contrário, tenta disfarçá-la.

A partir do que o autor apresenta, outro elemento importante é que o pós-fascismo ainda não está cristalizado na história. Trata-se de um movimento ainda em processo de mudanças e transformações. Justamente por isso, Traverso (2021) considera mais apropriado o uso do conceito de pós-fascismo para dar conta da dimensão de que existe uma transição latente pela qual o fenômeno está passando.

No momento em que se tratar de algo estabelecido e estável no percurso histórico, de acordo com Traverso (2021), quer dizer, a partir de quando as características políticas e ideológicas desse novo fenômeno estiverem cristalizadas, pode ocorrer a necessidade de elaborar uma nova definição sobre ele, que seja mais adequada e que caracterize melhor o processo em questão.

É preciso ter em vista, ao tratar do assunto, que a essência do fascismo, em todas as suas versões, é o capitalismo - e que este renova suas formas por meio de crises cíclicas. Os pensadores franceses Pierre Dardot e Christian Laval (2016) escrevem nas introduções às versões brasileira e inglesa de “A nova razão do mundo” que as crises são essenciais para que sejam restauradas as regras do capitalismo.

A crise mais recente em nível mundial ocorreu em 2008 e desencadeou os acontecimentos que conduziram até o cenário presente. Em cada lugar, a depender das condições econômicas, políticas e sociais, de acordo com os autores, foi utilizado um método diferente de regressão - que eles chamam de *reset*. De acordo com Dardot e Laval (2016) esse retorno pode se dar de algumas formas: seja por meio da violência militar; pela realização de reformas sob o pretexto de reduzir dívidas estatais; pelo uso de chantagem e manipulação do emprego; ou, em outro caso, reduzindo os níveis de democracia sem a necessidade de a extinguir formalmente.

Mas não podemos ignorar as mutações subjetivas provocadas pelo neoliberalismo que operam no sentido do egoísmo social, da negação da solidariedade e da redistribuição e que podem desembocar em movimentos reacionários ou até mesmo neofascistas. As condições de um confronto de grande amplitude entre lógicas contrárias e forças adversas em escala mundial estão se avolumando (Dardot; Laval, 2016, p. 9).

Em primeiro lugar, segundo os autores, tem-se o neoliberalismo como a “razão” do capitalismo no presente. A palavra razão é utilizada para descrever uma forma de pensar que se manifesta como construção histórica e também como um modelo de vida em sociedade. De acordo com eles, a principal característica deste pensamento é a generalização da concorrência, que passa a fazer parte do modo de vida das pessoas, da mesma maneira que a empresa assume contornos subjetivos e simbólicos (Dardot; Laval, 2016).

A falta de uma opção, ante as malsucedidas experiências socialistas, também fortalece a visão de que a única opção possível é o capitalismo. Cabe lembrar que Benito Mussolini, houve um tempo, fez parte das bases socialistas. Também que o capitalismo sobreviveu no interior de todas as tentativas de implantação de um novo modelo político e econômico, como é possível identificar, para citar um exemplo, o caso da China.

Essa perspectiva dos autores amplia a compreensão sobre o neoliberalismo. O modelo deixa de ser compreendido apenas como uma política econômica ou uma ideologia e começa a ser compreendido como um sistema que entranhou nas relações sociais a lógica do capital, isto em uma escala mundial.

A ação coletiva se tornou mais difícil, porque os indivíduos são submetidos a um regime de concorrência em todos os níveis. As formas de gestão na empresa, o desemprego e a precariedade, a dívida e a avaliação, são poderosas alavancas de concorrência interindividual e definem novos modos de subjetivação. A polarização entre os que desistem e os que são bem-sucedidos mina a solidariedade e a cidadania. Abstenção eleitoral, dessindicalização, racismo, tudo parece conduzir à destruição das condições do coletivo e, por consequência, ao enfraquecimento da capacidade de agir contra o neoliberalismo (Dardot; Laval, 2016, p. 9).

Esse ambiente, ao contrário de suscitar maior resistência, é o facilitador para fenômenos derivados do fascismo, visto que permite as condições para isto.

2.1 O FASCISMO EM DIFERENTES MOMENTOS

O tempo em que surgiu o fascismo carimbou nele algumas marcas que se repetem nas versões contemporâneas. Não se pode perder de vista, por exemplo, o contexto em que se formaram as bases deste fenômeno, em meio à influência da Primeira Guerra Mundial e, por consequência, com a crise desencadeada por ela. O clima adequado de expansão completou-se com a recessão prolongada que se seguiu a 1929, com o crash da Bolsa de Nova York.

De acordo com Traverso (2021), da Primeira Guerra o fascismo absorveu a ideia de que surgiu um novo poder, ancorado nos militares e advindo das trincheiras. É neste contexto, por exemplo, que surge a fixação dos fascistas pelo uso de uniformes e armas. Os adeptos do movimento também passam a utilizar um vocabulário que remete à guerra e ao militarismo.

Na história recente do Brasil, esse recurso se tornou mais expressivo desde a campanha a presidente de Jair Bolsonaro, em 2018, com a apologia ao armamento da população. Foram frequentes as imagens do candidato e de seus filhos portando armas, bem como a edição, durante seu governo, de atos para enfraquecer o Estatuto do Desarmamento, de 2003 (Nomura, 2022). Em consequência dessas ações e políticas, houve crescimento no registro de armas no país naquele período (Militão, 2022).

A exaltação das forças armadas também se deu de forma mais frequente por meio de discursos alusivos aos militares, à ditadura e por meio da reprodução de gestos que remetem à hierarquia do exército, como a continência. Como projeto de governo, ocorreu a ampliação das escolas militares (Vilela, 2021) e juntamente com elas a defesa de um modelo de educação hierarquizada e disciplinar.

De acordo com Konder (2009), o fascismo se orienta por um princípio fundamental, que atua como uma bússola. Este valor não só direciona, mas também tem o poder de mobilizar a fé das pessoas. O elemento que se invoca é o mito da pátria, que fortalece o sentimento de identidade nacional. Esse mito serve como um ponto de referência que inspira os indivíduos a se alinharem com os ideais fascistas.

Por esse modelo construído em torno da crença na nação é possível mobilizar adeptos pertencentes a todas as classes sociais, inclusive aqueles indivíduos que não se beneficiam com as políticas ligadas a esse tipo de ideário. Isso se deve, de acordo com Konder (2009), à centralidade dessa característica em meio ao surgimento do fascismo.

Seu crescimento num país pressupõe condições históricas especiais, pressupõe uma preparação reacionária que tenha sido capaz de minar as bases das forças potencialmente antifascistas (enfraquecendo-lhes a influência junto às massas); e pressupõe também as condições da chamada sociedade de massas de consumo dirigido, bem como a existência nele de um certo nível de fusão do capital bancário com o capital industrial, isto é, a existência do capital financeiro (Konder, 2009, p. 53).

Fica caracterizado que o discurso em torno da pátria surgiu e teve efeito no contexto da fase imperialista do capitalismo, etapa em que se deu a fusão do capital bancário ao capital industrial, resultando no aparecimento do capital financeiro - de caráter transnacional. Marca esta que, mesmo em um novo contexto, também aparece nos movimentos fascistas contemporâneos.

Não foi à toa que em 2018 o *slogan* usado pela campanha de Jair Bolsonaro foi “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, que consegue invocar tanto o ufanismo nacional como a mística religiosa. Também remete ao “Deutschland über alles” (Alemanha acima de tudo), do período nazista. A concepção se materializa ainda no lema “Deus, pátria e família”, também

usado por Bolsonaro (Noberto; Carcados, 2022) e que remete ao movimento integralista e ao período da ditadura no Brasil.

A logomarca usada no governo de Bolsonaro também recorreu a esse mesmo imaginário de ufanismo e defesa nacional, com a adoção dos dizeres “Pátria amada, Brasil”, que apareceram com a imagem estilizada da bandeira do Brasil.

Outra tradição da política fascista diz respeito aos papéis de gênero e à concepção de família patriarcal, seja como um ideal a ser preservado ou recuperado pela sociedade. Em “Como funciona o fascismo”, o filósofo Jason Stanley (2018) menciona que existe uma analogia entre a figura do líder da nação com a do pai da família patriarcal tradicional. Desta maneira, o fascismo recorre à figura de um líder, que vai resolver os problemas e salvar a nação. A autoridade desse líder advém de uma força e poder intrínsecas, semelhante à superioridade moral que o patriarca exerce sobre a mulher e os filhos na família tradicional.

A mulher, por sua vez, numa sociedade fascista, tem na função de ser mãe a principal vocação. Mais especificamente, ser mulher representa desempenhar o papel de mãe” (Stanley, 2018). A participação social da mulher é reduzida, desta forma, a gestar e a criar os filhos. Na sociedade contemporânea, com a mulher no mercado de trabalho e na liderança dos núcleos familiares, este recurso precisa aparecer de forma menos explícita, mas opera da mesma forma no imaginário das pessoas.

Isso acontece quando se recorre ao extremismo religioso para colocar a mulher em condição de submissão ao homem, assim como pela defesa de políticas públicas de controle sobre o corpo da mulher. Por essa clara distinção entre as funções de gênero expressas pelo fascismo, aquilo que foge ao modelo tradicional não é aceito - como a liberdade da mulher de decidir pelo aborto ou outras configurações familiares não-binárias.

A partir de Dória (2020), também se percebe que a ascensão da extrema-direita no Brasil é uma repetição de movimentos políticos autoritários, remontando ao integralismo de Plínio Salgado nas décadas de 1920 a 1940 e com paralelos no fascismo. No livro “Fascismo à Brasileira”, o autor explora, no último capítulo chamado “Plínio e Bolsonaro”, a conexão entre o integralismo e o bolsonarismo, a partir de características como nacionalismo, autoridade e tradicionalismo.

Apesar das semelhanças ideológicas, de acordo com Dória (2020) a situação contemporânea se distingue em alguns aspectos. Um exemplo é o contexto democrático em que Bolsonaro foi eleito, o que quer dizer a partir de eleições diretas. Outra característica divergente é a incorporação de políticas neoliberais, como as ações de redução do Estado promovidas por membros de seu governo, como o ex-ministro da Economia, Paulo Guedes.

Essa dualidade aponta para uma interseção entre o fascismo tradicional, representado pelo integralismo, e uma nova forma de extremismo de direita que incorpora elementos do liberalismo econômico. Uma avaliação feita por Doria (2020) sobre o termo fascista para descrever o bolsonarismo ilustra a dificuldade em categorizar estes movimentos políticos, que simultaneamente apresentam traços fascistas, mas que adotam princípios do liberalismo na economia.

2.2 A INFLUÊNCIA DA PROPAGANDA

O jornalista Nilson Lage (1998) fez uma investigação sobre a construção do cenário em que se processa o controle da opinião pública e a propaganda fascistas. Em um capítulo de seu livro, dedica atenção para as lições deste período - entre elas a busca pelo que chama de unanimidade aparente. Esse conceito se manifestou, na prática, por meio da ocupação de espaços públicos com eventos ou por manifestações individuais que, somadas, passam a impressão de predominância de um tipo de pensamento na sociedade.

No Brasil, por exemplo, durante ou fora do período eleitoral, tornou-se comum ver as pessoas colocando nos carros adesivos de seus candidatos. As pessoas também colocaram bandeiras expostas na fachada das residências ou prédios comerciais, para indicar sua posição política e o apoio, especialmente, ao candidato Jair Bolsonaro. Outra iniciativa foi a realização de passeios de motocicletas, chamados de motociatas. Estas são demonstrações que, juntamente com outros tipos de mobilizações, tentam ocupar os espaços públicos e indicar adesão popular ao movimento de direita.

Mais do que isso, existe uma outra estratégia, que é o uso da mentira. Lage (1998) escreve que o ministro da Propaganda no fascismo alemão, Paul Joseph Goebbels, com a máquina do estado nas mãos, não somente produzia versões sobre acontecimentos como também criava ou inventava fatos. Uma demonstração disto aparece quando conta o episódio em que condenados foram uniformizados, dispostos no campo e assassinados para simular uma invasão polonesa à fronteira alemã.

Um dos postulados do fascismo consiste em considerar “verdade aquilo que convém a quem detém o poder de convencimento ou aquilo em que as pessoas acreditam” (Lage, 1998, p. 314). Paralelamente, o autor também explica que outra característica do fascismo é sua visão sobrenatural, razão pela qual muitas vezes se torna simples sua vinculação com a religião. “Um viés do fascismo é que ele pressupõe alguma mística, daí aparecer às vezes associado ao pensamento religioso (Lage, 1998, p. 322).

Ainda de acordo com Lage (1998), existe uma tendência de relativizar a verdade. Desta forma, predomina uma perspectiva sobre os acontecimentos que são mais simples e imediatos. Essa torna-se uma das principais matizes do fascismo. Esse princípio, como foi apresentado pelo autor, pressupõe dizer aquilo que os indivíduos gostariam ou devem ouvir. Cabe mais emocionar ao invés de explicar, como maneira de canalizar os sentimentos das pessoas.

De volta ao tempo presente, percebe-se que a ideia de fabricar acontecimentos - como acontece no presente com as notícias falsas - não se trata de nenhuma novidade, nem está vinculado a uma versão contemporânea do fascismo, vez que lhe é intrínseco. Os métodos engendrados pelo fascismo passam a ser copiados por outros regimes, assim como aparecem nas roupagens “modernas” pelas quais o movimento volta a se apresentar - por meio de uma repetição dessas características clássicas.

Um intervalo de aproximadamente duas décadas separa os escritos de Lage (1998) e do jornalista italiano Giuliano Da Empoli (2020), autor de “Os Engenheiros do Caos”. Cada um fala de um tempo e de um lugar diferentes na história, mas pode-se identificar que o ambiente de fundo para os acontecimentos que eles relatam tem semelhanças.

Da Empoli (2020) discute sobre acontecimentos que emergiram somente no século 21, como o uso de algoritmos e a propagação do que convencionou-se chamar de *fake news* por meio das redes sociais digitais. De acordo com o autor, são fenômenos que estão relacionados com o que denomina de neo-populismo; mas que por suas características estão vinculados a este mesmo processo mais amplo de reaparecimento do fascismo.

As *fake news* podem ser vistas como uma expressão contemporânea do fascismo, de forma análoga ao papel que o rádio desempenhou no período do fascismo clássico. Atualmente, a internet é o recurso tecnológico utilizado por esse sistema para disseminar sua ideologia. As *fake news* são utilizadas como uma estratégia para exercer um certo controle sobre a opinião pública, moldando percepções e influenciando comportamentos.

No contexto das informações falsas difundidas pela internet, Da Empoli (2020) identifica que existe uma relativização da verdade. É possível, assim, fazer um paralelo desta concepção com a ideia de verdade relativa apresentada por Lage (1998). Da Empoli (2020) afirma que um dos pilares da ideologia do Vale do Silício² é a crença de que o conhecimento das multidões supera o dos especialistas. Esse princípio sugere que as pessoas comuns sabem mais e, portanto, não se deve confiar cegamente nos especialistas.

² Região da Califórnia, nos Estados Unidos, que abriga *startups* e grandes empresas globais de tecnologia, como o Google.

Essa relativização da verdade é explorada no presente pela extrema-direita mundial, de inspiração fascista, para promover verdades convenientes por meio da propaganda. Pode-se perceber isto quando Levinson (2016) afirma que uma das principais estratégias do fascismo é a propaganda. Desta forma, importa mais a persuasão, a capacidade de convencimento, e o compromisso com a verdade deixa de estar no primeiro plano. O que se prioriza é a versão mais conveniente a ser difundida.

A propaganda, conforme explica o professor Levinson (2016), não tem o objetivo de informar, mas de influenciar a sociedade. No lugar de relatar fatos, a intenção se torna propagar determinada perspectiva, como por exemplo fazer parecer que as políticas e ações de um governo ou de uma corporação são positivas.

Existe, conforme Levinson (2016), alguns tipos de propaganda que são usados com frequência. Uma das primeiras formas que ele menciona é o “testemunho” ou “apelo à autoridade” (consiste em induzir alguém a fazer alguma coisa sob a influência de uma pessoa que, supostamente, sabe ou conhece mais do assunto e insiste em uma determinada opinião ou ação); outra estratégia é a das “pessoas simples” (que induz as pessoas a fazerem algo porque todo mundo está fazendo isso). A terceira é o “bode expiatório”, que nada mais é do que falar mal de um alvo conveniente.

A propaganda não abomina a verdade, de acordo com Levinson (2016), mas esta só será apresentada se servir para alcançar o objetivo final de persuadir. Caso contrário, como já mencionado, a verdade deixa de ser primordial. A questão central se torna apelar para a emoção das pessoas - uma das formas de persuadir. A persuasão, por sua vez, é um ponto que, segundo o professor, também está na essência das notícias falsas.

Na história recente foi identificada a disseminação de desinformação em situações emblemáticas, como o referendo que ficou conhecido como Brexit, pelo qual o Reino Unido iniciou o seu desligamento da União Europeia; na eleição que conduziu Donald Trump à presidência dos Estados Unidos em 2016; bem como nas duas últimas eleições: a que resultou na eleição de Jair Bolsonaro no Brasil, em 2018, e na que terminou com a vitória de Lula, em 2022.

O movimento que ocorreu na política dos Estados Unidos, por exemplo, não foi considerado uma novidade pelo linguista e filósofo Noam Chomsky (2017). No posfácio de sua obra, ele escreve que os dois partidos que concentram a disputa política - Republicano e Democrata - deram uma guinada à direita no período neoliberal. E no momento após o resultado das urnas, acrescentou:

Há evidentes semelhanças entre a eleição de Trump e o referendo Brexit, bem como a ascensão geral dos partidos ultranacionalistas de extrema direita na Europa. Seus líderes - Nigel Farage, Marine Le Pen, Viktor Orbán e outros afins - foram rápidos em parabenizar Trump pela vitória, percebendo-o como um de sua laia. E essa marcha dos acontecimentos é bastante assustadora. Uma olhada para as pesquisas eleitorais e de opinião pública na Áustria e na Alemanha não pode deixar de provocar apreensão em qualquer um que esteja familiarizado com a década de 1930, e especialmente nos que testemunharam aquele período, como eu quando criança. Ainda me lembro de ouvir os discursos de Hitler sem compreender suas palavras, porém considerando amedrontadores o tom e a reação das plateias (Chomsky, 2017, p. 327, 328).

Junto ao contexto político-econômico, somaram-se outros fatores, especialmente a popularização do uso da internet e das redes sociais digitais. Esses canais se configuraram em um ambiente de interação entre os indivíduos. Ao mesmo tempo, cada usuário passou a também assumir as funções de consumidores, produtores e disseminadores de conteúdos. “Os usuários entram no jogo como mão-de-obra (gratuita e, logo, escrava), como matéria-prima (também gratuita) e, por fim, como mercadoria (Bucci, 2019, p.63).

Em outras palavras, Levinson (2016) também verifica a capacidade da internet e, mais especificamente das redes sociais, de fazer de cada consumidor se tornar um produtor de conteúdos. Isso acontece no momento em que passa a existir a possibilidade do público produzir fotografias e vídeos (coisas que antes eram feitas por jornalistas ou profissionais da comunicação) de forma simples, por meio do uso de um telefone portátil.

Acrescente-se ainda outro elemento fundamental neste contexto: a utilização de algoritmos, ou seja, combinações matemáticas capazes de determinar gostos e preferências dos indivíduos a partir das interações na rede mundial de computadores. Desta maneira, tornou-se possível que um conteúdo fosse direcionado a alguém, com base em interesses prévios desta pessoa, captados a partir da internet.

Essa é a base da indústria da desinformação, com destaque para a produção e disseminação de conteúdos falsos. No funcionamento dessa engrenagem, o sistema conta ainda com a participação dos próprios indivíduos-alvo dessas mensagens, uma vez que também atuam como disseminadores. Trata-se da ação de compartilhar ou encaminhar um conteúdo para outro indivíduo ou para um grupo de pessoas, por meio de canais de troca de mensagens.

2.3 *FAKE NEWS* E DESINFORMAÇÃO

A internet ganhou cada vez mais espaço na vida cotidiana das pessoas. Deixou de ser restrita aos ambientes de trabalho. Primeiro, entrou nas casas, depois, passou a acompanhar os indivíduos por onde quer que fossem, com o uso dos *smartphones* e ampliação do acesso à internet - tanto móvel como por conexão *wifi*, em locais públicos e privados.

De acordo com a pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros (TIC Domicílios), do Comitê Gestor da Internet no Brasil (2023), houve crescimento na quantidade total de domicílios brasileiros com acesso à internet - passando de 51% em 2015 para 84% em 2023. Entre as classes A e B esse número chegou a 98%, enquanto entre as classes C e D foi de 67%.

Um total de 41% dos domicílios, de acordo com a pesquisa, possuíam computador em 2023. Entre os indivíduos, 84% utilizou a internet nos últimos três meses - o que corresponde a 156 milhões de usuários. Destes, 58% acessaram a internet apenas pelo telefone celular. O restante utilizou tanto o telefone quanto o computador.

Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (2023), entre as pessoas que utilizaram apenas o telefone celular, 37% verificou se uma informação que encontrou na internet era verdadeira. Entre quem utilizou tanto o celular como o computador, o percentual foi mais alto e chegou a 71%.

Quando a internet começou a ser difundida, chegou-se a criar a expectativa de um futuro de liberdade de expressão sem precedentes, desprovida dos filtros e das conduções ideológicas frequentemente presentes na mídia tradicional (Sargentini; Carvalho, 2021). Algumas décadas mais tarde, percebeu-se que as coisas não estavam acontecendo exatamente daquela maneira.

Não se pode reduzir a internet às redes sociais, mas elas ganharam cada vez mais acessos e usuários. Bem como estão no centro da discussão em torno da desinformação e das *fake news*. Conteúdos falsos apareceram e começaram a ocupar espaço cada vez maior no ambiente digital mais ou menos a partir da metade da segunda década do século 21.

Foi por meio das redes sociais digitais que a circulação de mensagens forjadas foi amplificada. Conjuntamente, os ambientes virtuais foram cada vez mais se configurando como um lugar de interação entre os indivíduos, invocando uma suposta liberdade de expressão, bem como a ideia de que esses espaços são democráticos.

Os indivíduos, na nova lógica de mercado redesenhada pelas redes sociais digitais, passaram a ocupar a posição de consumidores, produtores e propagadores de conteúdos. Somase a isso a utilização de algoritmos que permitem que um conteúdo seja direcionado conforme o interesse do indivíduo/consumidor.

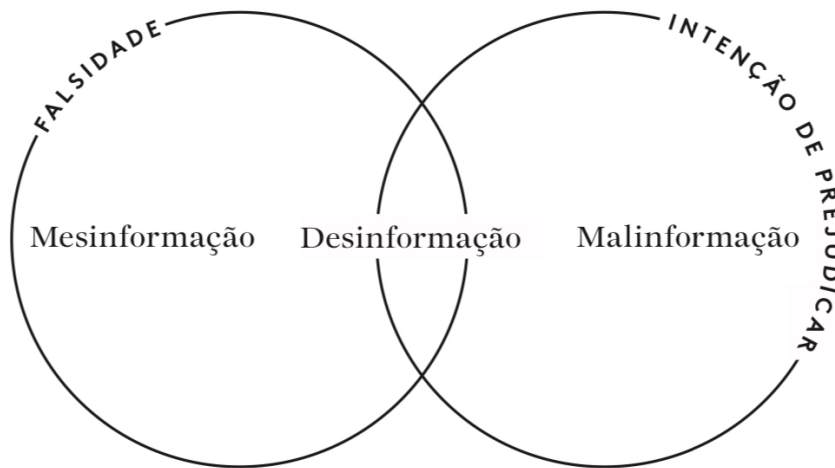
Segundo Santaella (2019) é difícil distinguir o que é verdade do que não é no ambiente digital. Em um primeiro momento, a expressão *fake news* passou a ser usada para designar os conteúdos inverídicos - da mesma maneira que a sua versão em português: notícia falsa. Mas a partir da observação desses conteúdos, Wardle (2020) observou que o termo *fake news* passou

a ser insuficiente para caracterizar os diversos tipos de mensagens não-verdadeiras que proliferaram na internet.

Com a percepção de que nem todos os conteúdos eram idênticos, Wardle (2020) propôs a organização dessas mensagens em três categorias (conforme descrição e Figura 1), que compõem o que ela chama de ecossistema da desinformação:

- 1) **Desinformação** - são aqueles conteúdos elaborados com a intenção de provocar prejuízos, ou seja, são propositalmente falsos - seja com o objetivo de resultar em ganhos financeiros, obtenção de influência política ou gerar outros problemas.
- 2) **Mesinformação** - trata-se do compartilhamento de conteúdos falsos de modo não-intencional; é desencadeada pelo sentimento de pertencimento (de fazer parte de um grupo social) e pressupõe que quem está compartilhando não tem consciência de que se trata de conteúdo enganoso.
- 3) **Malinformação** - são informações verdadeiras, mas que são utilizadas com a intenção de provocar algum tipo de prejuízo.

Figura 1 - Diagrama da desordem informacional



Fonte: WARDLE, C. **Guia essencial da First Draft para entender a Desordem Informacional**. First Draft, 2020, 2 ed. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x21167. Acesso em: 14 nov. 2023.

Disinformation, misinformation e malinformation são palavras que podem ser traduzidas para o português, cada uma, como desinformação, mas na concepção existe uma diferença sutil entre elas, conforme observado.

O quadro reproduzido a seguir também ajuda a compreender os diversos tipos de veiculações desinformativas, que em maior ou menor proporção circulam na internet - em especial a partir das redes sociais. A Figura 2 traz uma ideia do cenário mais amplo da desinformação - em que também se inserem as *fake news*, ou seja, os conteúdos fabricados intencionalmente com o objetivo de enganar.



Fonte: WARDLE, C. **Guia essencial da First Draft para entender a Desordem Informacional.**

First Draft, 2020, 2 ed. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x21167. Acesso em: 14 nov. 2023.

Essa formulação foi elaborada a partir de uma iniciativa sem fins lucrativos que começou em 2015, devido à necessidade de entender sobre a desinformação presente nas redes sociais digitais. Ao identificar a existência de vários tipos de conteúdos, Wardle (2020), propôs a existência de um ecossistema da desordem informacional.

Nesse ecossistema existem os conteúdos com capacidade de provocar danos elevados, como é o caso das *fake news*. Também causam danos elevados os conteúdos com contextos falsos, os conteúdos impostores e aqueles manipulados. Os conteúdos enganosos, com falsas conexões e as sátiras e paródias são considerados capazes de causarem danos mais baixos.

Embora os tipos de conteúdos que se enquadram como desinformação sejam mais amplos, a expressão *fake news* se popularizou rapidamente, tornando-se de fácil assimilação para a maioria das pessoas, sendo associada no senso comum a uma mensagem falsa. Diferente da expressão desinformação, que embora também seja usada, carece de maior contextualização.

As *fake news* são um tipo específico de conteúdo no contexto da desinformação. Uma parte deste todo. E nesta parte, a totalidade também está presente. Para além da semântica, *fake news* caracteriza-se por um áudio, vídeo ou imagem que simula elementos de uma notícia no conteúdo (atualidade) e na forma (a aparência jornalística). Desta maneira, trata-se de mensagem produzida intencionalmente e colocada para circular com o objetivo de enganar.

Uma série de recursos é empregada para simular objetividade e factualidade e, por esse meio, obter-se legitimidade e credibilidade para as histórias. Isso é importante por ser o que, presumivelmente, distingue *fake news* de boatos e outros tipos de conteúdo enganoso (Dourado, 2021, p. 80).

Como escreve Dourado (2021), a intencionalidade é, também, o que diferencia *fake news* de outras formas de circulação de informações atuais, com as quais há muito tempo se convive, em especial na atividade jornalística. É o caso dos boatos, por exemplo. Eles são manifestações que “não estão diretamente associados à maldade, fofoca ou mera invenção previamente recheada de falsidade intencional” (Gadini, 2007, p. 2).

Enquanto Wardle (2020) caracterizou o sistema desinformativo, Dourado (2021) concentrou-se em compreender os aspectos diferenciais das *fake news*. Neste trabalho, ela identifica que uma característica intrínseca deste tipo de publicação é a sua clara intenção de enganar. Esse propósito se torna perceptível a partir do formato deste tipo de conteúdo, quer dizer, da maneira como são produzidos - uma vez que lhes são atribuídas uma “roupagem noticiosa” (Dourado, 2021).

Isso quer dizer que se um conteúdo imita o formato jornalístico, em alguma medida houve, em sua origem, certo nível de organização e ação estratégica para empacotar e despachar deliberadamente aquela mensagem como se fosse “notícia” (Dourado, 2021, p. 80).

Entre seus achados, Dourado (2021) identificou nas peças de *fake news* a inclusão de organizações de mídia entre as fontes de informação. Ela aponta que essa é uma maneira de validar as notícias falsas. Muitas vezes, os nomes de grandes veículos de comunicação são adicionados. Isso inclui a utilização de logotipos de programas de TV, e nomes de jornalistas, comentaristas e analistas, entre outros, para dar uma aparência de credibilidade ao conteúdo.

Também ocorre, segundo Dourado (2021), das peças reproduzirem recursos de editoração, como o uso de título, fontes, *lead*, entre outros recursos tradicionalmente utilizados pela imprensa. Mesmo assim, ela afirma que existe uma contraposição entre *fake news* e notícias, uma vez que estas últimas, objeto do jornalismo profissional, tratam da realidade.

Para Dourado e Gomes (2019), a maioria das mensagens falsas não imita a formatação e o conteúdo do jornalismo profissional. Na medida em que as *fake news* devem ser entendidas como parte do ataque à credibilidade das instituições, entre elas a imprensa, trata-se então de um movimento que visa dissolver o que há de referência na sociedade sobre os fatos, atingindo desta maneira o jornalismo.

Conforme os autores, as mensagens falsas não são propriamente uma questão que está relacionada ao jornalismo e sim um problema de política.

É muito provável que a produção e disseminação de relatos falsos com fins políticos sejam fenômenos coextensivos à própria política. É plausível imaginar que boa parte da energia despendida na comunicação política em ambiente competitivo sempre envolveu a invenção de histórias e a disseminação de boatos, pelos mais diferentes meios e com os mais variados propósitos imediatos, a fim de criar ou destruir imagens públicas de atores políticos, produzir medo na plebe ou no eleitorado ou induzir comportamentos e atitudes dos interessados nas disputas políticas (Dourado; Gomes, 2019, p. 35).

Segundo os autores, entende-se que as narrativas que disputam a atenção pública têm caráter político e buscam parecer verdadeiras, mesmo quando os fatos que relatam são extremamente improváveis (Dourado; Gomes, 2019). Observa-se então, de acordo com eles, uma possível contradição entre a disseminação cada vez maior de mentiras em um tempo em que se reivindica mais a verdade.

Em outra abordagem, diferentes autores que se debruçaram teoricamente sobre o tema das *fake news* e da desinformação sugerem se tratar de uma manifestação que surge no escopo

do que se compreende como pós-verdade. Essa dimensão aparece em Dunker (2017), D’Ancona (2018), Bucci (2019), Santaella (2019), Dourado (2021), Sargentini; Carvalho (2021).

A pós-verdade seria caracterizada por um tipo de racionalidade humana em que os fatos e acontecimentos em si perdem relevância. Passa a prevalecer a versão mais alinhada com as expectativas e visões de mundo de quem está recebendo a mensagem. Assim, a crença se sobressai à lógica e à ciência, ou seja, passa a ser mais forte que a verdade em si.

Tanto nas *fake news* como na desinformação está implicada a concepção, já apresentada anteriormente, de verdade conveniente (Lage, 1998). Pode-se apontar uma dupla conveniência: 1) quanto à sua fabricação, a mensagem é conveniente a quem quer que aquele conteúdo seja propagado; 2) quanto ao seu consumo, ela é conveniente com aquilo que os indivíduos acreditam.

A lei da orquestração, destacada entre as cinco leis da propaganda moderna formuladas pelo escritor francês Jean-Marie Domenach, é baseada em uma característica comum a qualquer propaganda: a repetição. Lage (1998) apresenta esse conceito quase duas décadas antes do aparecimento das *fake news* e da desinformação. Mas ele segue atual e tem paralelos com o que hoje se compreende como produção e circulação de conteúdos enganosos.

Lage (1998) introduz o conceito de orquestração ao discutir a propaganda fascista, destacando que se trata da repetição de uma mesma mensagem para atingir diferentes públicos ou até mesmo o mesmo público, mas de maneiras variadas. Essa repetição estratégica auxilia na compreensão sobre como a desinformação se propaga e influencia a percepção das pessoas.

A propaganda, tal como a concebia Goebbels, deve orquestrar a mensagem, fazendo com que ela seja repetida de várias formas, quer para atingir diferentes públicos quer para chegar ao mesmo público em diferentes situações (Lage, 1998, p. 339 - 340).

Em uma comparação com o que escreveu Lage (1998), percebe-se que existe um grau significativo de orquestração envolvido nesses processos, evidenciando a intencionalidade por trás da disseminação de conteúdos falsos.

O filósofo Leandro Konder (2009), ao examinar as condições que permitiram o êxito do fascismo no primeiro quarto do século passado, menciona que se trata do primeiro movimento conservador que se serviu de métodos modernos de propaganda e que utilizou, de forma sistemática, aquilo que viria a ser chamado de sociedade de massas de consumo dirigido.

O fascismo percebeu, agilmente, que esse crescente investimento na propaganda, servindo-se de novas técnicas de novos meios de comunicação, abria também novas possibilidades para a ação política, e tratou de aproveitá-las (Konder, 2009, p. 47).

Da Empoli (2020) oferece outros reforços analíticos sobre os conteúdos manipulados no contexto do que denomina de pós-fascismo. Ele afirma que “é no terreno virtual que a adesão aos movimentos nacional-populistas encontra sua realização mais completa” (Da Empoli, 2020, p. 169), estabelecendo uma ligação entre o uso político das mensagens e sua propagação nas redes sociais.

O aspecto atual conferido pelo meio digital, associado a uma ideia equivocada de determinismo tecnológico, faz parecer que o fenômeno das mensagens falsas fabricadas para enganar é algo novo - não em seu conteúdo, mas em sua forma (como *fake news* e desinformação na *internet*). Dessa maneira, a manipulação moderna da informação pode obscurecer sua relação com o fascismo.

Essa aparência de novidade pode entrar em contraste com características vistas como antigas e ultrapassadas na sociedade.

A indignação, o medo, o preconceito, o insulto, a polêmica racista ou de gênero se propagam nas telas e proporcionam muito mais atenção e engajamento que os debates enfadonhos da velha política (Da Empoli, 2020, p. 88).

De acordo com Konder (2009), a tentativa de apresentar uma roupagem moderna a um fenômeno antigo é uma forma de camuflagem adotada pelo fascismo. Uma estratégia para disfarçar o conteúdo social conservador e fazer com que a atenção das pessoas se concentre no novo estilo e nas características inovadoras que são apresentadas.

2.4 CHECAGEM: A REAÇÃO DO JORNALISMO

Não é uma tarefa fácil datar, de forma precisa, quando a internet passou a ser bombardeada intencionalmente por conteúdos falsos, que posteriormente foram chamados de *fake news* e, posteriormente, compreendidos no escopo da desinformação.

Gomes e Dourado (2019) afirmam que isto se deu devido à existência de uma competição de narrativas políticas, com criação de páginas falsas, nas eleições brasileiras de 2010. Em 2014, segundo eles, a interferência de informações mentirosas nas eleições se tornou mais presente. Em 2016, nas eleições dos Estados Unidos e no referendo do Brexit, no Reino Unido, o recurso se popularizou - assim como nas eleições brasileiras de 2018.

Na medida em que as publicações mentirosas começaram a ocupar espaço cada vez maior no ambiente digital, iniciativas foram surgindo para reivindicar o viés democrático e tentar restabelecer a verdade factual. Assim teve início a checagem ou verificação de fatos. Inicialmente concebida como uma forma de antídoto contra a disseminação massiva de mensagens fraudulentas.

Por meio de iniciativas que procuram conter a força colonizadora dos conglomerados da tecnologia, do capital e da burocratização corporativista do Estado (a serviço de interesses opostos ao interesse público), a democracia reage.[...]. Os projetos jornalísticos de “checagem de fatos” - idealizados por organismos jornalísticos sem fins lucrativos, em regime de trabalho colaborativo, e em parte encampados por empresas jornalísticas - são mais um (Bucci, 2019, p. 77, 78).

Jornalistas e plataformas de notícias tomaram para si a atribuição de checar os conteúdos suspeitos que circulavam na rede com o objetivo de atestar ou não a veracidade dos conteúdos. Iniciativas com este objetivo surgiram em todo o mundo. No Brasil não foi diferente e é possível identificar os primeiros registros estruturados de *fact-checking*, nos moldes atuais, a partir de 2015.

Mas a origem do trabalho de checagem ocorreu bem antes. Em 1991, a CNN Washington encarregou um dos jornalistas de checar se era verdade a fala dos pré-candidatos a presidente dos Estados Unidos nos anúncios de televisão. Assim surgiu o que se considera a primeira equipe de verificação de propaganda eleitoral (Lupa, 2023).

No Brasil, a maioria das iniciativas de checagem de fatos brasileiras estão vinculadas a algum portal de notícias, como o Fato ou Fake (G1), Estadão Verifica (Estadão), AFP Checamos (Agência France-Presse), Boatos.org (parceiro do portal Metrópolis), E-farsas (faz parte do portal R7 desde 2011).

Há ainda iniciativas independentes, como a Agência Lupa e o Projeto Comprova, este último ligado à Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji). Entre as plataformas brasileiras de checagem, há quatro que seguem um código internacional de princípios da IFCN. São elas: Aos Fatos, Estadão Verifica, Agência Lupa e Uol Confere (IFCN, 2023).

3 CRISE DE CONFIANÇA NA IMPRENSA E DESINFORMAÇÃO

Este capítulo identifica o cenário contemporâneo, em que estão presentes e se relacionando mutuamente o jornalismo e a desinformação, bem como produzindo reflexos na democracia. A primeiro desses elementos é o jornalismo, que de acordo com Groth (2011) tem como principais características: a periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade.

A imprensa, desde que surgiu, interage com os mecanismos democráticos. O acesso à informação é considerado um valor importante, por exemplo, nas democracias contemporâneas. Do mesmo modo, o jornalismo pode ser uma ferramenta para ajudar na manutenção da democracia, como propõe Figueira (2023), ao considerar que a defesa dos valores democráticos seja um critério editorial para a seleção do que é notícia.

A forma de atuação da imprensa se mostra ainda mais importante em um contexto de crise. Ao considerar-se um cenário mais amplo, há antes de tudo uma crise de representação nas instituições, que por sua vez desencadeia uma crise que afeta também o jornalismo - enquanto instituição. O impacto disso pode ser observado por meio dos dados da Digital News Report de 2022 e 2023, que apresenta o comportamento do consumo de notícias em vários países em um momento em que a desinformação faz parte do ambiente comunicacional.

Soma-se a isso oscilações decorrentes da desinformação. Exemplo concreto foi o episódio do 8 de janeiro de 2023 no Brasil, que sugere como a desinformação pode afetar a democracia. Os conteúdos falsos, se opõe tanto ao jornalismo quanto aos valores democráticos. Podem ser compreendidos como uma forma de exercício do poder, por meio da tentativa de propagação de pensamentos hegemônicos.

Os conteúdos falsos, devido aos danos causados na sociedade, tem sido objeto de estudos. Isso pode ser demonstrado por meio de pesquisas científicas recentes sobre desinformação, que buscam investigar este novo fenômeno.

3.1 CARACTERÍSTICAS DO JORNALISMO

Ao se referir ao que chama de ciência dos jornais, Otto Groth (2011) explica que o campo teve que conquistar espaço entre as ciências e ainda busca reconhecimento. Ele afirma, na primeira parte do livro “O poder cultural desconhecido”, que os jornais são produto da cultura, ou seja, resultado do conjunto das “criações mentais humanas, que cresce e muda continuamente” (Groth, 2011, p. 33).

O autor também aborda a diferença entre a experiência real e o modelo ideal como elementos que orientam a produção. O jornalismo, enquanto pertencente a um sistema cultural,

passa por processo de relação entre a realidade concreta e as ideias abstratas - que são os objetivos aos quais se deseja alcançar.

De acordo com Groth (2011), os conceitos teóricos não são rígidos e, portanto, não têm validade por tempo indeterminado. Por não se tratar de algo definitivo, uma forma de identificar se ainda são válidos é por meio da verificação constante. Segundo ele, os fenômenos são mutáveis. Constantemente, na história, ocorrem transformações e isto também se aplica ao jornalismo.

Na segunda parte do livro, Groth (2011) descreve as quatro principais características do jornalismo, que continuam atuais ainda hoje: a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade (circulação). Ele também afirma que o jornal é a “obra”, quer dizer, o conjunto onde as notícias estão publicadas. O autor também diferencia o jornal, como algo imaterial e pertencente ao campo das ideias, do empreendimento jornalístico.

Entre as características descritas por Groth (2011), a primeira é a periodicidade. Segundo ele, este é um dos elementos objetivos que diferencia o jornal de outras publicações, como boletins, cartilhas e circulares, por exemplo. Portanto, trata-se de uma característica essencial e que faz parte da natureza do jornal.

Vários fatores determinam a periodicidade, ou seja, o intervalo entre uma publicação e outra. Tanto as necessidades das pessoas como os costumes afetam o tempo, assim como as condições de vida da sociedade, as formas de produção econômica e a cultura refletem na periodicidade do jornal. Em resumo, ela é o resultado das necessidades sociais.

Ao introduzir o segundo conceito, da universalidade, Groth (2011) escreve que o ser humano precisa orientar suas ações e, para isso, precisa conhecer sobre o que acontece no mundo. Daí advém a importância do jornal, uma vez que se trata do principal meio para fazer essa mediação entre as pessoas e os acontecimentos. Apresentar conhecimentos sobre diversas áreas, confere a característica de universalidade ao jornal.

[...] pertencem ao conteúdo do mundo diante de si, além dos “fatos”, as opiniões e as representações, as intenções e os objetivos, as ideias e os valores dos “outros” também, tanto dos indivíduos como do coletivo, conhecê-los de modo mais rápido e integral possível é igualmente indispensável a cada um” (Groth, 2011, p. 172, 173).

A universalidade está associada à perspectiva de que tudo pode ser objeto do jornalismo. Não que o jornal necessariamente consiga incluir tudo na sua cobertura. Mas tudo o que acontece no mundo e desperta interesse pode ser objeto de pauta. Desta maneira, é algo que deve ser almejado pelo jornalismo, como um objetivo a ser alcançado (como ideal), de

preferência por meio de uma cobertura equânime. O que não é produzido tendo como parâmetro a busca pela universalidade é criticado.

Um exemplo disso são os jornais de partido - e o mesmo vale para os jornais de governo e confessionais - que pensam poder ver tudo pelas lentes do partido e ter que excluir e negligenciar tudo que não pode ser visto com estas. Não foi por acaso que estes jornais foram desapossados do caráter de jornal. Estes, que tanto estreitam e elaboram o necessário e útil do mundo diante do seu público, não tem universalidade [...] (Groth, 2011, p. 184).

De acordo com o autor, a universalidade se amplia quando há menos limitações exercidas pelos poderes sobre os jornais, como intervenções e filtros sobre os conteúdos. Groth (2011) exemplifica que isso pode ocorrer por meio da interferência de uma classe dominante que não deseja um noticiário livre. Isso demonstra, segundo ele, a pressão de interesses sobre os jornais - que devem manter a universalidade e não se restringir a interesses, nem mesmo dos leitores.

A universalidade no jornal, por sua vez, está sempre atravessada pela perspectiva do atual, do presente. De acordo com Groth (2011), no conjunto dos acontecimentos que servem para direcionar as decisões das pessoas no mundo, o mais importante não está nem no passado, nem no futuro, mas no que acontece agora. Do ponto de vista conceitual, ele afirma que é da universalidade que o atual emerge. Assim, surge a terceira característica fundamental do jornal: a atualidade.

A atualidade quer dizer tanto o presente como aquilo que é novo. A novidade, conforme escreve Groth (2011), diz respeito àquilo que passou a ser conhecido e que até então não se sabia. Mais do que isso, existe um anseio pela simultaneidade, também como um objeto ideal do jornalismo. é por isso que o jornal se esforça para mediar rapidamente os acontecimentos e levá-los o mais rápido possível para as pessoas.

Em função dessa busca, “o ‘ser ultrapassado’ é o perigo que sempre paira sobre o jornal” (Groth, 2011, p. 235). De acordo com o autor, a atualidade é uma das características que faz com que o jornal seja importante para a sociedade contemporânea. E naquela época ele já descreveu algo que permanece atual, que é a aceleração no ritmo de vida das pessoas - que pode causar uma antecipação do futuro.

Segundo a perspectiva de Groth (2011), não seria tão fácil as notícias avulsas chegarem até as pessoas se elas não estivessem reunidas em uma “obra”, qual seja, o jornal. Assim, é o jornal que concretiza a quarta característica: a publicidade. Para ele, a publicidade está ligada à ideia de descentralização da imprensa e de diversidade de público. Portanto, está diretamente vinculada à audiência ou circulação do produto.

A publicidade também envolve tornar uma informação conhecida e pública. Em oposição, estariam as informações privadas. Groth (2011) compara o conceito de publicidade ao de coletividade. Desta maneira, o papel exercido pelo jornal equivale ao de uma função pública e não tem relação com a publicidade do empreendimento, mas sim com a sua acessibilidade em geral.

A principal função da publicidade é tornar o jornal acessível a um maior número de pessoas e o que se busca de modo ideal, por meio do jornalismo, é atingir proporcionalmente a pluralidade das pessoas. Por esta razão, a ideia está associada, também, à uma dimensão de descentralização da imprensa, de modo a alcançar maior diversidade de consumidores.

3.2 RELAÇÕES ENTRE JORNALISMO E DEMOCRACIA

A invenção da prensa por Gutemberg, em 1447, inaugurou a era do jornal moderno. A prensa permitiu o livre intercâmbio de ideias e cultura, disseminando o conhecimento. Relatos orais deram lugar à circulação de textos impressos a partir do uso dos tipos móveis no fim do século 15, na Europa. Essas publicações passaram a ocorrer de forma periódica durante o século 17, até passarem a ser diárias (Rüdiger, 2017).

A democracia liberal surgiu em meados do século 17, na Inglaterra, com o fim do absolutismo. A teorização sobre a concepção moderna de democracia começa a ser desenhada no século 18, com as revoluções burguesas. A defesa da liberdade, um dos lemas da Revolução Francesa, de 1789, passou a ser também o grito de ativistas em prol da democracia.

Na transição dos regimes absolutistas para os democráticos a imprensa já estava constituída e atuante. Assim, na linha da história, a ideia de imprensa e de democracia em muitos momentos se entrelaça. Inclusive, com a incorporação do ideal iluminista de liberdade como um princípio fundamental. Assim, tem-se a liberdade de imprensa como base para um Estado democrático.

Os meios de comunicação, por muitas vezes estarem a serviço de quem detém o poder, segundo Ramonet (s.d.), representam problemas ao sistema democrático. Ao mesmo tempo, a disseminação da internet e as transformações que se seguiram agravam a tensão entre a sociedade e os meios de comunicação.

A confiança nas informações - fator que sedimenta a relação entre meios de comunicação e seus consumidores - é um dos aspectos em deterioração, segundo Ramonet (s.d.). Ele afirma que tanto os leitores como os próprios meios de comunicação se transformaram., com estes últimos assumindo linhas editoriais cada vez mais gerais, para atingir a um público maior, com perda da identidade política.

Quando se trata do campo jornalístico, é possível considerar que a rapidez cada vez maior das notícias, a falta de análise e os erros de apuração criaram um ambiente favorável para os conteúdos falsos. As informações se sobrepõem com uma rapidez sem precedentes. Ramonet (s.d.) alerta que um dos aspectos básicos do jornalismo está se perdendo, ou pelo menos sendo deixado para segundo plano: a análise. Desta forma, antes que se compreenda um acontecimento, algo novo aparece e não há chance de se aprofundar nos fatos.

O processo de aceleração da notícia (Ramonet, s.d.) está acompanhado de erros que desgastam a confiabilidade da informação. Assim, a repetição é o que atesta sua veracidade, e não os fatos em si. Segundo ele, o que se percebe é que na compreensão das pessoas, uma informação passa a ser tomada como verdadeira quando todos os meios de comunicação a consideram verdadeira (Ramonet, s.d.).

Apesar das críticas à atuação da imprensa, o jornalismo continua tendo papel fundamental na democracia. A teoria liberal da mídia elegeu certos ideais democráticos como fundamentais para o funcionamento da grande imprensa nas sociedades capitalistas. Muitas dessas características são provenientes da teoria da responsabilidade social e das exigências estipuladas pela Comissão de Liberdade de Imprensa de 1947 (Matos, 2008).

As funções esperadas de uma imprensa livre, segundo a autora, são: a) informar - para auxiliar que as pessoas compreendam os processos de governo e decisões que interferem em suas vidas; b) monitorar - fiscalizar os agentes públicos, bem como exercer vigilância crítica (função cão de guarda); c) estimular a cidadania - para que haja o debate público de qualidade em torno das políticas que são importantes para a sociedade, assim como propagação cultural e educacional.

O direito à informação também está vinculado à concepção de democracia. As pessoas devem ter acesso a informações confiáveis, que auxiliem na compreensão do mundo e na tomada de decisões. Em estudo sobre as contribuições do jornalismo para o processo democrático brasileiro após o período da ditadura, Matos (2008) identificou que o jornalismo tem efeitos positivos para a saúde da democracia.

Outro lado dessa mesma perspectiva permite considerar que a democracia sofre quando a imprensa é cerceada de seu trabalho. Trata-se de uma relação diretamente proporcional, ou seja, quanto menos democracia, menos jornalismo; e menos jornalismo resulta em uma redução na qualidade da democracia.

A defesa das liberdades civis, entre elas a liberdade de imprensa, é uma condição necessária de todo governo democrático. Nas democracias liberais, os sistemas de comunicação

são vistos como essenciais para o exercício completo dos direitos de cidadania. Ao que Matos (2008) escreve:

A mídia tem um papel central na mediação e na promoção do debate, permitindo e criando canais para o público ampliar sua participação no processo de decisão política, o que auxiliará na expansão de uma cidadania bem-informada que saberá exercer seus direitos (Matos, 2008, p. 12).

Matos (2008), durante a pesquisa, fez uma pergunta fundamental que se pode trazer para o contexto atual: (o jornalismo) trabalhou para defender os valores democráticos? Essa é uma forma de questionar se a prática evitou apenas reproduzir pontos de vista oficiais, bem como se se afastou da disseminação de preconceitos e de práticas sensacionalistas.

Este tipo de reflexão ajuda a qualificar os conteúdos jornalísticos, bem como a conduzir a produção das notícias. Hoje, em um cenário diferente daquele pesquisado por Matos (2008), essa indagação segue pertinente. Ainda nesta linha de pensamento e ao considerar as questões atuais da comunicação, de uma perspectiva a partir de Portugal, o professor João Figueira (2023) afirma que é papel do jornalismo assumir uma postura radical de defesa da democracia.

Colocados perante as tendências políticas e econômicas que marcam o tempo presente e toda a sua nuvem de incertezas, entendemos — e é nossa proposta — que é fundamental que o jornalismo seja capaz de se assumir sem a menor hesitação ou tibieza, no papel e ação de um democrata radical (Figueira, 2023, p. 196).

Figueira (2023) também destaca a existência de uma relação entre jornalismo e democracia. Segundo ele, o jornalismo é fundamental nas sociedades para garantir que as pessoas sejam informadas - o que também está ligado ao objetivo da democracia. Este seria, ao menos, o cenário ideal que se almeja. O ambiente democrático, segundo ele, está relacionado a um ambiente de liberdade, em que as ideias podem ser propagadas.

Ao se adaptar à lógica das redes sociais, o jornalismo por vezes cede às preferências da audiência, assim, “do gosto pelo que é mais popular” (Figueira, 2023, p. 187). Nesse cenário passa a ter mais relevância o entretenimento e a rapidez da informação. Isso acontece devido à relevância que as redes sociais alcançaram no atual ecossistema midiático e com a mudança para um ambiente de comunicação em rede.

O jornalismo, diante da velocidade e do uso das redes sociais, cede ao ritmo trazido por essas novas tecnologias. Passa a valer o que Figueira (2023) denomina de ditadura do instante. Isso desencadeia uma maior disputa pelas audiências, e um dos desdobramentos é que o jornalismo passa a perseguir os gostos populares.

Figueira (2023) também menciona uma onda populista de direita, nos moldes do que já foi abordado no segundo capítulo deste trabalho. Ele menciona principalmente exemplos da

Europa, mas também fala do caso do Brasil, por meio do bolsonarismo. Ele ainda cita os jornalistas, assim como a própria liberdade de informação, como alvos desses movimentos.

O neopopulismo contemporâneo vive, pois, paredes-meias com os média e com a informação mais popular e menos exigente, a qual, como se sabe, alimenta-se como orgulhosamente diz, do que as pessoas querem e gostam de ver, ouvir ou ler (Figueira, 2023, p. 200).

Um questionamento apresentado por ele é pertinente e deve ser considerado para garantir o processo de seleção editorial: "De que modo esta notícia ou esta reportagem contribui para o reforço da democracia e melhora a qualidade da vida democrática?" (Figueira, 2023, p. 198). Essa pergunta serve como uma espécie de guia ético, que vai conduzir os jornalistas para a produção de conteúdos que, além de informativos, também sejam capazes de contribuir para fortalecer os valores democráticos.

É também um filtro para evitar que posições antidemocráticas sejam disseminadas pela imprensa sob a justificativa de permitir a pluralidade de vozes ou em nome de uma suposta liberdade de expressão.

A partir do pensamento de Figueira (2023), percebe-se um chamamento para que o jornalismo perceba os riscos presentes para a democracia. Assim, quando houver algum conteúdo que contrarie ou se oponha aos valores democráticos, este deve ser criteriosamente avaliado por meio de aplicação de critérios editoriais comprometidos com a defesa da democracia.

O que se espera dos jornalistas, segundo Figueira (2023), é que sejam democratas radicais. Isto significa defender os valores fundamentais da democracia. Diante disso, fica evidente que a defesa dos valores democráticos deve passar a se configurar como um princípio ontológico do jornalismo no presente - especialmente em função do papel que a imprensa desempenha para uma sociedade informada.

Um relato neste caminho, diz respeito a uma iniciativa do Washington Post de 2022, que Figueira (2023) traz como exemplo. Trata-se da criação de uma equipe de democracia pelo jornal, com o objetivo de melhorar especialmente a cobertura dos processos eleitorais e dos assuntos relacionados à política.

No que compete ao jornalismo, Figueira (2023) é enfático ao afirmar que diante desta nova realidade, nenhuma razão pode ser usada como justificativa para tratar de forma igual aquilo que é desigual, como considera. Muito menos quando se trata dos princípios democráticos, valores que são classificados pelo autor como conquistas civilizacionais.

3.3 NEOLIBERALISMO, INDIVIDUALISMO E CRISE DE REPRESENTAÇÃO

As plataformas de redes sociais surgem como espaços alternativos de interação em um contexto social marcado pelo acentuado individualismo, que é um reflexo direto da cultura neoliberal. Há um desgaste dos vínculos coletivos, deixando as pessoas mais isoladas umas das outras e distanciadas de causas em comum.

Instituições tradicionalmente coletivas, como os sindicatos, enfrentam um período de declínio. Eles já não são vistos como pontos de referência e estão perdendo a adesão dos trabalhadores. Ao discorrer sobre as relações de trabalho contemporâneas, o sociólogo Ricardo Antunes (2018) contextualiza que uma das causas de adoecimento no ambiente de trabalho tem como pano de fundo o crescente processo de individualização do trabalho e a ruptura do tecido de solidariedade antes presente entre os trabalhadores.

Parte das instâncias que favoreciam esse sentimento de coletividade, de pertencimento - conforme contextualiza o professor e sociólogo brasileiro - manifestava-se na capacidade de mobilização coletiva e na presença de entidades sindicais politicamente fortalecidas. Da mesma forma que os sindicatos, outras instituições de referência estão passando por processos semelhantes de desgaste.

Pode-se dizer que este exemplo faz parte de uma crise mais ampla de credibilidade, que afeta também partidos políticos, o Estado e o campo do jornalismo - todos experimentando certo descrédito em relação às suas bases e à população em geral. Trata-se da junção da crise de representação de interesses com a crise identitária de que fala Castells (2018).

Conforme o sociólogo espanhol, os cidadãos sentem que suas vozes não são ouvidas e que não são representados adequadamente pelos líderes e parlamentos; os partidos políticos parecem priorizar interesses próprios em detrimento do bem comum; e há a percepção dos governos como corruptos e burocráticos, ou seja, desconectados das necessidades e desejos da população (Castells, 2018).

As relações contemporâneas são fruto de uma sociedade neoliberal que começou a se delinear por volta da década de 1970. O neoliberalismo é a terceira etapa do capitalismo moderno - depois das revoluções corporativa, financeira e administrativa (Duménil; Lévy, 2014). Nesta fase, a atuação das instituições financeiras tem papel determinante. A administração financeira é separada da propriedade privada e emerge uma nova classe gerencial - em paralelo às classes capitalistas e populares.

A consequência é o aparecimento de uma ideologia neoliberal, que é a manifestação dos objetivos das classes dominantes. Ou seja, o neoliberalismo não se restringe às relações

econômicas. Passa a refletir na forma de pensar da sociedade, no modo como se organiza e se expressa. Contribuiu para isso a celebração de uma espécie de pacto entre as classes gerenciais e as classes capitalistas - dando origem a um compromisso à direita na luta de classes (Duménil; Lévy, 2014).

A partir de considerações presentes na obra do filósofo italiano Antonio Gramsci, Liguori e Voza (2017) afirmam que são muitos os significados para a democracia. Também que as ideias democráticas em alguns momentos se alinham e em outros se opuseram às ideias liberais. Deste modo, Gramsci compreende que existe uma democracia burguesa, hostil aos proletários (Liguori; Voza, 2017).

Vitullo (2017) se opõe ao conceito de democracia burguesa a partir da revisão de autores como Benjamin Constant, Aléxis de Tocqueville, Joseph Schumpeter, Gabriel Almond e Sidney Verba, e Samuel Huntington. Ele endossa que a democracia moderna rejeita a participação das camadas mais baixas da sociedade, por serem consideradas inferiores. Motivo pelo qual seria equivocado falar em democracia burguesa, uma vez que ao longo da história a burguesia buscou limitar a democracia.

Esse modelo de democracia, sob a cultura neoliberal, expressa uma crise ainda mais profunda. Trata-se da ruptura na relação entre governantes e governados. Essa característica está refletida no sentimento geral de que as instituições políticas não representam os cidadãos. Vitullo (2017) observa que esta percepção é um indicativo do processo de colapso da democracia liberal.

O sistema hegemônico de comunicação, hoje em rede e mundialmente interligado, opera como peça importante para a disseminação ideológica, entendimento formulado no período da comunicação de massa. Ao longo do tempo, foi comum uma convergência dos conglomerados midiáticos com interesses políticos, de modo a organizar o consenso e o exercício da hegemonia em nível internacional (Bolaño, 2022) e ao mesmo tempo fazer com que as pessoas não tenham contato umas com as outras (Chomsky, 2003).

Para essa engrenagem comunicacional funcionar, foi necessário um elemento que data da década de 1980, quando ocorreram reformas e privatizações do setor de telecomunicações mundo afora (Bolaño, 2022). O desenvolvimento das telecomunicações, juntamente com a informática e a radiodifusão, criou o ambiente propício para a transformação digital. Assim, hoje nossas vidas são mediadas pelo uso da tecnologia e por ambientes virtuais, seja nas relações sociais ou no trabalho.

As novas tecnologias têm promovido a virtualização das interações sociais, distanciando as pessoas do contato pessoal e direto, o que contribui para um crescente isolamento individual.

Para Chomsky (2003), deixar as pessoas isoladas é isolar os pensamentos. Quando as pessoas se encontram separadas, a capacidade de compreensão e de interferir na realidade fica limitada.

A chave para compreender esse processo foi dada pelo próprio Chomsky (2003), quando fala do perigo das pessoas se envolverem em assuntos importantes, pois há potencial para mudar as formas de distribuição de poder. Por isso, os mecanismos ideológicos, entre eles o domínio da comunicação, se tornam importantes para tentar manter as pessoas afastadas das esferas de decisão. Isso permite a predominância dos interesses hegemônicos.

Chomsky (2003) também analisa os efeitos da mídia sobre as pessoas e a enxerga como capaz de manipular a opinião pública nos estados democráticos, por meio do uso de táticas de apresentação da informação que favorecem os interesses hegemônicos, ou seja, aqueles das classes dominantes.

Pode-se identificar o pensamento gramsciano nas raízes dessa formulação. Em Gramsci, o exercício do voto, pelo qual se concebe a soberania popular, é percebido como uma manifestação do predomínio ideológico. A ideia de democracia se relaciona, então, à de hegemonia - a partir do consenso derivado da relação entre quem governa e quem é governado (Liguori; Voza, 2017).

O conceito de hegemonia em Gramsci, conforme Liguori e Voza (2017), é uma maneira de entender como as elites mantêm o controle não apenas através da coerção direta, mas ao influenciar a forma de pensar das pessoas, atuando na produção do consenso. A prevalência de ideias é obtida por meio da orientação artificial da opinião pública, o que se dá por meio da comunicação e também da imprensa.

A base teórica para esses pensamentos é uma interpretação crítica da formulação marxiana de que “as ideias da classe dominante são, em todas as épocas, as ideias dominantes” (Marx; Engels, 1984).

A partir dessa discussão, é pertinente descartar a impossibilidade de jornalismo isentos, tomando por certo que se trata de uma ferramenta em disputa e que interessa a quem detém o poder. Assim a questão da imprensa na sociedade contemporânea envolve uma série de tensões internas e externas e segue o mesmo processo vivenciado por outras instituições: que é a perda de credibilidade.

Ao longo do tempo, o jornalismo se apoiou na repetição de padrões e na uniformização do modo de apresentar as notícias. Essa padronização permite, entre outras coisas, que essas práticas sejam mimetizadas. Desta maneira, conteúdos não-jornalísticos produzidos e disponibilizados na internet, podem ser percebidos pelas pessoas como se fossem jornalísticos - ampliando a cadeia de desconfiança na imprensa.

Soma-se a isso o fato de que, há algum tempo, havia limites mais bem definidos entre comunicação e informação - esta última, sendo a esfera em que opera o jornalismo. Nos últimos anos, o jornalismo se funde cada vez mais com outras esferas, o que pode ser compreendido como uma transformação em suas práticas, resultando, por conseguinte, em novos paradigmas.

Sobre esse aspecto, Ramonet (2012) observa a existência de uma confusão permanente entre comunicação e informação. Para ele, de um lado está a comunicação, cujo objetivo é passar mensagens que estão de acordo com os interesses privados, em especial de empresas e políticos, que buscam a valorização da mensagem. Enquanto objetivo do jornalista é informar, embora esteja cada vez mais difícil distinguir um comunicador de um jornalista.

A internet é apontada por Ramonet (2012) como uma quarta forma de comunicar - além da escrita, do som e da imagem - que passou a aglutinar todas as mídias e também as atividades de três esferas: cultura de massa, comunicação e informação. Com a revolução digital, a internet passou a unificar tudo, inclusive quanto ao poder econômico e financeiro mantido pelas empresas globais de tecnologia. Como exemplifica o jornalista e sociólogo:

Essas esferas antes eram autônomas. De um lado, a cultura de massa, com sua lógica comercial, suas criações populares, seus objetivos essencialmente mercantis. De outro, a comunicação, a publicidade, o marketing, a propaganda, a retórica da persuasão. Enfim, a informação, com suas agências de notícias, os boletins radiodifundidos ou televisionados, a imprensa escrita, os canais de informação contínua, os sites de informação, os blogues, o universo de todos os jornalismo (Ramonet, 2012, p. 57).

Ao estudar as características do jornalismo ao longo da história, Charron e Bonville (2016) chegaram a uma conclusão semelhante. Aspectos que surgiram a partir da década de 1980 fizeram o jornalismo caminhar para o que a dupla denomina jornalismo de comunicação. Mudanças trazidas com as transformações técnicas, diversificação do mercado de mídia, maior especificidade na produção dos conteúdos, uso de mais comentários, mistura entre discurso de imprensa e outras narrativas midiáticas, e ficção misturada à realidade são traços deste período identificados pelos autores.

Além disso, a globalização transformou a atuação dos conglomerados midiáticos, que se afastaram da ação informativa. “Eles não se comportam mais como mídias, mas como verdadeiros partidos políticos” (Ramonet, 2012, p. 62). A mídia, enquanto instituição que representa o jornalismo, entrou na guerra ideológica travada no campo político. Reduziu sua função de crítica e passou, em muitos casos, a atuar como oposição ideológica, nos moldes do que sugere o sociólogo e jornalista espanhol.

A redução global da confiança na imprensa, apontada pela pesquisa Digital News Report de 2023, do Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo (Newman, 2023), da Universidade de Oxford, no Reino Unido, indica a existência de uma crise de credibilidade que afeta não apenas a mídia, mas que está associada também com a democracia.

O estudo revelou que cerca de 40% das pessoas confiam em notícias nos 56 países pesquisados em 2023, com um aumento contínuo do número dos que evitam notícias - o que alcança 36%.

Esta tendência reflete na mudança dos hábitos de consumo de notícias, com uma queda significativa na preferência por sites jornalísticos (em torno de um quinto dos entrevistados) e um aumento na obtenção de notícias através de mídias sociais, mecanismos de busca e agregadores móveis, especialmente entre as pessoas mais jovens. A utilização de mídias tradicionais, como TV e jornais impressos, também segue em queda na maioria dos países.

No Brasil, o cenário não é muito diferente, mas apresentou algumas particularidades, de acordo com o Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo (Newman, 2023). A pesquisa destacou uma mudança nos canais de acesso às notícias, com uma diminuição no uso do *Facebook* (uma queda de 12 pontos em dois anos, para 35%) e um aumento na popularidade do Instagram e do TikTok. Quanto à mídia tradicional, a circulação dos jornais mais vendidos continua a cair, embora essa queda tenha sido menor que em anos anteriores.

Essas mudanças ocorreram em um momento marcado pela polarização política e pela disseminação de desinformação, o que pode ter afetado a confiança dos brasileiros nas notícias, mas aumentado o interesse em pagar por este tipo de conteúdo. O relatório do Instituto Reuters liga a disputa presidencial de 2022 a uma redução na evasão de notícias. Trata-se de uma queda de 13 pontos na evitação de notícias - de um pico anterior de 54% para 41% em 2023.

O documento destaca os protestos desencadeados após a eleição do presidente Luiz Inácio Lula da Silva - com a ocupação das instalações dos três poderes em Brasília, em 8 de janeiro de 2023 - como consequência da disseminação de informações falsas e da mobilização por meio de plataformas digitais e aplicativos de mensagens.

A Digital News Report de 2022 (Newman, 2022c) já vinha indicando a mesma tendência. A pesquisa foi realizada em 46 países de seis continentes, o que cobre cerca de metade da população mundial. Dados gerais indicam que a confiança nas notícias caiu em praticamente metade dos países pesquisados. Naquele ano, em média, 42% dos entrevistados afirmaram confiar na maioria das notícias na maior parte do tempo. O interesse por notícias caiu em todos os mercados, de 63% em 2017 para 51% (Newman, 2022b).

Em contrapartida, a quantidade de consumidores que afirmaram evitar notícias, com frequência ou às vezes, aumentou. Uma parcela significativa dos entrevistados alegou que as notícias têm um efeito negativo em seu humor. Entre os mais jovens e menos instruídos, uma afirmação que se repetiu foi de que as notícias são consideradas difíceis de acompanhar e também de compreender (Newman, 2022b).

Em todo o mundo, 47% dos entrevistados afirmaram estar muito ou extremamente interessados em notícias em 2022. Em 2015, esse índice era de 67%. De acordo com conclusões do relatório, alguns países que contrariaram essa tendência ou onde a queda na confiança em notícias foi mais lenta são os mais ricos da Europa Central e Ocidental, bem como com menos oscilações políticas e econômicas nos últimos anos (Newman, 2022b).

No Brasil, também conforme o Relatório de Notícias Digitais 2022, 54% dos entrevistados escolheram não se informar, evitando notícias sempre ou às vezes. O número é o terceiro mais elevado entre todos os mercados pesquisados e está acima da média mundial, de 38%. Ainda de acordo com os dados, a tendência reflete uma espécie de “fadiga de notícias ruins” entre as pessoas (Carro, 2022).

A confiança em notícias no país, por sua vez, caiu de 60% em 2017 para 48% em 2022 em meio à antecipação de uma campanha presidencial altamente polarizada (Carro, 2022). Ao mesmo tempo, a principal fonte de notícia para 64% dos entrevistados são as mídias sociais digitais, acima da TV (55%) e do jornal (12%). Enquanto 75% responderam que utilizam o *smartphone* como principal dispositivo para acessar notícias.

Sobre o contexto político brasileiro, o relatório (Newman, 2022c) mencionou os ataques à imprensa promovidos pelo ex-presidente Jair Bolsonaro (2019-2022). O documento também cita a existência de tensão política e tentativas do então dirigente de desafiar as leis brasileiras, bem como os ataques realizados ao Supremo Tribunal Federal. O resumo destaca ainda a polarização política existente no país, com possíveis reflexos eleitorais.

Um dos dados do relatório é que, como já mencionado, o Brasil aparece em terceiro lugar em abstenção de notícias (54%) - o que equivale às pessoas que afirmaram que evitam se informar. Com pior colocação, aparece a Bulgária, em primeiro lugar da pesquisa, onde 58% evitam notícias; e a Turquia, com a segunda pior colocação, com índice de 56% de abstenção.

A partir da observação dos dados do Relatório de Notícias Digitais (Newman, 2022c), percebe-se um aumento na quantidade de pessoas que evitam se informar - com índices mais expressivos na Bulgária, Turquia e Brasil.

Ao estabelecer uma relação entre os três países³, percebe-se algumas características em comum. Um primeiro aspecto é que os três passaram por um processo de deterioração nas relações democráticas recentemente, a partir de dados do Instituto Internacional para a Democracia e Assistência Eleitoral (IDEA, 2021), em que a Turquia se destaca como o mais autoritário, seguido pela Bulgária e pelo Brasil, respectivamente.

Os países com maior abstenção em notícias no mundo também apresentaram, em comum, algum nível de instabilidade política. No caso da Bulgária, marcada pela dificuldade de eleger e manter um primeiro-ministro. A Turquia, pelas restrições às liberdades e oposição ao presidente. No Brasil, pela polarização política e ameaças antidemocráticas.

De acordo com o Digital News Report de 2022, entre os entrevistados, 48% afirmaram acreditar em notícias no Brasil; 35% na Bulgária; e 36% na Turquia. Já a mídia é considerada independente da influência indevida política ou governamental para 27% dos entrevistados no Brasil; 15% na Bulgária e 23% na Turquia. Ainda conforme a pesquisa, 46% (Brasil), 39% (Bulgária) e 50% (Turquia) compartilharam notícias por redes sociais, mensagens ou *e-mail*.

Quadro 1 - Dados da Digital News Report 2022

Dado/País	Brasil	Bulgária	Turquia
Acreditam em notícias em geral	48%	35%	36%
A mídia é independente da influência indevida política ou governamental	27%	15%	23%
Compartilham notícias por redes sociais, mensagens ou <i>e-mail</i>	46%	39%	50%

Fonte: Reprodução (Newman, 2022c, tradução própria)

A Bulgária é um país europeu com cerca de 7 milhões de habitantes, cuja capital é Sofia. Fica mais especificamente no Leste da Europa, situado na península dos Bálcãs - região montanhosa que se estende de parte da Sérvia até o Mar Negro (IBGE, [s.d]).

A região balcânica passou por inúmeros conflitos e por grande reconfiguração territorial nos últimos séculos. A Bulgária reflete essa instabilidade. O país recebe forte pressão migratória - o que fez o estado decretar situação de emergência (Euronews, 2022). Mas este não é o único

³ Não é objeto deste trabalho entrar na análise pontual de cada país, mas situar, de forma ilustrativa, os desdobramentos da desinformação nas democracias.

problema. Nos últimos anos, uma das principais características é a instabilidade política.

A Bulgária é uma república parlamentar. O governo é do primeiro-ministro, escolhido a partir de um parlamento eleito pela população. Em abril de 2021, terminou o governo de 12 anos do primeiro-ministro Boyko Borisov (Antonov, 2022). Desde então, pelos conflitos políticos, o país teve dificuldade em formar um governo estável. Foram realizadas três eleições parlamentares somente em 2021.

Em novembro de 2021, chegou ao poder o primeiro-ministro Kiril Petkov, mas alguns meses depois foi derrubado por uma moção de censura. Além da instabilidade política, a Bulgária é o estado-membro mais pobre da União Europeia. Convive com o aumento da inflação e com a desconfiança da população no Estado e no sistema político, que consideram atormentado pela corrupção (Lacher, 2021).

A Turquia, que tem uma porção territorial na Europa e outra na Ásia, possui cerca de 83 milhões de habitantes e a capital é Ancara. Lá, a crise política se deve, entre outras coisas, às restrições de liberdade e ao caráter autocrático do presidente Recep Tayyip Erdogan, que ocupa o poder desde 2003.

Entre 2014 e 2020, a classificação da Turquia caiu de "parcialmente livre" para "não livre" e o país passou a ser considerado o pior perpetrador de repressão transnacionalmente (Aslandogan, 2022). Após uma suposta tentativa de golpe da oposição, em 2016, as ações de repressão do governo se tornaram ainda mais extremas.

A censura política na Turquia tem implicações sobre a mídia, em especial a independente, cita o relatório do Instituto Reuters. Notícias que expõem o governo são bloqueadas ou removidas por decisões judiciais. Jornalistas independentes são frequentemente detidos ou enfrentam processos por escreverem sobre assuntos contrários ao governo. A violência física contra jornalistas em função de seu trabalho também é uma crescente no país (Newman, 2022a).

Em meio às questões políticas, a Turquia enfrenta ainda problemas econômicos e tem uma das maiores inflações mundiais: chegou a 80,2% em agosto de 2022. O país também sofre pressão migratória. Possui cerca de 3,6 milhões de refugiados sírios que, na visão de parte da população, disputam por vagas de trabalho (Lovisi, 2022).

O IDEA (2021), baseado na Suécia, criou os Índices de Estado Global da Democracia, um parâmetro para aferir o nível de democracia nos países. Dados gerais do estudo mostram que, em 2021, pela terceira vez nos últimos 20 anos, o número de democracias com declínio na qualidade de seus processos eleitorais superou o de avanços (IDEA, 2021).

Um ponto em comum, que é possível identificar entre Brasil, Bulgária e Turquia é o

declínio democrático vivenciado nos últimos anos, conforme o estudo do IDEA - os dados foram sintetizados e reproduzidos na próxima tabela. Os três países, de acordo com os índices, apresentaram deterioração em suas democracias considerando um período de comparação de 2010 para 2021.

Brasil e Bulgária, apesar do declínio, ainda são classificados como democracias. A Turquia, além da deterioração, foi considerada com características híbridas, em transição para uma autocracia. O levantamento do IDEA (2021) foi feito com base em quatro principais atributos: Governo Representativo, Direitos Fundamentais, Verificação do Governo e Administração Imparcial - considerando que quanto mais alto o índice, mais forte a democracia. O Quadro 2 apresenta o levantamento do IDEA (2021).

Quadro 2 - Índices de Estado Global da Democracia (2021)

País	Brasil		Bulgária		Turquia	
Ano	2010	2021	2010	2021	2010	2021
Governo Representativo	0,95	0,78	0,74	0,73	0,74	0,43
Direitos Fundamentais	0,68	0,60	0,68	0,64	0,49	0,36
Verificação do Governo	0,76	0,66	0,65	0,64	0,57	0,38
Administração Imparcial	0,52	0,47	0,49	0,46	0,49	0,35

Fonte: Reprodução, (Índices de Estado Global da Democracia, 2021, tradução própria)

Outra característica que se repete no Brasil, Bulgária e Turquia é a circulação, em algum nível, de *fake news* e desinformação. Essa característica, no entanto, foi destacada pelo relatório do Instituto Reuters apenas no capítulo referente à Turquia. Sobre o Brasil e a Bulgária não há menções específicas sobre esse aspecto no relatório - portanto, é difícil estabelecer uma comparação utilizando a mesma fonte.

Ao buscar notícias sobre Brasil e Bulgária, percebe-se a presença deste fenômeno. No Brasil, notícia de agosto de 2022 publicada no portal da CNN informa que 40% das pessoas afirmaram receber notícias falsas todos os dias. O levantamento, de acordo com o texto, foi

feito pela escola de jornalismo e organização de pesquisa Poynter Institute, com cerca de mil brasileiros (Guimarães; Rodrigues, 2022).

O The Sofia Globe, um portal de notícias búlgaro, divulgou uma pesquisa realizada pelo Eurobarômetro, feita em 27 países da União Européia entre abril e maio de 2022. Os dados indicam que na Bulgária houve mais pessoas que se sentiram expostas à desinformação em relação aos outros países do levantamento.

Os números da pesquisa apontaram que 55% dos búlgaros afirmaram ter sido expostos com frequência ou muita frequência a conteúdos falsos. A média de exposição em todo o bloco europeu é de 20% nestes mesmos quesitos (Sofia Globe, 2022).

Na Turquia, conforme o Digital News Report de 2022, informações falsas na internet são uma preocupação para 62% dos entrevistados, sendo que 53% afirmaram ter visto principalmente informações falsas sobre política e 46% sobre o coronavírus (Newman, 2022b).

3.4 IMPACTO DA DESINFORMAÇÃO NO BRASIL

Os ataques de 8 de janeiro de 2023 podem ser compreendidos como resultado da desinformação e das teorias conspiratórias, mostrando como esse ambiente pode levar a atos de violência contra instituições democráticas. Os acontecimentos indicam a possibilidade de a democracia ficar vulnerável à desinformação, uma vez que as manifestações foram organizadas principalmente a partir de informações falsas nas redes sociais digitais.

A ex-ministra do STF, Rosa Weber (2023) escreve que os alvos simbólicos dos ataques foram as instituições, ou seja, o legislativo, o executivo e o judiciário. Por trás desses ataques não havia informações sobre as instituições ou suas atividades, como explica Weber (2023), mas a criação de uma “realidade paralela”, a partir de conteúdos enganosos, por exemplo, sobre o sistema eletrônico de votação, alegações não-verdadeiras sobre os resultados das eleições, e conteúdos falsos sobre a atuação do poder judiciário.

Por isso, segundo Weber (2023, p. 25) é importante “compreender os mecanismos pelos quais a disseminação de desinformação opera”. O combate eficiente a esses mecanismos depende de informação. A liberdade de expressão é um dos fundamentos da democracia e de acordo com Weber (2023) está ligado ao combate às *fake news*.

A desinformação deliberada consiste em um abuso essencialmente fraudulento da liberdade de expressão, desbordando assim dos seus limites. Além disso, conteúdo desinformativo é frequentemente direcionado à manipulação de grupos vulneráveis e costuma estar a serviço da legitimação de discurso de ódio, que é uma modalidade de incitação à violência (Weber, 2023, pg. 33-34).

Weber (2023) escreve ainda que a propagação de desinformação nas eleições não é um fenômeno exclusivo do Brasil, mas uma questão que afeta processos eleitorais ao redor do mundo. Ela cita exemplos de como a desinformação tem sido usada para influenciar eleições em diversos países, e cita as eleições presidenciais dos Estados Unidos (2016 e 2020), as eleições na Colômbia (2018), além das eleições presidenciais do Peru (2021) e as eleições legislativas do México (2021). Ainda segundo Weber (2023), no Brasil a preocupação com a desinformação ficou evidente a partir da eleição de 2018.

Aquele ano foi o primeiro em que o judiciário precisou tomar medidas, uma vez que foi identificada a propagação em grande quantidade “notícias falsas, boatos e conteúdos enganosos sobre a justiça eleitoral e o sistema de votação” (Weber, 2023, p.26). Ela descreve esses conteúdos como ataques para reduzir a credibilidade do sistema eleitoral.

Weber (2023) menciona também um informe da Comissão Europeia datado de 26 de abril de 2018, segundo o qual, “ao menos 18 processos eleitorais foram contaminados pela manipulação desinformativa na Europa” (Weber, 2023, p. 25). Isso mostra a gravidade do problema e como a desinformação se transformou em uma ferramenta para interferir nos processos eleitorais, além de influenciar a opinião pública e os resultados das eleições.

De acordo com Weber (2023), tudo isso fez com que algumas medidas fossem adotadas pelo judiciário brasileiro. É o exemplo do Programa Permanente de Enfrentamento à Desinformação, do TSE, além de iniciativas como o Sistema de Alerta de Desinformação Contra as Eleições e a criação da página Fato ou Boato. Além disso, foi editada pelo TSE a Resolução 23.714/2022, que permite a remoção de conteúdos falsos, assim como a suspensão temporária de perfis, contas ou canais ligados à desinformação em plataformas digitais (Weber, 2023).

3.5 CONTEÚDOS FALSOS E PENSAMENTO HEGEMÔNICO

De acordo com Dourado (2021), o ambiente da desinformação, em especial por meio das *fake news*, se contrapõe às notícias e à prática do jornalismo. Estas últimas atuam como mediadoras no processo de compreensão da realidade, enquanto as *fake news* geram distorções no entendimento dos acontecimentos e, desencadeiam confusões e enganos.

Nessa linha, o conceito de *fake news* parece menos complexo do que se supõe no debate público e a própria estrutura terminológica sinaliza diretrizes objetivas. A principal distinção em relação aos outros tipos de informação falsa se volta à condição de notícia fraudulenta - ou falseada, ou fabricada (Dourado, 2021, p. 52).

Em especial os fatos políticos estão no centro deste tipo de conteúdo. No Brasil, as duas últimas eleições presidenciais, realizadas em 2018 e 2022, foram períodos de circulação de *fake news* sobre assuntos variados, envolvendo tanto os candidatos como o sistema eleitoral.

As *fake news* podem ser compreendidas ainda como ferramentas para a disseminação de ideias hegemônicas junto à sociedade. Como hegemônico, podemos compreender a predominância dos modos de pensar de um grupo social sobre toda a sociedade (Liguori; Voza, 2017).

Dicionário Gramsciano 1926-1937 (Liguori; Voza, 2017) resgata a bibliografia do filósofo Antonio Gramsci para apresentar em quais obras e em que contextos aparecem determinadas expressões, como hegemonia. Uma primeira acepção da palavra está atrelada à ideia de supremacia. Também está associada aos campos cultural e político, bem como à classe dirigente ou dominante. O conceito vincula-se ainda a uma combinação entre o uso da força e do consenso.

Marcondes Filho (2019) considera que, junto com as *fake news*, existem pelo menos três forças operando estratégias de supremacia e controle das forças políticas e econômicas.

O caso brasileiro atual indica a conjugação de pelo menos três grandes forças: uma militância política e digital constituída de grupos, blogs, movimentos ideologicamente cristalizados em torno de práticas segregacionistas, racistas, homofóbicas, operando junto a igrejas e grupos religiosos radicais; uma rede monopolista de comunicação - composta de televisão, jornais impressos, rádio, além de outros meios - que controla, influencia e muitas vezes até mesmo dirige os atos do aparelho político, judiciário e legislativo; um complexo internacional composto de empresas principalmente de energia (petróleo) associado a ações estratégicas do governo norte-americano, visando ampliar a exploração e a posse das reservas brasileiras (Marcondes Filho, 2019, p. 26).

A partir desta reflexão, compreende-se que uma parcela dos veículos de comunicação, entre eles os noticiosos, corroboram o pensamento hegemônico. Ao que podemos considerar que nos períodos eleitorais de 2018 e 2022, parte do pensamento hegemônico foi aquele propagado pela extrema-direita.

3.6 DISCUSSÕES SOBRE DESINFORMAÇÃO

A disseminação de desinformação impulsionou pesquisas e reflexões sobre este fenômeno, bem como articulou conceitos ligados ao tema. O ambiente de descrédito na verdade factual e da busca por versões mais alinhadas às percepções individuais das pessoas, compreendido como pós-verdade, também desencadeou discussões.

Existe um amplo estrato de informações imprecisas, que formam o ecossistema da desinformação, o que inclui conteúdos retirados do contexto, conteúdos manipulados para enganar, entre outros, até se chegar naqueles conteúdos inteiramente fraudados.

Diante disso, é importante conhecer os aspectos da desinformação que estão sendo abordados nas publicações científicas do campo jornalístico. Neste caminho, primeiro foi realizada uma busca preliminar no Portal de Periódicos Capes. Na pesquisa pelo termo "desinformação" foram encontrados 923 resultados no total, considerando todos os períodos. Ao filtrar as publicações entre 2019 e 2023, apareceram 599 resultados.

Na tentativa de delimitar melhor a busca, foi inserido ainda o filtro "periódico revisado por pares", que inclui apenas as publicações com essa característica. Também foram delimitadas apenas as publicações feitas em 2022. Assim, chegou-se a 94 publicações de diferentes campos do conhecimento, como filosofia e biologia, entre outros.

A partir daí, foi feita a opção por restringir ainda mais a busca, de maneira a delimitar as publicações relacionadas ao campo do jornalismo. Com este intuito, foram inseridos na busca a expressão "desinformação" e o tema "jornalismo", o que resultou em um total de 31 publicações, sendo 28 artigos e três dissertações.

Ao incluir o filtro "periódico revisado por pares" e delimitar o período das publicações entre 2019 e 2023, a busca resultou em nove publicações - sendo todos artigos. Diante deste universo, a opção foi por considerar todas as publicações. O resultado é referente à busca realizada em 12 de fevereiro de 2023.

Das nove publicações totais, percebe-se que uma delas estava repetida e apareceu duas vezes no resultado da busca. Trata-se do ensaio "*Fake news*, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística". Levando isso em consideração, chegamos a um universo de oito artigos, listados conforme tabela abaixo.

Quadro 3 - Relação de trabalhos sobre desinformação

1	" <i>Fake news</i> ", pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística	https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/33105/19358
2	A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará	https://revista.ibict.br/liinc/article/view/5339

3	Jornalismo à deriva no mar da pós-verdade: a busca da verdade como método	https://revista.ibict.br/liinc/article/view/4558
4	Verification initiatives in the scenario of misinformation. Actants for integrated plans with multi-level strategies	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1215
5	VERIFIC.AI application: automated fact-checking in Brazilian 2018 general elections	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1178
6	<i>Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues</i>	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1211
7	<i>The agenda of disinformation: "fake news" and membership categorization analysis in the 2018 Brazilian presidential elections</i>	https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1187
8	Narrativas sobre vacinação em tempos de <i>fake news</i> : uma análise de conteúdo em redes sociais	https://www.scielo.br/j/sausoc/a/JwG8Jqrw8R9vWGN4MvXL7qj/?lang=pt

Fonte: Elaboração própria a partir do Portal de Periódicos Capes (2019, 2020, 2021)

"*Fake news*, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística" (De Souza, 2019) trata-se de um ensaio teórico conceitual que aborda as *fake news* a partir do conceito de pós-verdade e de pós-modernidade, articuladas com uma crítica materialista.

Na construção, o texto apresenta os conceitos de irracionalismo e decadência ideológica para explicar a dissolução da ideia clássica de verdade, além e contextualizar o ambiente em que estes conteúdos começam a aparecer, em decorrência de divergências produzidos pelo capitalismo em crise.

Desemprego estrutural, desigualdades sociais catastróficas, destruição ambiental sem precedentes, conflitos étnico-raciais, discriminação cavalgar contra imigrantes, criminalização dos movimentos sociais, golpes políticos, estado policialesco em regime constante de exceção, pauperização dos trabalhadores, precarização acentuada da vida cotidiana (De Souza, 2019, p. 5).

O autor destaca que os discursos prevalecem com o uso de jogos de poder ante a realidade. Segundo ele, as emoções das pessoas são manipuladas com fins políticos. O texto argumenta ainda que não há como o jornalismo fazer frente a este ambiente desinformativo por

meio do trabalho de *fact-checking*, uma vez que só seria possível se opor ao irracionalismo quando se combater a ordem exploratória do capital.

De Souza (2019) também fala em desinformação jornalística e afirma que as *fake news* caracterizam uma prática de perda da razão no processo de construção noticiosa - e deixa à margem o fato de que tais conteúdos não podem ser confundidos com notícias, mesmo que de algum modo simulem ou tentem uma aproximação com a forma da notícia.

O artigo "A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará" (Javorski; Bargas, 2020) foca a discussão na importância do jornalismo, entidade responsável pela prestação de informação qualificada, em contextos de desertos de informação.

O trabalho utiliza, para isso, pesquisa de campo com entrevistas semiestruturadas com cidadãos de Rondon do Pará (Pará), bem como na observação participante em portal de notícias local. A partir dos critérios que caracterizam deserto de notícias, Javorski e Bargas (2020) concluem que Rondon do Pará se enquadra neste conceito.

Rondon do Pará, cidade com 52.357 habitantes do Sudoeste paraense, tem registrado no Atlas [da Notícia] quatro veículos, sendo uma emissora de rádio e três de televisão. Mas, efetivamente, conforme verificamos a partir deste trabalho, o que existe na cidade são duas emissoras de rádio, sendo uma comercial e outra comunitária. Não há nenhum veículo impresso jornalístico e nem registro de revista ou jornal impresso nacional ou regional que circule na cidade, nem mesmo da cidade média mais próxima, Marabá, a 155 quilômetros. Também não existe nenhuma agência ou assessoria de imprensa com equipe formada por jornalistas profissionais" (Javorski; Bargas, 2020, p. 4).

Javorski e Bargas (2020) articulam o trabalho com alguns conceitos dos estudos contemporâneos de desinformação, contexto em que incluem as *fake news* - compreendidas como artigos noticiosos propositalmente falsos, capazes de serem verificados como tal, e que podem enganar as audiências. As autoras apontam o crescimento de informações desqualificadas e falsas sobre a pandemia de Covid-19.

A amostra da pesquisa foi constituída de 19 participantes e os resultados mostram que 58% das informações recebidas são de pessoas comuns, que produzem os conteúdos, e 35% provenientes de meios de comunicação. Mais da metade dos entrevistados recebem informações sobre a pandemia principalmente por redes sociais digitais.

De acordo com o trabalho de Javorski e Bargas (2020), o *WhatsApp* é o principal meio para 32% e 72% dizem receber informações enviadas em grupos. Contraditoriamente, todos os entrevistados para a pesquisa afirmaram não confiar nas mensagens que recebem pelos grupos. As fontes de informação identificadas na pesquisa são plataformas de mídias digitais.

Os dados da pesquisa são relacionados pelas autoras ao processo de desinformação. A internet é apontada tanto como um recurso de enfrentamento à Covid-19 como um meio de difusão de informações falsas. O jornalismo, por sua vez, é apontado como solução diante da ausência de informação confiável.

Como situar a verdade no contexto da desinformação? Esse é o esforço do terceiro trabalho que aparece na ordem de busca: "Jornalismo à deriva no mar da pós-verdade: a busca da verdade como método". No artigo, Lins, Rocha Junior e Souza (2019) apresentam a hipótese de que delimitar o conceito de verdade pode ser uma solução na era da pós-verdade.

O texto recupera da filosofia as teorias da verdade, destacando as principais: correspondência, coerência, pragmatista e da verificação ideal. Para eles, o jornalismo se aproxima da correspondência com o real, que diz respeito aos fatos no mundo.

A isso, os autores acrescentam a noção de relativização da verdade, parte do contexto da desinformação, e lembram que uma das características da pós-verdade é a prevalência da emoção em detrimento dos fatos objetivos. O texto associa o ambiente à relativização pós-moderna, que colocou em xeque as verdades universais.

Como objeto, o trabalho de Lins, Rocha Junior e Souza (2019) analisa as definições de verdade apresentadas aos leitores pelas principais plataformas de *fact-checking*. E, assim, os autores concluem que a verificação pode ser a saída para o jornalismo, mas identificam que não é uniforme e transparente a definição de verdade das agências de verificação.

O quarto trabalho é "Verification initiatives in the scenario of misinformation. Actants for integrated plans with multi-level strategies" (López-García; Vizoso; Pérez-Seijo, 2019). Os autores são da Universidade de Santiago de Compostela, na Espanha, e a publicação é da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). A produção revisa as ações adotadas por diferentes atores para combater de algum modo os conteúdos falsos.

O trabalho aponta que a desinformação não é uma particularidade do presente e que são publicações criadas para servir à causa de quem as difunde. O artigo delimita as *fake news* como peças que imitam as fórmulas e a aparência de notícias, produzidas para confundir.

O estudo de López-García; Vizoso e Pérez-Seijo (2019) contextualiza que o cenário jornalístico é marcado pelo ritmo acelerado de produção e consumo de informações, associado à efemeridade dos temas abordados. Os autores apontam ainda que os conteúdos falsos possuem duas principais finalidades: econômica e ideológica, bem como mencionam a capacidade dos conteúdos falsos de colocarem alguns temas na agenda pública.

Na avaliação dos autores, governos e instituições públicas estão adotando medidas de contenção aos conteúdos falsos, entre elas ações de regulação. A imprensa, por sua vez, assumiu

como principal estratégia a verificação de conteúdos. As organizações de tecnologia, conforme a análise, também implementaram mecanismos, cada um à sua maneira, contra a difusão de mensagens não-verdadeiras. Assim, conclui-se que esforços, em diferentes esferas, estão sendo empenhados contra a desinformação.

O quinto artigo “VERIFIC.AI application: automated fact-checking in Brazilian 2018 general elections”, de Rocha Jr; Lins; De Souza; Libório; Leitão; Santos (2019), é resultado de uma pesquisa aplicada para testar uma plataforma criada para auxiliar os usuários a identificar a veracidade de conteúdos sobre política que circularam nas eleições de 2018.

O trabalho se refere à plataforma Verific.ai, mecanismo de automatização de checagens para sistema operacional Android. O teste da ferramenta chegou a alguns resultados, que são relatados no trabalho.

Do ponto de vista teórico, Rocha Jr. *et al.* (2019) partem dos conceitos de pós-verdade e ecossistema da desinformação. Para eles, uma das explicações para a criação de um ambiente de fragilidade da informação e de ascensão das *fake news* diz respeito à transição do ambiente de mídia de massa para um espaço digital.

Rocha Jr. *et al.* (2019) partem do pressuposto de que a computação e o jornalismo podem ajudar a frear a disseminação de conteúdos falsos. Os dados para o trabalho foram coletados entre o primeiro e segundo turno das eleições - de 16 a 28 de outubro de 2018. No período, houve 269 instalações da plataforma por usuário único em 271 dispositivos diferentes.

A Verific.ai recebeu um total de 373 links para verificação. Destes, segundo o artigo, 39,4% reportaram notícia falsa, 35,1% reportaram notícia verdadeira e 25,4% reportaram algo deu errado. Os autores observaram que houve mais questionamentos a respeito de notícias consideradas verdadeiras do que falsas. Assim, Rocha Jr. *et al.* (2019) questionam a corrosão da verdade no ecossistema de consumo e produção de informações.

O sexto trabalho é “Pós-verdade e confiança no jornalismo: uma análise de indicadores de credibilidade em veículos brasileiros” (Träsel; Lisboa; Vinciprova, 2019), também apresentado na SBPJor. No aspecto teórico, os autores associam os conteúdos falsos à pós-verdade. Mas o objeto do estudo é identificar se é possível diferenciar veículos jornalísticos daqueles classificados pelos autores como pseudojornalismo - que seriam produzidos sem base factual ou com a intenção de provocar engano no leitor.

Com este objetivo, a publicação de Träsel; Lisboa e Vinciprova (2019) utiliza como parâmetro os indicadores de credibilidade jornalística adotados pelo Projeto Credibilidade, derivado do *Trust Project*, um consórcio internacional de organizações jornalísticas que

convergem quanto à adoção de padrões de transparência visando o aumento da confiança do público em relação à imprensa.

Na base estão oito indicadores, que seriam responsáveis pela credibilidade jornalística. Entre eles: melhores práticas, citações e referências, apuração local e diversidade de vozes, entre outros. Conforme critérios delimitados pelos autores, foi realizada a análise da presença ou não dessas características em 23 veículos que consideram a si próprios como jornalísticos. Segundo a pesquisa, sempre que o item aparecia, o veículo recebia um ponto. Por fim, os pontos foram somados para calcular o resultado.

Depois da análise, os autores identificaram que apenas quatro dos 23 veículos obtiveram mais de 50% de pontuação, ou seja, de uso dos indicadores de credibilidade. Na ordem, o primeiro foi o site da revista *Época* (68,5%); o *Buzzfeed* Brasil (61%); a Folha de S. Paulo, com 58%; e o G1 com 53%. Os resultados, conforme os autores, sugerem que é preciso estimular para que os veículos explicitem os princípios e valores jornalísticos aplicados, para que isto seja percebido pelas audiências.

O sétimo trabalho, "A pauta da desinformação: 'fake news' e análise de categorizações de pertencimento na eleição presidencial brasileira em 2018" (Chaves; Braga, 2019), tem como objetivo a reflexão a respeito dos sentidos que foram enunciados nas histórias falsas disseminadas durante a eleição presidencial brasileira de 2018.

Chaves e Braga (2019) situam o objeto da pesquisa no contexto da desordem informacional e da crise de credibilidade do jornalismo a partir da aplicação de conceitos de Delmazo e Valente (2018). No aspecto metodológico, as autoras partem da etnometodologia para criar uma análise do que chamam categorizações de pertencimento dos enunciados dos propagadores de mensagens falsas.

Para o trabalho, foram observadas 228 verificações de histórias falsas publicados por seis diferentes agências de checagem de fatos entre 8 e 28 de outubro de 2018 - período entre o primeiro e o segundo turno das eleições.

O trabalho de Chaves e Braga (2019) encontrou cinco principais categorias: a) Lula como criminoso; b) Esquerdistas como inimigo; c) Urnas eletrônicas como fraude; d) Comunismo como ameaça; e) Atentado como dissimulação.

Chaves e Braga (2019) apontam que o padrão com maior repetição foi a menção a supostas fraudes nas urnas eletrônicas, em 26 pautas diferentes entre o total. O estudo também identificou uma desproporção nas histórias falsas prejudiciais, comparando-se os dois candidatos principais.

A única categorização enunciada por disseminadores/as que apontava negativamente para Jair Bolsonaro era a que descrevia o atentado sofrido pelo candidato como “dissimulação” por ocultar um possível diagnóstico de câncer (Chaves; Braga, 2019, p. 520).

O oitavo artigo “*Narratives about vaccination in the age of fake news: a content analysis on social networks*” (Massarani; Walt; Leal; Modesto, 2021) investiga o estado do debate público sobre vacinas nas redes sociais, bem como os discursos que mobilizam. O pressuposto inicial é de que a imunização sofre ameaça do fenômeno da hesitação vacinal, o que se relaciona com a desinformação em diversos países.

Foi adotado como critério metodológico pelos autores a análise de publicações com mais interações nas plataformas digitais. A partir da palavra-chave “vacina”, foi selecionado um corpus de 100 publicações com maior quantidade de compartilhamentos, curtidas e comentários nas redes sociais. O trabalho considera um intervalo de um ano, entre 2018 e 2019.

Houve então a classificação em cinco tipos diferentes. Primeiro, definidas as características, depois os temas, em terceiro lugar as narrativas; depois, o tratamento e por último os atores envolvidos. Foi identificado que conteúdos jornalísticos aparecem em 70% dos casos. Já 81,6% contam com conteúdos verídicos e em 49,4% há a informação sobre autoria.

Com relação aos temas, 87,4% em favor da vacinação e no que diz respeito ao tratamento dos conteúdos, 59,8% destacavam seus benefícios - com maioria das narrativas positivas sobre a vacinação. Quanto aos atores, segundo Massarani *et al.* (2021), os agentes públicos representam as fontes citadas acima da metade dos conteúdos (51,7%) e são as principais vozes ouvidas (29,9%)”.

Quanto aos conteúdos, todos os trabalhos abordam aspectos do jornalismo, como a crise de credibilidade na imprensa, as estratégias de *fact-checking*, as tentativas de assemelhar os conteúdos falsos a notícias, entre outros. Apenas o artigo “*Narratives about vaccination in the age of fake news: a content analysis on social networks*” (2021) aborda pouco as questões que são pertinentes ao jornalismo.

No que diz respeito aos aspectos teóricos, identifica-se que 50% dos trabalhos articulam o conceito de pós-verdade como central para compreender o fenômeno em questão, ou seja, a disseminação de conteúdos falsos por meio das redes digitais. Em um deles, juntamente com a noção de pós-verdade, aplica-se o conceito de ecossistema de desinformação.

Em 37,5% dos trabalhos o principal conceito é de desinformação, em alguns casos associado à concepção de *fake news* como um aspecto dentro de um eixo amplo de conteúdos distorcidos ou fora de contexto. Há ainda um trabalho que se baseia nas noções de desordem informacional e crise de credibilidade do jornalismo (12,5%).

O Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, promovido pela Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), é a fonte de 50% dos trabalhos. Outros 25% foram publicados na Liinc em Revista, uma publicação do Laboratório Interdisciplinar em Informação e Conhecimento, em parceria entre a Universidade Federal do Rio de Janeiro e o Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia.

Observa-se ainda que há uma distribuição relativamente equilibrada entre autores e coautores com relação ao sexo, sendo 14 homens e 12 mulheres. Embora as autoras participem em 46,15% dos trabalhos, não há nenhum que aborda questões de gênero relacionadas à desinformação e ao jornalismo entre os trabalhos revisados.

4 CENÁRIO POLÍTICO DO BRASIL E ANÁLISE DE AOS FATOS

Na última década, o Brasil passou por mudanças políticas que serão apresentadas de forma cronológica neste capítulo. Além das transições que ocorrem com a mudança sazonal de governo desencadeadas por eleições a cada quatro anos (sendo permitida uma tentativa de reeleição), ocorreram outros fatos que geraram instabilidade política, como o impedimento da ex-presidente Dilma Rousseff (PT) e o revezamento de partidos com diferentes alinhamentos políticos na gestão federal, passando de uma articulação de centro-esquerda para a extrema-direita e, depois, retornando para a centro-esquerda.

A petista Dilma Rousseff (2011-2016) substituiu o também petista Luiz Inácio Lula da Silva, depois que ele ocupou dois mandatos à frente da presidência do país. Ela foi secretária no governo Lula e representava a continuidade. Era um nome com capacidade técnica (Anderson 2020). Venceu as eleições em 2010 e foi a primeira mulher a ocupar o cargo de presidente. Mas em 2012, o crescimento econômico do país desacelerou (Anderson, 2020).

Entre o fim do primeiro e início do segundo mandato de Dilma, mais especificamente em julho de 2013, deflagraram-se manifestações populares, inicialmente motivadas pelo aumento das tarifas de transporte público de São Paulo, mas que logo se espalharam por todo o país (Schreiber, 2023). A população passou a expressar insatisfação com temas diversos, como a corrupção e a qualidade dos serviços públicos. “De uma hora para a outra, a aprovação do governo caiu pela metade” (Anderson, 2020, p. 93).

A internet já era um espaço de debate político. Mas as manifestações de 2013 foram um marco no uso das redes sociais digitais. Conforme Safatle (2018), os protestos expuseram a possibilidade de abalar os alicerces do poder governamental brasileiro. Observou-se, principalmente, o uso do *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp* para a convocação e organização dos protestos de forma rápida. O uso dessas plataformas permitiu que pessoas comuns se expressassem e organizassem mobilizações de forma descentralizada.

Uma alta nas tarifas do transporte público desencadeou protestos liderados por jovens ativistas de esquerda em São Paulo. A repressão policial amplificou os atos, que se tornaram enormes manifestações de rua Brasil afora. Com crescente participação da direita e apoio dos meios de comunicação mais poderosos do país, as reivindicações iniciais logo se tornaram um vale-tudo contra os políticos em geral, e o PT em particular. Em quinze dias, os índices de aprovação de Dilma despencaram de 57% para 30% (Anderson, 2020, p. 123-124).

No primeiro trimestre de 2014, escutas feitas pela Polícia Federal apontaram para um esquema de corrupção na Petrobras. Os vazamentos de conteúdos relativos à operação - que

ficou conhecida como Lava-Jato, por investigar a lavagem de dinheiro em um lava-rápido de Brasília - indicavam o envolvimento do PT (Exame, 2015). Segundo Anderson (2020), havia sete partidos envolvidos, sendo os principais o PMDB e o PP. Mas foi a exposição do envolvimento petista que politicamente obteve destaque.

Em 2014, Dilma foi reeleita em uma eleição desafiadora, com vantagem de 3% sobre seu oponente Aécio Neves (PSDB), em um pleito considerado polarizado (Anderson, 2020). Segundo o autor, durante a campanhas, as promessas de Dilma eram de melhorias nas condições de vida dos trabalhadores, mas o que foi entregue depois foi mais austero. Aécio Neves (PSDB), que não aceitou bem a derrota, tentou sem sucesso anular as eleições apresentando denúncia de gastos ilegais da campanha adversária ao TSE.

O PSDB também protocolou um pedido de impeachment contra Dilma no Congresso. O processo acusava a presidente de crime de responsabilidade, pelas chamadas pedaladas fiscais (PSDB, 2015). Logo eclodiram novas manifestações pedindo o afastamento de Dilma, bem como a punição do PT por corrupção. Segundo Anderson (2020), nas manifestações de 2015 contra Dilma já havia sinais do destaque de uma nova direita. Os protestos cresceram e pesquisas indicaram que 80% das pessoas queriam Dilma fora da presidência (Anderson, 2020).

Em meio a manobras políticas entre o executivo e o legislativo, em 17 de abril de 2016 a Câmara dos Deputados - “na qual mais da metade dos membros enfrentavam algum tipo de investigação criminal (Anderson, 2020, p. 117) - votou o impedimento de Dilma. Em seguida, ela foi afastada, para aguardar julgamento e para que o vice, Michel Temer (PMDB) ocupasse a presidência de forma interina (Anderson, 2020).

Em 2016 Temer assumiu a presidência com um plano de estabilização (Anderson, 2020). Ele fez um governo marcado por tentativas de implementar reformas econômicas, como a Emenda Constitucional do Teto de Gastos Públicos e a Reforma Trabalhista, que tiveram resistência, mas foram aprovadas. Também surgiram escândalos de corrupção envolvendo Temer. A impopularidade da gestão e o tom reformista do governo prepararam o cenário para o pleito presidencial de 2018 (Ramalhoso, 2019).

No começo de 2018, Lula continuava com popularidade e se candidatou, mas foi afastado da disputa eleitoral após condenação sob acusação de corrupção “na intenção de compra de um apartamento à beira-mar” (Anderson, 2020). Seu substituto foi Fernando Haddad, que assumiu a campanha em andamento. Pelo PSDB, o escolhido para concorrer ao pleito foi Geraldo Alckmin. Os dois partidos polarizaram as disputas à presidência desde meados dos anos 1990.

De um pequeno partido sem orientação ideológica definida, surgiu a candidatura do ex-deputado Jair Bolsonaro (PSL). Com declarações controversas e um discurso de combate à corrupção, à criminalidade e de revitalizar a economia, o ex-militar e ex-deputado federal Jair Bolsonaro foi a opção para a campanha.

Segundo Anderson (2020), Bolsonaro teve um mandato individualista e isolado na Câmara federal, e nas primeiras pesquisas de opinião apareceu com 15% das intenções de voto. Ao longo do processo eleitoral, contra o que se esperava, o candidato do PSL cresceu, abrindo vantagem na reta final da campanha.

Bolsonaro aprendeu com as manifestações de rua de 2013, de acordo com Anderson (2020). Uma estratégia utilizada por ele e que fez diferença foi o uso da internet e das mídias sociais para se comunicar com os apoiadores (Exame, 2018). Assim, ficou à frente de Alckmin e disputou o segundo turno contra Haddad, saindo vitorioso com 55% dos votos.

Bolsonaro fez um governo que recebeu críticas quanto a temas como meio ambiente, direitos humanos e gestão da pandemia de Covid-19. Mas um dos pontos, foi “avançar ainda mais no processo de desregulamentação iniciado por Temer” (Anderson, 2020, p. 155). Ele enviou para o Congresso Federal a Reforma da Previdência, que instituiu novas alíquotas de contribuição para a previdência, bem como mudou a idade mínima para que homens e mulheres se aposentem (Agência Senado, 2019). O documento foi promulgado no fim de 2019.

Segundo Anderson (2020), ainda no fim de 2017, Bolsonaro tinha 7 milhões de seguidores no *Facebook*. O uso das redes sociais seguiu no governo, inclusive com transmissões ao vivo, chamadas de lives, para apresentar a agenda política. A comunicação governamental também se caracterizou pelo uso de discursos que enfatizavam valores conservadores, o patriotismo e a defesa da família, elementos centrais na identidade política de Bolsonaro. Ele e seus apoiadores também criticaram os jornalistas e empresas de mídia.

A organização Repórteres Sem Fronteiras (RSF) incluiu Bolsonaro na lista de "predadores da liberdade de imprensa", juntando-se a 37 chefes de Estado ou de governo reconhecidos por reprimir a liberdade de imprensa, como Kim Jong-un, Nicolás Maduro, e Bashar al-Assad (G1, 2021). A RSF destacou que, desde sua posse, Bolsonaro foi hostil aos jornalistas, com um aumento notável dessa agressividade durante a pandemia de Covid-19.

Uma análise do projeto *Aos Fatos* revelou que Bolsonaro fez em torno de 162 críticas à imprensa desde o início de seu mandato até outubro de 2019, em um tom crítico em relação ao trabalho dos jornalistas (Fávero, 2019). As críticas intensificaram-se em momentos de maior tensão política ou quando temas sensíveis, como o desmatamento da Amazônia ou

investigações envolvendo sua família, ganharam destaque na mídia. A retórica adotada variou de críticas genéricas a ataques direcionados a veículos específicos

Em 2022, com a realização de novo pleito, Bolsonaro se candidatou à reeleição, desta vez pelo PL. Com a reversão das condenações de Lula pelo Supremo Tribunal Federal (STF) e com seus direitos políticos restaurados, ele se tornou elegível para concorrer à presidência novamente (Miazzo, 2021). Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (2022), Lula venceu em segundo turno, após uma vitória estreita, com 50,8% dos votos contra 49,1% de Bolsonaro.

Diversos protestos foram organizados por apoiadores de Bolsonaro após a confirmação da vitória de Lula. ocorreram bloqueios nas estradas e mobilizações em frente aos quartéis militares, contrários à vitória de Lula nas urnas (Uol, 2022a). Segundo notícia do UOL (2022b) vestidos de verde e amarelo, parte dos manifestantes alegava fraude no processo eleitoral. Possibilidade que foi descartada por observadores internacionais e relatório das Forças Armadas, entre outras instituições. A situação desencadeou nos atos de 8 de janeiro de 2023, em Brasília.

De acordo com reportagem da Folha de S. Paulo (Serapião; Teixeira, 2024), a organização e realização desses protestos está sendo investigada. O ex-presidente Jair Bolsonaro (PL) é acusado de liderar a realização de um golpe de Estado com o objetivo de permanecer no poder. No início de 2024, foi autorizada a apreensão do passaporte de Bolsonaro. Segundo o texto, o inquérito apura, entre outras coisas, os ataques ao sistema eleitoral e às instituições, bem como a tentativa de golpe de Estado

4.1 QUEM FORAM OS CANDIDATOS A PRESIDENTE

Em 2018, 13 candidatos disputaram a eleição presidencial no Brasil, conforme informações oficiais do TSE (2018), mas a eleição foi polarizada entre o candidato Fernando Haddad (PT) e o candidato Jair Bolsonaro (PSL). Lula (PT) chegou a registrar a candidatura, mas foi indeferida, uma vez que ele se tornou inelegível naquele ano com base na Lei da Ficha Limpa. O nome de Lula foi substituído pelo de Fernando Haddad. Jair Bolsonaro venceu a eleição, assumindo a presidência do Brasil.

Os demais candidatos que participaram do pleito de 2018, de acordo com TSE (2018), foram Alvaro Dias (PODE), Cabo Daciolo (PATRIOTA), Ciro Gomes (PDT), Eymael (DC), Geraldo Alckmin (PSDB), Guilherme Boulos (PSOL), Henrique Meirelles (MDB), João Amoêdo (NOVO), João Goulart Filho (PPL), Marina Silva (REDE) e Vera (PSTU).

Em 2022, 11 candidatos permaneceram na disputa para a eleição presidencial no Brasil. Mais uma vez a eleição foi polarizada entre os candidatos Lula e Jair Bolsonaro. Além deles,

também concorreram Ciro Gomes (PDT), Constituinte Eymael (DC), Felipe D'Avila (NOVO), Léo Péricles (UP), Padre Kelmon (PTB), Simone Tebet (MDB), Sofia Manzano (PCB), Soraya Thronicke (UNIÃO), Vera (PSTU).

Pablo Marçal (PROS) tentou entrar na disputa, mas teve a candidatura barrada após a anulação da convenção partidária. O partido dele, PROS, apoiou Lula. Roberto Jefferson (PTB) teve a candidatura indeferida - ele se tornou inelegível por condenação no Mensalão e foi substituído por Padre Kelmon (PTB). Lula (PT) foi eleito presidente em segundo turno, enquanto Jair Bolsonaro (PL) não conseguiu a reeleição.

4.2 CONTEÚDOS CHECADOS POR AOS FATOS

Informações falsas espalhadas em série nas redes digitais fizeram parte do ambiente político pela segunda eleição presidencial consecutiva no Brasil. Esses conteúdos circularam destacadamente em 2018 e permaneceram expressivos em 2022. Em “*Fake news*, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia”, Dourado e Gomes (2019) constataram que narrativas que disputam a atenção pública têm caráter político e buscam se passar por verdadeiras.

Diante dessa permanência dos conteúdos falsos nos ambientes digitais, realiza-se nesta etapa uma análise dos conteúdos que circularam na semana que antecedeu o primeiro turno das eleições presidenciais em 2018 e em 2022 para identificar suas características. Os dados foram coletados da plataforma de checagem *Aos Fatos*, portanto refletem mensagens que circularam por meio digital no período delimitado e que foram objeto do trabalho de checagem de conteúdos, sendo classificados como falsos.

Desde o começo da iniciativa, em 2015, a plataforma *Aos Fatos* disponibiliza para os usuários um filtro que permite a busca por todos os conteúdos verificados. O acesso a esse arquivo justificou a escolha da plataforma para a coleta dos dados. No total, considerando os dois períodos eleitorais, foram identificadas 42 verificações classificadas como falsas.

Em 2018 houve 14 publicações checadas pela plataforma. Já em 2022 a quantidade dobrou, quando se observa o mesmo período, passando para 28 verificações. Tanto em 2018 como em 2022, a data que antecedeu o dia da eleição registrou uma quantidade maior de checagens - sendo oito em 6 de outubro de 2018 e nove em 1º de outubro de 2022.

O segundo dia com mais checagens foi 4 de outubro de 2018, com duas publicações. Nos demais dias houve apenas uma publicação diária, conforme é possível observar nos quadros abaixo - e nenhuma no dia 30 de setembro de 2018. Em 2022, em segundo lugar, foram registradas sete publicações no dia 29 de setembro e quatro no dia 26 de setembro. Nos dias 28

e 30 de setembro de 2022 houve três verificações, outras duas no dia 27 e nenhuma no dia 25. Os Quadros 4 e 5 apresentam a quantidade de publicações verificadas em 2018 e 2022.

Quadro 4 - Quantidade de publicações verificadas em 2018

Data	Notícias verificadas
Dia 30 de setembro (domingo)	-
Dia 1 de outubro (segunda)	1
Dia 2 de outubro (terça)	1
Dia 3 de outubro (quarta)	1
Dia 4 de outubro (quinta)	2
Dia 5 de outubro (sexta)	1
Dia 6 de outubro (sábado)	8

Fonte: elaboração própria a partir da quantidade de notícias checadas por Aos Fatos (2018)

Quadro 5 - Quantidade de publicações verificadas em 2022

Data	Notícias verificadas
Dia 25 de setembro (domingo)	-
Dia 26 de setembro (segunda)	4
Dia 27 de setembro (terça)	2
Dia 28 de setembro (quarta)	3
Dia 29 de setembro (quinta)	7
Dia 30 de setembro (sexta)	3
Dia 1 de outubro (sábado)	9

Fonte: elaboração própria a partir da quantidade de notícias checadas por Aos Fatos (2022)

Em 2018, dos 14 conteúdos checados, um usou uma fonte jornalística para tentar fazer passar por verdade uma informação falsa. Trata-se da peça sobre suposta distribuição de livro infantil sobre incesto. A mensagem falsa foi disseminada juntamente com uma reportagem da ESTV.

Quanto ao formato dos conteúdos, o principal recurso utilizado para propagar mensagens fraudulentas naquele ano foi o texto, em 35,7% das situações. Já o uso de fotografia associada a um texto ocorreu em 28,5% das vezes.

A divulgação de fotografias, bem como de vídeos associados a textos, representaram cada um 14,2%, com duas publicações em cada formato. Por último, em 7,1% das vezes a peça desinformativa utilizou apenas vídeo (uma publicação).

Ainda em 2018, os conteúdos falsos foram organizados em cinco temas: Adversários de Bolsonaro ou simpatizantes dos grupos opositores a ele atacam igreja; Reforço positivo à figura de Bolsonaro; Mentiras sobre as urnas ou pesquisas eleitorais; Condutas negativas do candidato Haddad e seus aliados; Fraudes e mentiras sobre as urnas ou pesquisas eleitorais.

Naquele ano, houve empate nos assuntos que mais apareceram em mensagens falsas que circularam nas redes sociais e foram objeto de checagem. Em quatro publicações (28,5%) as informações tentam contrapor adversários de Bolsonaro às igrejas católica e evangélica. Em outras quatro publicações (28,5%) são difundidas informações fraudadas para reforçar a figura de Bolsonaro, seja por meio do anúncio de falsos apoiadores, majoração da quantidade de pessoas em manifestação de apoio a Bolsonaro ou associando ele à economia em gastos de campanha.

Em três ocasiões (21,4%) há menções de supostas fraudes ou informações falsas sobre a votação, as urnas eleitorais ou pesquisas de intenção de votos para candidatos a presidente da república. Há ainda duas publicações (14,2%) denunciando suposta má conduta moral de Fernando Haddad, então candidato a presidente pelo PT ou associando quem é contra o Bolsonaro a condutas anticostumes.

Em 2018 houve um conteúdo (7,1%) que pode ser considerado prejudicial ao candidato Jair Bolsonaro. Trata-se de uma foto adulterada em que Flavio Bolsonaro, filho do então candidato, é colocado de camiseta com frase falando para os nordestinos irem embora e os comparando a jegues. Tal conteúdo seria uma forma de atacar a população da região Nordeste do país, onde o candidato Haddad tinha mais intenções de voto.

Quadro 6 - Agrupamento das publicações falsas por tema em 2018

Principais temas	Percentual de ocorrências
Adversários de Bolsonaro em oposição à igreja	28,5%
Reforço à figura de Bolsonaro	28,5%
Mentiras sobre urnas ou pesquisas eleitorais	21,4%
Condutas negativas de Haddad e aliados	14,2%
Ataque a nordestinos	7,1%

Fonte: Elaboração própria a partir dos temas checados por Aos Fatos (2018)

Em 2022, a partir da análise dos conteúdos falsos checados por *Aos Fatos* na semana anterior ao pleito, foi identificado que em cerca de 20% das publicações há algum tipo de tentativa de forjar uma aproximação com o jornalismo. Observa-se ainda uma predominância na circulação de vídeos, sendo que em seis ocorre a tentativa de vinculação com conteúdo noticioso.

Nos conteúdos, isso acontece da seguinte maneira: 1) “acabou de sair agora na Rádio Odisseia 104.9...”; 2) trecho de entrevista à Rádio Brado (com selo da rádio); 3) vídeo da GloboNews; 4) “segundo jornalista do ABCD...”; 5) texto menciona entrevista a uma TV mexicana; 6) reportagem do SBT.

São situações em que se reproduzem vídeos antigos como se fossem atuais, bem como informações distorcidas ou fora de contexto vinculadas a algum conteúdo jornalístico. Também há um caso de conteúdo que simula uma denúncia, supostamente atribuída a um jornalista.

Sobre os formatos dos conteúdos falsos, percebe-se, a partir dos *links* compartilhados junto com a checagem, que em sete há somente textos; em 13 o recurso utilizado na mensagem falsa é de veicular um vídeo junto com um texto; em cinco a peça de desinformação contém uma foto acompanhada de texto; e em dois são postados apenas vídeos.

Das 28 checagens publicadas por *Aos Fatos* no período analisado em 2022, fica claro que uma não favoreceu ao candidato Jair Bolsonaro, mantendo teor neutro. Trata-se de um balanço com desinformações proferidas pelos quatro principais candidatos: Lula, Bolsonaro, Ciro Gomes e Simone Tebet. A maioria das publicações realizadas no período dizia respeito a conteúdos falsos que, de alguma maneira, reforçavam aos discursos e estratégias de campanha do candidato da extrema-direita junto aos seus eleitores.

Para organizar esses conteúdos falsos, eles foram agrupados em sete categorias, conforme pode-se observar no próximo quadro: Fraudes nas urnas ou pesquisas eleitorais; Decisões judiciais e outros temas; Condutas negativas do candidato Lula, do PT ou de aliados; Manifestações populares em apoio a Lula, ao PT ou às pautas da esquerda; Plano de governo do PT; Reforço à figura de Bolsonaro; e por último balanço das verificações que foi feito pela plataforma.

Quadro 7 - Agrupamento das publicações falsas por tema em 2022

Principais temas	Percentual de ocorrências
Fraudes nas urnas ou pesquisas eleitorais	28,6%
Decisões do judiciário e outros temas	21,4%
Condutas negativas de Lula, PT ou aliados	14,3%
Manifestações contrárias a Lula, PT ou esquerda	14,3%
Ataque ao plano de governo do PT	10,7%
Reforço à figura de Bolsonaro	7,1%
Balanço de verificações feitos pela plataforma	3,6%

Fonte: Elaboração própria a partir dos temas checados por Aos Fatos (2022)

Houve prevalência de conteúdos relacionados a denunciar ou apontar supostas fraudes ou informações falsas sobre a votação, as urnas eleitorais ou pesquisas de intenção de votos para candidatos a presidente da república. Esse tema apareceu em 28,6% das mensagens verificadas pela plataforma *Aos Fatos*.

Em segundo lugar, com 21,4% das ocorrências, estão supostas decisões que antagonizam Bolsonaro e o Poder Judiciário, além de outros temas. Durante seu governo e também na campanha eleitoral o candidato Bolsonaro se contrapôs várias vezes ao judiciário, representado especialmente pelo Supremo Tribunal Federal. É o caso de checagens como “Alexandre de Moraes não pediu retirada de vídeo em que Bolsonaro aparece emocionado” e “É falso que Alexandre de Moraes proibiu o uso da camiseta do Brasil nas eleições” ou “Notícia sobre bloqueio do Whatsapp no Brasil é de 2015, não atual” (Apêndice B).

Empatados com 14,3% das publicações aparecem dois temas: conteúdos falsos sobre o que seriam condutas moralmente negativas atribuídas ao candidato Lula ou seus apoiadores, entre elas uma foto adulterada de Lula usando uma tornozeleira eletrônica ou tentando vinculá-

lo com a defesa da ditadura; e mensagens mentirosas sobre a realização de manifestações populares contra o PT ou simulando que manifestações de apoio foram esvaziadas, por exemplo.

Ainda em 2022, cerca de 10% dos conteúdos tentavam atacar o plano de governo do presidente Lula, inventando propostas que não estavam no documento. Aproximadamente 7% dos conteúdos tentavam, por meio de mentiras, exaltar de alguma forma a figura de Jair Bolsonaro junto aos seus apoiadores.

4.3 EVOLUÇÃO DA SISTEMÁTICA DE CHECAGEM EM AOS FATOS

Tanto em 2018 como em 2022, a plataforma *Aos Fatos* mencionou as redes sociais em que os conteúdos checados circularam. Em 2018, isso era feito de modo menos sistematizado e a informação aparecia de forma mais dispersa ao longo do texto. Já em 2022, a informação aparece de forma mais organizada, geralmente no segundo parágrafo.

Em 2018, os conteúdos checados e que foram classificados como falsos circularam majoritariamente pelo *Facebook* (com 11 menções) e *WhatsApp* (8). Houve ainda uma menção ao *Twitter*, uma ao *Youtube* e uma que não especificou nenhuma rede social.

Em 2022, a partir dos conteúdos checados, percebeu-se o uso de uma variedade maior de redes sociais. Ainda assim, o *Facebook* continua na frente como a plataforma mais citada entre as que circularam conteúdos falsos - foram 22 menções. Em segundo lugar aparece o *WhatsApp*, citado 12 vezes, e na sequência *TikTok*, 7 vezes, e *Telegram*, 5 vezes. *Twitter* e *Kwai* empatam com quatro citações cada. O *Instagram* aparece três vezes e *Youtube* e *Hello* são mencionados com uma menção cada.

Junto com a rede social em que o conteúdo falso foi veiculado, tanto em 2018 como em 2022, é padrão mencionar a quantidade aproximada de visualizações, curtidas ou compartilhamentos que o conteúdo recebeu até o momento da publicação da checagem. Com frequência, a informação aparece como “mais de 50 mil”, “centenas” ou “ao menos 10 mil”. Em redes como *Whatsapp*, *Telegram* e *Twitter* é informado ao leitor que não é possível estimar o alcance das publicações.

Em 2018, observou-se que o *Aos Fatos* utilizou três principais meios para chegar aos conteúdos em circulação e que se tornaram objeto de checagem. O principal deles, com oito ocorrências, foi a verificação a partir de denúncias realizadas por usuários no *Facebook* - uma iniciativa da empresa de tecnologia permitiu que plataformas de checagem tivessem acesso aos conteúdos denunciados como falsos pela própria comunidade.

Outro recurso utilizado com frequência foi o envio dos conteúdos falsos pelos leitores por meio de um canal via *WhatsApp* disponibilizado pelo próprio *Aos Fatos*. Tal expediente servia como sugestão de checagem. Em seis publicações o conteúdo chegou desta maneira à plataforma.

Em três situações o acesso ao conteúdo se deu por uma parceria com o projeto Comprova - coalização de 24 veículos de imprensa para combater a desinformação. Em algumas situações, foi mencionado o uso de mais de uma das três ferramentas citadas acima.

Em 2022, o *Aos Fatos* deixou de informar o meio pelo qual teve contato com as peças de desinformação e optou por colocar em quais redes sociais o conteúdo circulou e a quantidade de visualizações, curtidas ou compartilhamentos até o momento da publicação. Também ocorre a divulgação de um canal de acesso via *WhatsApp*, chamado de Fátima, em que o leitor pode enviar sugestões de checagens ou consultar se um assunto já foi verificado.

A plataforma também informa aos leitores se o mesmo conteúdo foi verificado por outra iniciativa de checagem, com os devidos créditos, bem como trouxe a informação a respeito da cooperação com outras plataformas, devido às eleições, com uma mensagem informando sobre a união com outros portais de verificação de conteúdos, como a AFP Checamos, Boatos.org, Comprova, E-Farsas, Fato ou *Fake* e Lupa com o objetivo de realizar verificação conjunta dos conteúdos relativos às eleições.

4.4 CONSIDERAÇÕES SOBRE AS CHECAGENS DE 2018 E 2022

A observação dos conteúdos que circularam na semana que antecedeu a eleição e foram verificados pela plataforma *Aos Fatos* indica aumento em 2022 em relação a 2018. Não se pode afirmar, a partir destes dados, que se trata de aumento proporcional nos conteúdos falsos que circularam ou se tem relação com outros fatores, como aumento de equipe de verificação, mais parcerias ou melhor acesso às mensagens desinformativas.

Em 2022, percebe-se que entre os conteúdos falsos destaca-se a propagação de vídeos acompanhados de textos - como se os vídeos atestassem o que o texto afirma. Já em 2018 havia uma predominância da circulação de textos nas peças de desinformação. Neste aspecto, pode-se pressupor uma relação com o perfil das redes sociais, que migrou para maior difusão de vídeos, com a popularização do *Tik Tok* e *Kwai*, por exemplo.

Tanto em 2018 como em 2022 o Facebook representa a maior fonte de desinformação com base nos conteúdos checados por *Aos Fatos*. Mas em 2022 percebe-se uma diversidade maior de redes sociais utilizadas para difundir as mensagens falsas.

No que diz respeito aos assuntos, houve predominância, em 2022, da difusão de

conteúdos falsos relacionados à credibilidade das urnas eletrônicas e de pesquisas eleitorais. No pleito anterior, em primeiro lugar, apareceram conteúdos que tentavam vincular os opositores de Jair Bolsonaro a ataques à igreja.

Diferente de 2022, em 2018 houve uma publicação falsa com conteúdo que pode ser considerado prejudicial ao candidato Jair Bolsonaro. Mas no restante das situações, nos dois pleitos mencionados, as peças de desinformação se aproximam dos discursos e das pautas que favorecem o candidato Jair Bolsonaro.

5 A GAZETA DO POVO E A ANÁLISE DAS FONTES

No século 19, diversos jornais circularam em Curitiba e no Paraná e são anteriores à fundação da *Gazeta do Povo*. O primeiro a surgir na capital foi o *Dezenove de Dezembro* (1854), seguido pelo *Jasmim* (1857), *Mascarado* (1860), *Clarim e Constitucional* (1861), *Imprensa Livre* (1867), *A Phenix* (1866), *O Paraná* e *A Reforma* (1871), e *Íris Paranaense* (1873) (Pilotto, 1976, *apud* Santos, 2015, p. 96).

Entre o fim do século 19 e início do século 20, destacaram-se o *Diário da Tarde* (1899), *Tribuna do Paraná* (1899), *O Dia* (1923), *O Estado do Paraná* (1925) e *A Tarde* (1928) (Pilotto, 1976, *apud* Santos, 2015, p. 96), entre tantos outros fundados no Estado.

O jornal *Gazeta do Povo* começou a circular em 3 de fevereiro de 1919, em Curitiba. Ao longo dos anos, se consolidou como um dos principais veículos de comunicação do Paraná e, na contramão do caráter assumido nos primeiros anos de sua história, recentemente assumiu feição mais nacional.

Na dissertação de mestrado, Santos (2015) relata que a primeira edição do jornal a circular teve seis páginas, sendo que em torno de 50% dos espaços foram ocupados por anúncios do “comércio varejista, do ramo madeireiro, companhias de seguro e das indústrias da erva-mate” (Santos, 2015, p. 96).

A autora avalia que até 2015 era possível perceber, por meio das convicções do jornal, o mesmo discurso desenvolvimentista que nas primeiras décadas do século passado foi chamado de paranista, por focar o desenvolvimento estadual. Ela menciona que tal movimento começou após a emancipação política do Paraná, mas se estendeu até quase a década de 1930, tendo como expoente o historiador Romário Martins.

Ainda na revisão bibliográfica, Santos (2015) resgata alguns momentos importantes da história da *Gazeta do Povo*, como a década de 1930, em que os classificados começaram a ser publicados. Naquela época, o prédio do jornal era uma referência relacionada à publicação de “notícias importantes”. Outro marco se deu com a publicação do primeiro editorial, em 1951.

Nos anos 1960, a *Gazeta do Povo* havia acumulado dívidas trabalhistas e estava com o maquinário defasado. Com a implementação de novos anúncios, em especial do mercado imobiliário, o veículo consegue melhorar a situação financeira e passar de “terceiro para primeiro jornal mais lido do Paraná” (Santos, 2015).

Ao longo dos anos, foram várias mudanças tecnológicas, de acordo com a *Gazeta do Povo* (2024). Aspectos da história da publicação estão detalhados na página oficial da *Gazeta*

do Povo⁴. Foi o caso da transformação ocorrida em 1973, quando o jornal adquiriu um deck de cores para impressora própria, o que permitiu a publicação da primeira foto colorida.

Ainda de acordo com o jornal, em 1992, foi adquirida uma impressora capaz de imprimir 200 mil exemplares por dia, num momento em que a tiragem chegou a 130 mil unidades. No ano de 1996, tornou-se o segundo jornal do país a disponibilizar seu conteúdo online, em resposta à consolidação da internet como plataforma de informação.

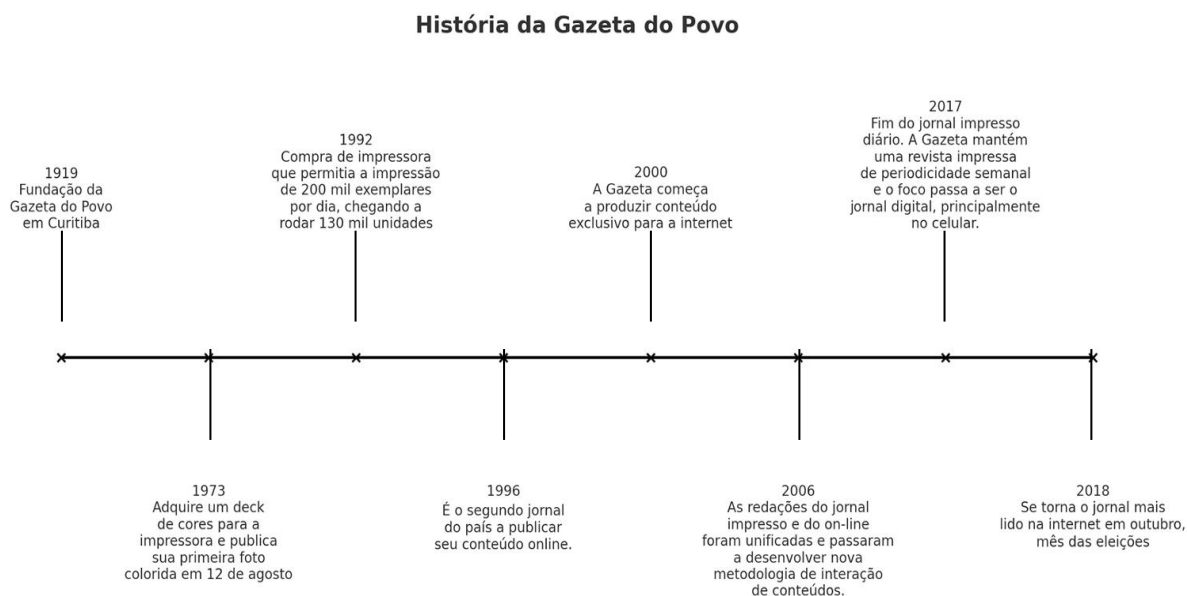
A partir do ano 2000, a *Gazeta do Povo* conta ainda na seção sobre o jornal, que ampliou a presença digital ao começar a produzir conteúdo exclusivo para a internet, seguindo a mudança de hábitos de consumo de informação da sociedade. Em 2006, outro passo importante foi dado ao unificar as redações do jornal impresso e do online, promovendo a interação de conteúdo.

Segundo a *Gazeta do Povo*, o ano de 2017 marcou uma transição significativa na sua história, com o fim do jornal impresso diário. No entanto, o veículo continuou presente com uma revista impressa de periodicidade semanal, direcionando seu foco para o jornal digital, especialmente adaptado para dispositivos móveis.

Em 2018, conforme dados divulgados pelo próprio veículo, foi o jornal mais lido na internet para outubro, mês das eleições presidenciais, o que indicaria uma penetração no cenário midiático brasileiro, após deflagrado o processo de nacionalização - quando o jornal deixa de ter caráter eminentemente estadual e passa a se proclamar como de circulação nacional. A Figura 3 apresenta uma linha do tempo com alguns dos principais marcos da história da *Gazeta do Povo*.

⁴ GALANI, L. *Gazeta do Povo*, 2019. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/100-anos/>. Acesso em: 29 jun. 2024.

Figura 3 - Linha do tempo com marcos históricos



Fonte: Elaboração própria, a partir de informações da Gazeta do Povo (2019)

5.1 MIGRAÇÃO PARA O DIGITAL E NACIONALIZAÇÃO

Em maio de 2022, a *Gazeta do Povo* atingiu uma tiragem de 100 mil assinantes digitais, sendo em torno de 20% do Paraná e a maioria do restante do país (especialmente São Paulo), conforme publicação no site da Associação Nacional de Jornais (2024), à qual *Gazeta do Povo* é associada. Apesar da informação, o jornal não apareceu nas auditorias divulgadas em 2022 e 2023 pelo principal certificador sobre tiragem, o Instituto Verificador de Circulação (2024). De Curitiba, na categoria *web site*, constavam apenas o Bem Paraná e o Diário IndusCom.

A edição impressa da *Gazeta do Povo* deixou de circular em 2017, segundo dados do Atlas da Notícia (2024). Durante 2018 (Associação Nacional de Jornais, 2024), foi mantida uma edição semanal, que também deixou de circular. Atualmente, o veículo produz uma publicação digital semanal, disponível aos assinantes do portal, chamada Gazeta Revista.

A escolha por redefinir sua forma de atuação, assumindo um perfil nacional, ocorreu depois das eleições de 2018, quando o jornal ficou com a quantidade de leitores estagnada, próximo aos 38 mil. A mudança passou ainda por uma revisão na linha editorial, para alinhar o veículo às expectativas de um público liberal e conservador (Associação Nacional de Jornais, 2024).

Desde 2019, o veículo deixou de atuar como um jornal local e passou a divulgar assuntos mais gerais, consolidando uma etapa de nacionalização. A supressão do impresso foi

considerada fundamental para o realinhamento do projeto do jornal (Associação Nacional de Jornais, 2024). Sobre isso, em um trecho, pode-se verificar como o próprio jornal descreve este processo:

Acompanhando o hábito das pessoas e a cultura dos novos tempos, a Gazeta adotou o modelo 100% digital em 2017. Mudou de sede – do casarão histórico da Praça Carlos Gomes para o Edifício Aroeira, no Tarumã – e implantou novas metas detalhadas de qualidade das reportagens, de audiência e de impacto sobre a vida das pessoas, de forma inovadora. Pela coragem de pular primeiro na ‘piscina’ onde muitos veículos querem estar, o jornal já é considerado um case, nacional e internacionalmente (Gazeta do Povo, 2019).

Segundo divulgação do próprio jornal, em texto sobre a comemoração do centenário, a *Gazeta do Povo* foi o mais lido do Brasil em outubro de 2018, de acordo com dados do comScore MyMetrix. Foram 33,7 milhões de visitantes únicos, o que representou um crescimento de 228% em relação ao mesmo período do ano anterior. O segundo lugar teria ficado para a *Folha de S. Paulo*, com 33,1 milhões (Gazeta do Povo, 2019).

Os números, no entanto, contrastam com os divulgados pelo IVC (Poder360, 2020), de acordo com o qual a circulação digital da *Folha de S. Paulo* superou os 200 mil assinantes em dezembro de 2018. Conforme dados do Instituto Verificador de Circulação, nos anos de 2017, 2018 e 2019 a *Gazeta do Povo* não disponibilizou dados de assinantes. Os números disponíveis são referentes a dezembro de 2014, quando o jornal tinha 1.894 assinantes, dezembro de 2015 (6.895) e dezembro de 2016 (13.276). Entre os veículos com maior circulação entre 2017 e 2023 não aparece a *Gazeta do Povo* (Poder360, 2024).

Desde que ocorreu a migração para o formato digital, a audiência aumentou, de acordo com dados do próprio veículo (Gazeta do Povo, 2019) - saiu de 6,2 milhões de visitantes únicos em junho de 2017 para 16 milhões em setembro de 2018. Neste último período, a informação foi de que 82% dos acessos ao jornal se deram por dispositivos móveis.

No portal na internet em maio de 2024, a *Gazeta do Povo* (2024) informou na sessão expediente que o atual quadro possui 12 editorias: Esportes; Cultura e Núcleo de Produtos Editoriais; Newsletter; Vida e Cidadania; Economia; Fidelização; Design; Ideias e Mundo; Opinião; Paraná; Política; e também Redes sociais. Além disso, o veículo informou possuir quatro coordenadores e dois gerentes de Jornalismo.

O veículo descreveu ainda no site, qual suas “convicções” (Gazeta do Povo, 2019) em uma relação de 28 temas que representam os valores que capitaneiam as coberturas jornalísticas. Estão listados, entre outros “defesa da vida desde a concepção; o valor da família; a importância do casamento; o princípio da subsidiariedade: menos estado e mais cidadão; as empresas, sua

finalidade e o bem comum; livre iniciativa”, princípios que indicam o alinhamento com valores conservadores e popularmente classificados como de direita. Sobre isso, o jornal trouxe que:

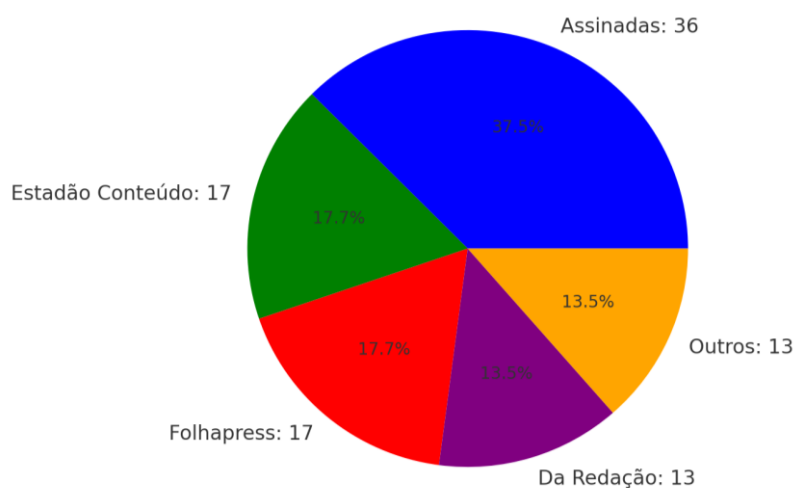
A Gazeta do Povo reuniu em 28 pontos as convicções mais fundamentais, passando desde questões filosóficas e comportamentais, até posições sociais, democráticas e econômicas. Pela transparência e honestidade intelectual para com o leitor, elas foram publicadas na íntegra em 2017 para que soubessem os valores que capitaneiam as coberturas jornalísticas do veículo (Gazeta do Povo, 2019).

Além disso, no campo em que apresenta a visão empresarial, o portal do jornal contém uma seleção de conteúdos que incluem o valor da família, defesa da vida, ideologia de gênero, doutrinação na escola, liberdade de expressão e drogas ilícitas.

5.2 COMO AS NOTÍCIAS FORAM CREDITADAS

Conforme o crédito dos conteúdos informado pela *Gazeta do Povo*, observa-se que em 2018, das 96 matérias, as assinadas por repórteres totalizam 36 ocorrências (o que corresponde a cerca de 37,5% do total), enquanto os demais conteúdos, que não são próprios, somam 62,5%. Os outros créditos se dividem em Estadão Conteúdo (17,7%), Folhapress (17,7%), Da Redação (13,5%) e Outros (13,5%), como mostra o Gráfico 1.

Gráfico 1 - Como as publicações foram creditadas em 2018

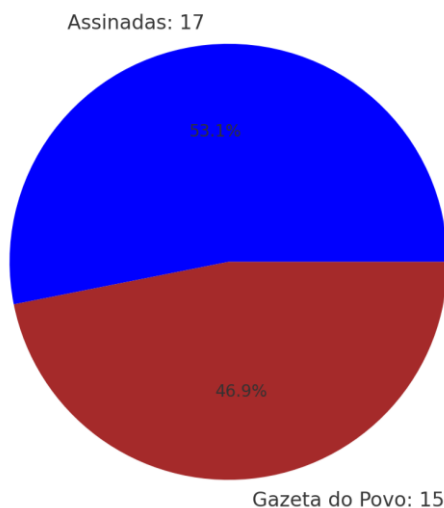


Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Gazeta do Povo (2018)

Já no período referente a 2022 houve outra distribuição no número de matérias, sendo que aquelas assinadas por repórteres somaram 53,1% do total. Já o restante dos conteúdos foi creditado como ‘Gazeta do Povo’ - o equivalente a 15 matérias, o que contabiliza cerca de

46,9%. Não houve menção às agências de conteúdo ou outras fontes de informação. O Gráfico 2 apresenta de que forma as publicações foram creditadas em 2022.

Gráfico 2 - Como as publicações foram creditadas em 2022



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Gazeta do Povo (2022)

A análise das formas de atribuição de crédito das matérias da *Gazeta do Povo* entre 2018 e 2022 indica algumas mudanças. A primeira delas está expressa na utilização de uma menor diversidade de fontes dos créditos, uma vez que em 2022 as matérias passaram a ser assinadas de apenas duas formas - ora pela equipe de reportagem, ora somente como ‘Gazeta do Povo’.

5.2.1 Semelhanças e divergências quanto aos créditos

Em 2018, era frequente a menção às agências de notícias, como Estadão Conteúdo (17) e Folhapress (17) - com volume de material dessas agências. Já em 2022 o veículo deixou de publicar conteúdos provenientes de agências de notícias, o que foi possível constatar a partir de uma busca pelo *lead* das matérias no Google, para verificar se poderiam se repetir.

As matérias assinadas como ‘Gazeta do Povo’ foram analisadas e cada *link*, bem como cada *lead* foi verificado para identificar se, em outros sites, havia menção ao mesmo conteúdo tendo como fontes agências de notícias. Esta observação permitiu verificar que em 2022 a *Gazeta do Povo* não publicou conteúdos de agências como se fossem de própria autoria.

Das 15 matérias que foram creditadas como ‘Gazeta do Povo’ em 2022, nove foram conteúdos referentes a pesquisas de intenção de votos divulgadas por diferentes institutos, quatro foram produzidas a partir de informações do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e duas

utilizaram como fonte primária o jornal *Folha de São Paulo* (sendo que esta informação é mencionada nos textos).

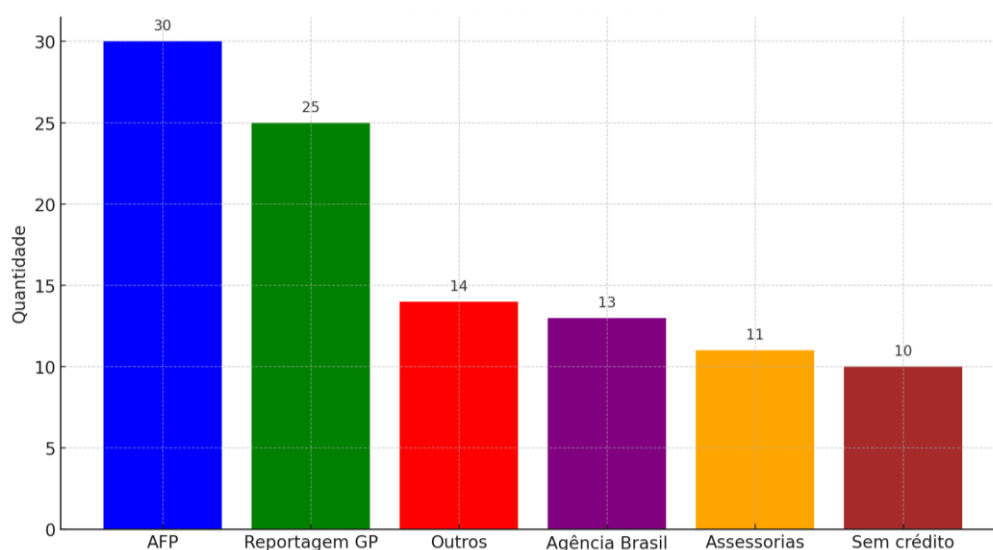
Em outras palavras, a comparação entre 2018 e 2022 demonstra que a *Gazeta do Povo* passou a publicar somente conteúdos produzidos ou “requeentados” internamente. Isso sugere que o veículo passou a priorizar outras fontes, como assessorias de imprensa ou o uso de outros veículos de comunicação como fontes primárias.

5.3 CRÉDITOS DAS IMAGENS

Em 2018, identificou-se um total de 103 fotos (em 96 matérias), uma vez que algumas matérias tinham mais de uma imagem. A Agência France-Presse (AFP) foi a principal fornecedora de imagens para a cobertura eleitoral da *Gazeta do Povo*, com 30 fotos utilizadas - o que representa 29,1% do total. Isso também indica maior uso de fontes externas e que disponibilizam conteúdo. Depois da AFP, a própria reportagem do jornal contribuiu com 25 fotos (24,2%) - em segundo lugar.

A terceira maior fonte de imagens foi enquadrada na categoria ‘Outros’ (14) devido à diversidade de fontes que praticamente não se repetem, muitas vezes da internet, como Facebook, emissora de TV ou outro veículo de comunicação. Em quarto lugar apareceu a Agência Brasil, maior agência pública de notícias brasileira, com 13 fotos utilizadas. As assessorias de imprensa contribuíram com 11 fotos e houve também 10 fotos sem créditos, como mostra o Gráfico 3.

Gráfico 3 - Como as fotografias foram creditadas em 2018



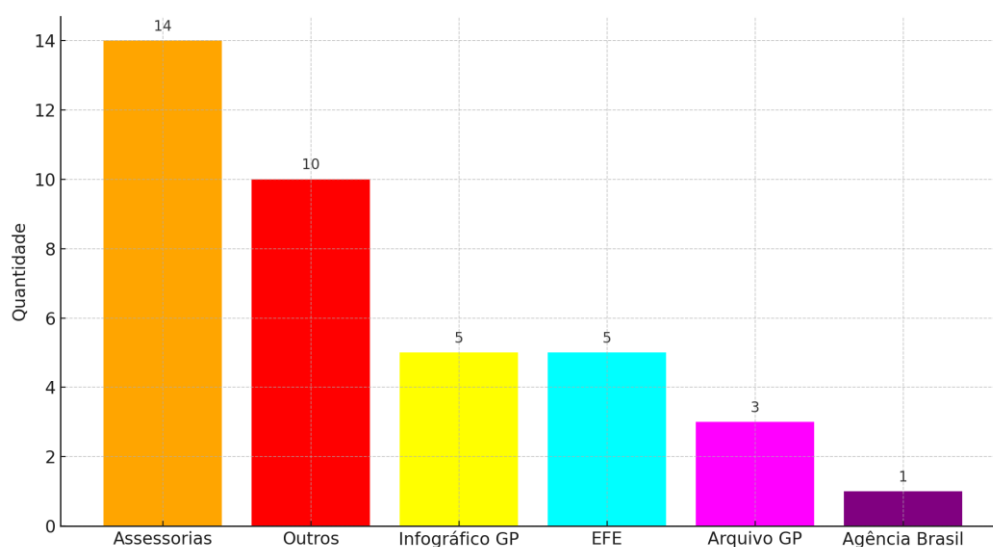
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Gazeta do Povo (2018)

A análise das fontes das imagens da *Gazeta do Povo* no período eleitoral de 2022, apontou para algumas práticas diferentes das utilizadas anteriormente. Foram 38 fotos (em 32 matérias) ao todo. Em primeiro lugar, com 14 créditos (36,8%), apareceram as assessorias de imprensa. Cresceu, portanto, o uso de imagens fornecidas por fontes oficiais ou organizações que disponibilizam conteúdos gratuitos.

A categoria "Outros" apareceu em segundo lugar com 10 créditos - nesta categoria há variedade de fontes, em especial emissoras de televisão, Pixabay e outros veículos. A agência EFE, de origem espanhola, foi mencionada em cinco fotos; esta foi a mesma quantidade que a categoria "Infográfico GP" (5) - que representa a utilização de recursos gráficos que foram produzidos internamente.

Em três situações a *Gazeta do Povo* utilizou fotos do próprio arquivo de imagens para ilustrar as publicações. Com apenas uma menção, a Agência Brasil teve uma participação bem menor no fornecimento de fotos para o jornal em 2022. O Gráfico 4 apresenta esse cenário.

Gráfico 4 - Como as fotografias foram creditadas em 2022



Fonte: Elaboração própria a partir de dados da *Gazeta do Povo* (2022)

5.3.1 Semelhanças e divergências quanto ao crédito das imagens

Em 2018, em torno de 66% das imagens utilizadas na cobertura das eleições pela *Gazeta do Povo* foram de fontes externas, como AFP, Agência Brasil, Assessorias e Outros. Em pouco mais de 24% das imagens a fonte mencionada foi da equipe de repórteres fotográficos do

próprio jornal. Embora numa proporção menor, no período analisado, o veículo contou com produção própria de fotografias.

Em contraste, em 2022, as poucas fotos assinadas pela *Gazeta do Povo* foram de arquivo, sem nenhuma imagem de autoria de fotojornalistas do quadro do jornal. Notou-se também que o jornal substituiu a agência AFP pela EFE de 2018 para 2022. Mesmo assim, a proporção de fotos de agências (EFE e Agência Brasil) foi bem menor - pouco mais de 15% do total em 2022, enquanto em 2018 foi de cerca de 41%.

Outro aspecto foi o uso de recursos gráficos em 2022 para acompanhar a divulgação de matérias sobre pesquisas eleitorais. Na comparação entre os dois períodos, a participação da Agência Brasil caiu de 13 fotos em 2018 para apenas uma em 2022, mas não se pode descartar a possibilidade da falta de parte dos arquivos em 2022 interferir nos resultados.

Tanto em 2018 como em 2022 a categoria “Outros” permaneceu uma fonte significativa de imagens, o que demonstra o uso de fotografias de fontes diversas disponíveis na internet. O crescimento no uso de fotos de assessorias de imprensa sugere que, em 2022, predominou o uso de conteúdos fornecidos gratuitamente por fontes institucionais.

5.4 SOBRE AS FONTES JORNALÍSTICAS

As fontes consistem em um dos principais elementos da notícia. Em geral, são pessoas físicas, jurídicas ou que representam alguma instituição e que emitem declarações sobre determinado tema. Há ainda fontes não-humanas, como documentos e dados que são consultados no processo de apuração.

De acordo com Alsina (2009) são três os fatores para estruturar um acontecimento público. As fontes, também chamadas por ele de promotores das notícias, estão na base desse tripé. As outras duas são os jornalistas, ou fazedores de notícias, e o público, ou consumidores das notícias. Os acontecimentos públicos são um conjunto de fatos conhecidos usados simbolicamente para estruturar a vida em sociedade.

A escolha das fontes pode interferir nos caminhos de uma determinada narrativa, assim como a compreensão dessas escolhas pode ajudar a identificar os enfoques dos veículos de comunicação.

Por exemplo, Agnelli Mesquita (2008) na dissertação de mestrado, fez a escolha de examinar as fontes nas revistas *Veja*, *IstoÉ*, *Época* e *CartaCapital* para verificar como foram utilizadas na cobertura do Caso Dossiê dos Sanguessugas.

Para o autor, no caso das revistas, o uso das fontes traz “maior veracidade ao texto e um aspecto (aparente) de isenção”. Ele inclui que a escolha desse critério é essencial para se

conhecer os enfoques dados pelos veículos de comunicação, bem como o que caracteriza as coberturas jornalísticas.

Em uma investigação sobre como a pluralidade de fontes aparece nos manuais de redação da Folha de São Paulo, o Estado de São Paulo, o Globo, Zero Hora e o Estado de Minas, "Ouça sempre o outro lado" (2019) identifica que a discussão é incipiente e que os documentos legitimam a noção de "outro lado" como forma de manutenção desta diversidade.

Na revisão da literatura, o trabalho mostra que apesar do senso comum de ouvir o "outro lado", a recomendação é sempre ouvir mais de uma fonte e "checar as várias versões possíveis". Existe uma correlação entre a quantidade de fontes, bem como a pluralidade delas, e o nível de confiança nas informações apuradas. De acordo com a publicação, ouvir o "outro lado" é uma forma de evitar que o jornalista reproduza versões e pontos de vista que permitam a manipulação da opinião pública.

Conforme "Ouça sempre o outro lado" (2019), o manual de redação da Folha de São Paulo explica o projeto editorial ao leitor. Nele, o jornal é definido como "crítico, pluralista e apartidário". Mas será que o jornalismo poderia abrir mão de alguns critérios basilares da prática de produção da notícia quando um veículo não se encaixa nessa mesma linha editorial? Se estivermos falando de um veículo que tem um posicionamento político definido, seria possível flexibilizar os critérios de apuração da notícia?

Ao compreender a noção de pluralidade de fontes no jornalismo como fator determinante em busca do ideal da objetividade, a resposta é não. Noções de objetividade e imparcialidade, embora subjetivas, são caminhos condutores para o jornalismo. Essas noções, portanto, devem estar no horizonte do jornalista, independente da linha editorial e das regras internas da organização que ele representa.

Alsina (2009), ao discorrer sobre a relação entre fontes e jornalismo, associa a presença das fontes à percepção sobre a verdade dessas narrativas. Para ele, há dois tipos principais de fontes: aquelas que são utilizadas e aquelas que são mencionadas. As fontes que aparecem nos discursos, ou seja, as mencionadas, são as que se institucionalizam socialmente. "Inclusive, poderíamos dizer que elas são elementos essenciais para o estatuto da prevalência de verdade desses discursos". (Alsina, 2009, p. 174)

Outro aspecto a ser considerado quando se fala sobre as fontes é o quanto o sistema de mídia se retroalimenta. Informações publicadas por um veículo são reproduzidas por outros, em geral com base na credibilidade que a instituição possui no sistema. Essa autorreferência pode desencadear uma reação em cadeia. A informação de um meio se propaga entre os demais, algumas vezes "sem as necessárias verificações" (Alsina, 2009, p. 175).

Situação diferente acontece em tempos de comunicação em rede, quando informações disponíveis na internet - incluindo as redes sociais digitais - também passaram a ser utilizadas como fontes pelos jornalistas. Cabe incluir especialmente as declarações de políticos e personalidades influentes. Mas há também situações em que declarações de populares nas redes sociais são utilizadas por jornalistas.

São situações em que jornalistas, diante da pressa pela publicação de algum conteúdo, acabam abrindo mão da entrevista e dando voz para declarações que estão disponíveis na internet - principalmente nas redes sociais.

O Manual para jornalistas investigativos da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) (Hunter, 2009), no terceiro capítulo que trata sobre a verificação, fala da existência de fontes abertas, ou seja, uma fonte que pode ser livremente acessada. Ao classificar os tipos de fontes abertas, menciona informações que já foram publicadas em outras mídias.

Seria o caso de notícias, de publicações de sindicatos, partidos, associações, publicações acadêmicas, fóruns de usuários na internet, de analistas, fóruns informativos, revistas de sindicatos, grupos, etc. O documento ainda menciona as bibliotecas educativas, agências governamentais, bibliotecas governamentais, cortes de justiça, escritórios de divulgação, cartórios, relatórios e comunicações de imprensa de empresas estatais, tribunais ou juntas comerciais e instituições internacionais (Hunter, 2009).

A sugestão do manual é que os jornalistas usem essas fontes para encontrar informações, mas em nenhuma situação cogita-se pular a etapa de checagem desses conteúdos. Ao contrário, a orientação é, após o levantamento de informações de fontes abertas, verificá-las com outros tipos de fontes, neste caso, as fontes humanas.

Schmitz (2020) desenvolveu uma classificação das fontes jornalísticas. Segundo ele, a dinâmica entre o jornalista e a fonte é complexa, uma vez que é determinada por “relação de forças, interferências, ações e interesse das fontes”. Ele ainda faz uma distinção entre fonte e porta-voz, sendo este último a pessoa que transmite o discurso da fonte. Para ele:

Fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências; envolvidas direta ou indiretamente a fatos e eventos; que agem de forma proativa, ativa, passiva ou reativa; sendo confiáveis, fidedignas ou duvidosas; de quem os jornalistas obtêm informações de modo explícito ou confidencial para transmitir ao público por meio de uma mídia (Schmitz, 2011, p. 11).

Schmitz contextualiza que existem várias classificações para as fontes, conforme os autores. Lage (2015), descreve no glossário que fonte é a “procedência da notícia. Informante

oficial ou oficioso”. O autor tipifica as fontes conforme a proximidade com o fato - sendo primárias as que possuem relação direta com o fato e secundárias as que não possuem ligação direta e interpretam o ocorrido (Lage apud Schmitz, 2020).

Conforme a classificação de Schmitz representada pela Figura 4, as fontes são divididas em grupos:

Figura 4 - Categorização das fontes jornalísticas

Grupos	Descrição
Oficial	Alguém em função ou cargo público que se pronuncia pela autoridade que exerce ou órgão que representa, sendo a preferida da mídia por emitir informação ao cidadão e tratar do interesse público, embora possa falsear a realidade.
Empresarial	Empresário ou representante de uma corporação empresarial, que estabelece relações com a mídia visando preservar a sua imagem e reputação ou da empresa.
Institucional	Representa uma organização sem fins lucrativos ou grupo social, que busca sensibilizar e mobilizar os seus pares ou a sociedade para defender uma causa com o aval da mídia.
Popular	Manifesta-se por si, enquanto testemunha, vítima (sofredor, injustiçado) ou cidadão reivindicador, que busca os seus direitos.
Notável	Pelo seu talento ou fama, fala de si e do seu ofício.
Testemunha	Relata o que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora. Por ser considerada “portadora da verdade”, seu discurso é álibi para o conteúdo jornalístico.
Especializada	Perito, intelectual, expert de notório saber específico, analisa e contextualiza as possíveis consequências de um acontecimento.
Referência	Bibliografia, documento ou mídia que o jornalista consulta para fundamentar e recheiar a narrativa, agregando razões e ideias.

Fonte: SCHMITZ, Aldo. **Manual de jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2020.

5.4.1 As fontes sob sigilo

Uma das escolhas que compete ao jornalista é a seleção sobre o uso ou não de informações em *off*, aquelas em que a identidade da fonte não é revelada. Cabe ainda a avaliação sobre em que condições isso deve ocorrer. As fontes anônimas são um recurso que não deve ser banalizado, tampouco utilizado sem critérios.

Noblat (2010) destaca a necessidade de confirmar as informações em *off* com mais de uma fonte para que as informações sejam utilizadas. Este deveria ser um cuidado mínimo durante a apuração noticiosa, para evitar a divulgação de informações que não são verdadeiras ou que refletem apenas uma perspectiva parcial sobre um determinado tema.

A recomendação do autor é dar preferência às informações em *on*. Outra situação é quando a informação é investigada e confirmada. Situação em que o conteúdo é aproveitado, mesmo que a fonte não queira aparecer. Usar o *off*, neste contexto, é diferente de divulgar declarações - o que se aproxima mais de práticas do jornalismo declaratório - sem identificar de quem partiu.

Em seção intitulada “todo cuidado é pouco”, Noblat (2010) pontua que a condição do anonimato é favorável para a fonte, uma vez que o teor do que é dito pode ser tanto verdadeiro como mentiroso, sem risco para quem contou. Por isso, em regra geral, não se deve utilizar declaração em *off*. O autor observa ainda sobre um possível critério a ser considerado pelo jornalista ao assumir a responsabilidade pela informação anônima.

Quem declara algo emite uma opinião. Se não quer ter o nome ligado à opinião que emitiu, é porque teme seus efeitos. Se não se responsabiliza por ela, por que devo eu responsabilizar-me? (Noblat, 2010, p. 63).

Ao abordar as informações sigilosas, o Manual para jornalistas investigativos da Unesco amplia a classificação para três tipos de conteúdos. O primeiro seria o “*off*”, que é quando a informação não vai ser utilizada, a não ser que se consiga confirmá-la com uma outra fonte que não pediu sigilo. A segunda situação é quando não se menciona a fonte. Neste caso, o jornalista publica as informações, mas não menciona quem pediu sigilo. A terceira possibilidade é o “*on*”, quando o jornalista pode publicar as informações e também atribuí-las à fonte da informação (Hunter, 2009).

Segundo o manual, a fonte deve declarar se prefere ou não ficar em sigilo. O texto afirma ainda que quando existe a escolha de manter a fonte anônima, a responsabilidade pela informação é transferida para o jornalista. Então, este passa a assumir o risco pelo uso das informações.

Por esse motivo, aconselhamos fortemente que você não publique materiais baseados em fontes anônimas, a não ser em uma das seguintes condições:

- Evidências documentais podem ser encontradas a partir de outras fontes
- As informações fornecidas pela fonte anônima se encaixam em um padrão lógico com outras informações já verificadas
- A fonte se mostrou confiável em ocasiões do passado
- Se a fonte embasar a informação por meio de um documento, e se o documento não puder ser rastreado até a fonte, peça o documento (Hunter, 2009, p. 49).

5.5 OBSERVAÇÃO DAS FONTES DAS NOTÍCIAS

Em 2018, outros veículos de informação foram mencionados entre as fontes em 23,9% das publicações analisadas da *Gazeta do Povo*. Isso equivale a 23 menções entre as 96 notícias.

Em algumas situações, o assunto era o debate eleitoral, mas na maioria dos casos os veículos foram citados por serem fonte de declarações ou de dados. Cita-se, por exemplo, TV Aparecida, SBT, o Estado de S. Paulo, Globo, TV Band, Record, AFP, Folha de S. Paulo, UOL, Rádio Jornal de Recife e El País.

As pesquisas eleitorais foram citadas em 21,8% das publicações. Também em 21,8% dos textos são utilizadas fontes imprecisas, entre elas informações em *off*. Isso aparece de várias formas, como no terceiro texto, em que são usados nomes fictícios para alguns personagens; ou no texto 32 (Apêndice D), que menciona “dirigentes do PT”, “um interlocutor”, “outro dirigente”, mas não apresenta quem são as fontes. Tem também o exemplo do texto 86 (Apêndice D), que menciona “uma das líderes do evento, discursando em cima de um carro de som”, sem mais detalhes.

Em cerca de 14% do material analisado foram entrevistados analistas/especialistas nos assuntos abordados - ou seja, 14 publicações. Em três situações, as matérias são de agências de conteúdo, e nas demais situações os textos foram produzidos pelos repórteres da *Gazeta do Povo* - o que demonstra uma predominância da reportagem em ouvir fontes especializadas.

Declarações antigas de personalidades políticas são resgatadas em aproximadamente 14% das publicações analisadas, como fala do candidato Geraldo Alckmin em debate (texto 2, Apêndice D), entrevista antiga de Fernando Haddad (texto 39), declaração do deputado Paulo Teixeira (64) ou o candidato Ciro Gomes em declaração em debate anterior da rede Globo (94).

Informações disponíveis em redes sociais digitais foram mencionadas em 13 publicações, sendo que na maioria delas o título do material menciona o candidato Jair Bolsonaro. Com quatro exceções (Gleisi Hoffmann, Cabo Daciolo e Lula são citados), a maioria também cita páginas de atos a favor ou contra Bolsonaro, vídeos e publicações exibidos nas redes sociais do então candidato e a conta oficial de Bolsonaro no YouTube, por exemplo.

Especialmente nas eleições de 2018, mas durante as campanhas, o candidato Jair Bolsonaro teve como característica marcante a utilização das redes sociais, de maneira a se comunicar de forma direta com seus eleitores, sem a necessidade de mediação de veículos de comunicação. Ele também utilizou a ferramenta das transmissões ao vivo, chamadas de *lives*, para chegar aos eleitores.

Em oito matérias do total analisado não foi possível identificar as fontes. Sete publicações mencionam os planos de governo dos candidatos. Ainda no mesmo período de 2018, a *Gazeta do Povo* publicou duas entrevistas exclusivas, ambas sobre preços dos combustíveis, com os responsáveis pela área de energia das campanhas do PSDB e do PT.

O recurso de utilizar fontes populares - que manifestam sua opinião - foi utilizado em apenas duas matérias, falando sobre o voto das mulheres. A primeira é assinada pelo Estadão Conteúdo e ouve personagens femininas e masculinas sobre como votam. A segunda, assinada por repórteres da *Gazeta do Povo*, escuta três eleitoras em cidades distintas que defenderam a candidatura de Jair Bolsonaro. Houve momentos da campanha que o candidato tinha menor aprovação entre o eleitorado feminino. O resumo está no Quadro 8.

Quadro 8 - As fontes mencionadas nas publicações de 2018

Fontes utilizadas 2018	Quantidade
Textos que citam outros veículos de comunicação (1,3,4,6,7,9,10,27,29,31,32,35,38,41,49,51,55,64,70,76,78,84,94)	23
Citam pesquisas eleitorais (1,2,3,8,25,30,37,38,39,46,48,64,71,74,77,78,79,81,82,84,96)	21
Fontes imprecisas (1,3, 4,8,11,18,32,37,38,39,44,45,54,62,63,64,66,81,85,86,89)	21
Entrevistaram analistas/especialistas (3,22,28,37,42,44,52,56,62,63,78,82,85,94)	14
Resgatam declarações antigas (2,4,6,9,28,29,31,32,39,52,64,84,93,94)	14
Citam informações colhidas em redes sociais (3,6,8,20,24,29,31,36,51,53,70,83,87)	13
Não é possível identificar as fontes (19,26,34,61,65,91,92,95)	8
Textos que citam planos de governo dos candidatos (28,29,42,43,82,84,93)	7
Mencionam informações do TSE (12,54,84,85)	4
Mencionam entrevistas exclusivas (47,69)	2
Usam personagens (3,79)	2

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Gazeta do Povo (2018)

Em 2022, a maior parte das publicações analisadas citam pesquisas eleitorais (46,8%), resgatam declarações antigas de agentes públicos (31,2%), utilizam fontes imprecisas (25%) e citam informações do TSE (21,8%). Neste ano, nenhuma matéria utiliza personagens ou

menção entrevistas exclusivas. Também não há publicação de 2022 em que não seja possível identificar nenhuma fonte.

Em quatro matérias, todas assinadas pela equipe de reportagem da *Gazeta do Povo*, foram entrevistados analistas ou especialistas. Uma delas trata das propostas para o bioma Amazônico, outra sobre os candidatos minoritários nas eleições, mais uma sobre promessas dos candidatos que não indicam fontes de recursos e a última sobre a polarização entre os candidatos Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva.

Nas eleições de 2022, a *Gazeta do Povo* repete a publicação de conteúdos com informações imprecisas, entre elas a menção de fontes em off. A situação ocorreu em oito ocasiões. O texto 2 (Apêndice E), por exemplo, fala que “na avaliação da campanha do PT” sem apresentar fontes; o texto 7 (Apêndice E) fala em “uma fonte do tribunal envolvida nas discussões”; a publicação 10 (Apêndice E) menciona que “uma fonte da campanha disse”, sem citar quem, e “em entrevistas recentes”.

Em 2022, identificou-se que mais publicações foram baseadas em informações do TSE que no período anterior. Também houve quatro textos que entrevistaram analistas/especialistas (12,5%). Quatro textos que citam informações colhidas em redes sociais e outros quatro que mencionam os planos de governo dos candidatos. Há três publicações que citam informações de outros veículos de comunicação. Veja em resumo no Quadro 9.

Quadro 9 - As fontes mencionadas nas publicações de 2022

Fontes mencionadas 2022	Quantidade
Citam pesquisas eleitorais (2,5,9,14,15,17,18,19,20,21,22,25,26,30,31)	15
Resgatam declarações antigas (2,7,8,10,15,17,20,22,23,24)	10
Fontes imprecisas (2,7,10,15,17,20,22,23)	8
Mencionam informações do TSE (2,11,12,15,16,24,27)	7
Entrevistaram analistas/especialistas (8,9,10,29)	4
Textos que citam planos de governo dos candidatos (8,17,20,22)	4

Citam informações colhidas em redes sociais (1,10,13,15)	4
Textos que citam outros veículos de comunicação (1,10,16)	3

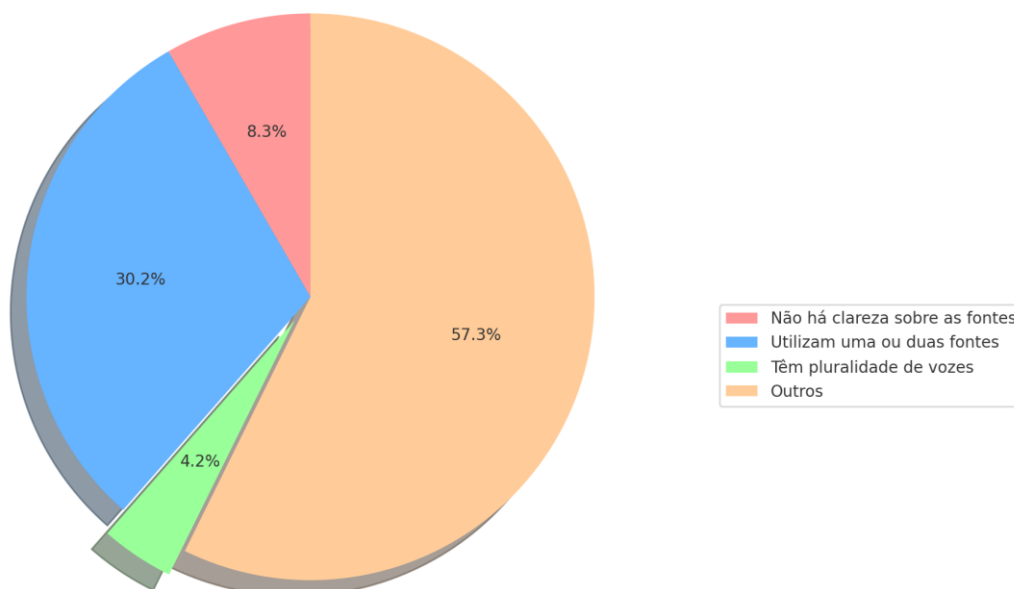
Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Gazeta do Povo (2022)

5.5.1 Apresentação das fontes: falta pluralidade

Das 96 publicações analisadas em 2018, em oito delas não há clareza sobre as fontes utilizadas, não sendo possível identificá-las. Nas 88 publicações restantes, identifica-se um volume maior de fontes mencionadas que de fontes utilizadas (efetivamente ouvidas). Entre as mencionadas, estão prioritariamente fontes abertas (Hunter, 2009), cujas características já foram descritas no subcapítulo “Sobre as fontes jornalísticas”.

O Gráfico 5 mostra que as fontes utilizadas, ou seja, que citam ao menos uma fonte humana, a partir de apuração própria, somam 30,2% do total - o que equivale a 29 publicações. Em quatro das 96 (4,2% do total), percebe-se a pluralidade de vozes, o que significa a utilização de pelo menos três fontes humanas na apuração do conteúdo (com exceção do *off*).

Gráfico 5 - Pluralidade de fontes em 2018



Fonte: Elaboração própria a partir da Gazeta do Povo (2018)

A pluralidade de vozes aparece nas seguintes publicações:

- Número 3: “Efeito Bolsonaro? Em 24 anos, homens e mulheres nunca votaram de forma tão diferente” - assinada por Estadão Conteúdo - com a menção de 12 fontes, entre as quais houve cinco fontes utilizadas.

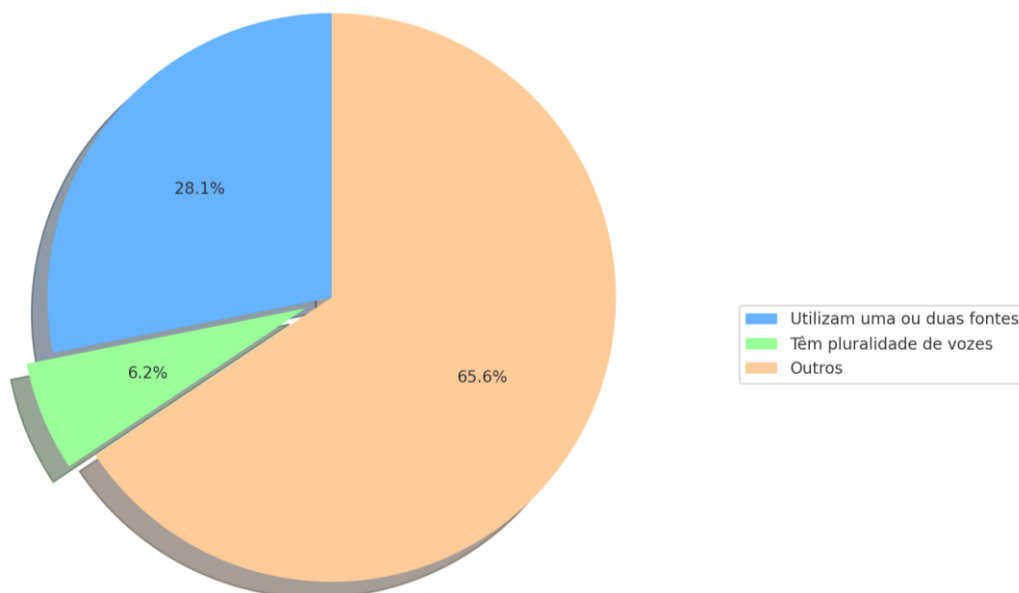
- Número 22: Qual o efeito das acusações de Palocci na campanha de Haddad?” - assinada pelo repórter Evandro Éboli - que menciona quatro fontes e utiliza três.

- Número 79: “Elas dizem ‘Ele sim’: o que pensam as mulheres que votam em Bolsonaro” - assinada por Daiana Constantino, João Bandeira, Evandro Éboli e Fernando Martins - com quatro fontes mencionadas e três fontes utilizadas.

- Número 90: “Sistema de votação é ‘ágil, seguro, confiável e auditável’, diz presidente do TSE” - por Estadão Conteúdo - que menciona e utiliza as mesmas três fontes.

Em 2022, entre as 32 publicações, foi possível identificar prioritariamente fontes abertas, incluindo, entre as fontes mencionadas, dados, pesquisas, informações de redes sociais e informações de outros veículos de comunicação. Em nove publicações - 28,1% do total - são mencionadas fontes humanas. Em duas das publicações (6,2%), identifica-se a pluralidade de vozes, ou seja, foram entrevistadas no mínimo três fontes humanas, como mostra o Gráfico 6.

Gráfico 6 - Pluralidade de fontes em 2022



Fonte: Elaboração própria a partir da Gazeta do Povo (2022)

Trata-se das seguintes publicações:

- Número 8: “Amazônia do mundo ou do Brasil? O que os presidentiáveis propõem para o maior bioma do país” - assinada pela repórter Ana Carolina Curvello - que mencionou 12 fontes, sendo que quatro foram utilizadas na publicação.

- Número 29: “Bolsonaro ou Lula? País chega ao 1º turno polarizado e com dois projetos para escolher” - assinada por Leonardo Desideri - com quatro fontes mencionadas e três utilizadas.

Nem em 2018, nem em 2022, identifica-se a presença de pluralidade de perspectivas, confronto de informações e debate de ideias entre as fontes utilizadas - mesmo nas situações em que são entrevistadas fontes humanas. Entre as que apresentam pluralidade de vozes, uma confronta mais de um ponto de vista (Número 3, assinada por Estadão Conteúdo).

5.6 NOTÍCIAS MAIS COMENTADAS PELOS LEITORES

O portal da *Gazeta do Povo* permite o comentário dos leitores nas matérias. Este foi o critério metodológico usado neste trabalho para a seleção dos textos a serem analisados de modo qualitativo. Desta forma, foram selecionados os cinco textos com maior engajamento, quando considerados os comentários, tanto em 2018 quanto em 2022. Assim, chega-se às matérias apresentadas nos Quadros 10 e 11.

Quadro 10 - Mais comentadas entre 30 de setembro e 6 de outubro de 2018

Comentários	Título	Autor
288	Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?	Flávia Pierry
214	Em final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida	Da Redação, com Agências
134	Bolsonaro pode vencer a eleição já no 1.º turno. Entenda por quê	Da Redação
116	Debate Globo para presidente: quem ganhou e quem perdeu	Da Redação
103	De quantos votos Bolsonaro precisa para vencer no primeiro turno?	Jéssica Sant’Ana, com informações da Folhapress

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Gazeta do Povo (2018)

Quadro 11 - Mais comentadas entre 25 de setembro e 1 de outubro de 2022

Comentários	Título	Autor
190	TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar a auditoria das Forças Armadas	Renan Ramalho
120	Ipec: Confira nova rodada da pesquisa para presidente da República	Gazeta do Povo

118	Bolsonaro ou Lula? País chega ao 1.º turno polarizado e com dois projetos para escolher	Leonardo Desideri
115	Datafolha: confira os números da nova pesquisa para presidente da República	Gazeta do Povo
113	Bolsonaro diz confiar em vitória no 1º turno “com margem superior a 60%” dos votos	Fabio Calsavara

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da Gazeta do Povo (2022)

5.6.1 Análise das cinco notícias mais comentadas em 2018

A seguir, será realizada uma descrição das matérias com maior número de comentários no período que antecedeu as eleições em 2018:

1 - Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?

A matéria mais comentada no período analisado, com 288 manifestações contabilizadas, tem como título "Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?". O texto foi publicado no dia 2 de outubro de 2018 e é assinado por Flávia Pierry (de Brasília). A publicação apresenta seis fontes, sendo elas, conforme apresentado em ordem cronológica:

- Dados da pesquisa Ibope
- Dados da pesquisa Datafolha
- Márcio Coimbra, estrategista político do Senado federal
- Levantamento do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (USP)
- Eladio Oduber, sociólogo e professor do Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB)
- Um aliado de Bolsonaro

O subtítulo afirma que a intenção de votos em Jair Bolsonaro aumentou, da mesma forma que o lide da matéria, mas o texto não traz dados gerais sobre a preferência dos eleitores, apesar de mencionar dados de dois institutos de pesquisa. Portanto, não há dados que confirmem o que está no subtítulo e no *lead*, ou seja, o aumento nas intenções de voto para Jair Bolsonaro. O texto faz um recorte ao apresentar dados apenas da penetração do candidato Jair Bolsonaro junto ao eleitorado feminino, sem contextualizar com os votos masculinos ou com o percentual de votos de outros candidatos.

Ainda no subtítulo, o texto questiona se há uma “correção no rumo das pesquisas” (Pierry, 2018). Essa indagação será compreendida mais ao fim do texto, quando um dos analistas e uma fonte anônima colocam em xeque o resultado das pesquisas de intenção de

votos, conforme será mencionado mais à frente. Tal suposição está alinhada ao discurso negacionista adotado pelo grupo do candidato Jair Bolsonaro, que questionou a credibilidade dos institutos de pesquisa.

Logo no primeiro parágrafo, a matéria fala que, após os protestos do "Ele Não", houve um aumento nas intenções de voto para o candidato Jair Bolsonaro, principalmente entre as mulheres. A matéria coloca dados do Ibope e do Datafolha indicando esse crescimento entre as eleitoras, mas não contextualiza os percentuais dos outros candidatos nem o contexto geral.

Pela pesquisa Ibope de 1 de outubro, por exemplo, Jair Bolsonaro ainda apresentava a maior rejeição entre as mulheres. Enquanto a rejeição do candidato era de 35% entre os homens, entre as mulheres era de 51%. Já Fernando Haddad apresentava rejeição de 43% entre os homens e de 33% entre as mulheres.

No segundo parágrafo, o texto usa o recurso da adjetivação, dizendo que o “crescimento surpreende” (Pierry, 2018), ao se referir ao candidato Jair Bolsonaro. A qualificação aparece depois do texto afirmar que o candidato passou de 18% para 24% (Ibope) e de 21% para 27% (Datafolha) entre o público feminino.

Mais à frente, o texto segue contextualizando o posicionamento de "analistas políticos" que reforçariam a tese de que os protestos contra Bolsonaro na verdade tiveram efeito positivo. O texto utiliza a avaliação de dois especialistas: Márcio Coimbra, estrategista político do Senado Federal, e Eladio Oduber, sociólogo e professor do Instituto de Educação Superior de Brasília (IESB).

Além disso, usa dados de levantamento realizado pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo, que coletou informações sobre o perfil dos manifestantes do "Ele Não". O texto apresenta, no oitavo parágrafo, sem citar a fonte, a avaliação de que o perfil dos manifestantes pode ter exercido "efeito contrário ao desejado" (Pierry, 2018), provocando a migração de votos para Bolsonaro.

Um dos analistas, Márcio Coimbra, afirma que o "Ele Não" e a subida de Haddad nas pesquisas poderiam levar Bolsonaro a vencer no primeiro turno e que a força de Haddad faz com que os votos do centro se desloquem para Bolsonaro. Apesar de, naquele momento, não se cogitar a possibilidade de uma vitória no primeiro turno, essa hipótese é colocada no texto.

Pela pesquisa Ibope naquele momento, por exemplo, as intenções de voto eram de 31% para Jair Bolsonaro e 21% para Fernando Haddad, mas ainda havia Ciro (11%); Alckmin (8%); Marina (4%) - portanto o candidato ainda estava longe de conseguir a quantidade de votos válidos para vencer em primeiro turno.

Mais para o fim, a matéria abre um intertítulo chamado "Pesquisas corrigindo a rota" (Pierry, 2018), em que traz a hipótese de que o aumento dos pontos nas intenções de voto de Jair Bolsonaro não tem a ver com as manifestações de final de semana, mas sim com os institutos de pesquisa ajustando os números, para se aproximarem mais da “realidade”. Essa narrativa é apresentada em uma fala de Márcio Coimbra.

Em seguida, o texto utiliza uma fonte anônima, citada como “um aliado de Bolsonaro” (Pierry, 2018), para relacionar o crescimento nas intenções de votos de Bolsonaro com hipóteses de que não são precisas as metodologias adotadas pelos institutos de pesquisa. Ou seja, o material coloca em xeque a credibilidade das pesquisas realizadas pelos institutos a partir de fonte em *off* ligada à campanha de Bolsonaro.

Assim, percebe-se que a matéria levanta uma hipótese sem base de dados, mas que permeou a campanha de Jair Bolsonaro - em várias situações apoiada no negacionismo, como ao questionar não apenas os institutos de pesquisa, mas também a credibilidade das urnas ou os dados de pessoas com Covid-19 durante a pandemia. De modo geral, questionou dados e instituições de referência na sociedade.

Os dois últimos parágrafos explicam as metodologias das pesquisas citadas no texto e são colocados de forma padronizada nas matérias que citam dados de pesquisas eleitorais. Isso também é utilizado em outras matérias durante o período analisado.

2 - Em final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida.

Com 214 comentários, a segunda matéria com maior engajamento do período em 2018 tem o título "Em final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida" (Gazeta do Povo, 2018a). O texto foi publicado no dia 1 de outubro de 2018 e é assinado como 'Da Redação, com Agências'. A publicação utiliza as seguintes fontes:

- A campanha de Bolsonaro
- Deputado Eduardo Bolsonaro (PSL) e candidato a senador Major Olímpio (PSL)
- Vídeo gravado por Bolsonaro
- Polícia Militar de Brasília
- Postagem de Bolsonaro no Twitter
- Dados da pesquisa CNT/MDA
- Dados da pesquisa Datafolha
- Dados da pesquisa Ibope.

O subtítulo do material faz uma contraposição entre manifestações contrárias e favoráveis ao candidato Jair Bolsonaro e usa o recurso da adjetivação para classificar que os apoiadores do candidato reagiram “com força” (Gazeta do Povo, 2018a). Esse viés favorável a

Bolsonaro segue no *lead*, com a afirmação de que apoiadores “tomaram as ruas” em “capacidade de reação” (Gazeta do Povo, 2018a) um dia depois das manifestações do “Ele Não”.

O segundo parágrafo começa falando rapidamente sobre a origem do movimento “Ele Não” e menciona informações de um grupo no Facebook. Na sequência, o texto já volta a falar sobre “atos públicos, carreatas e buzinações” favoráveis a Bolsonaro. No fim do parágrafo há menção de que “não houve violência” nas manifestações organizadas em favor de Bolsonaro, ou seja, que seus apoiadores são pacíficos.

O texto também constrói um contraponto ao “Ele Não”, ao afirmar que a militância de Bolsonaro também se organizou nas redes sociais e criou um mote próprio, chamado de “Ele Sim” e “PT Não”. A hashtag #EleNão, usada nas manifestações puxadas por mulheres contra Bolsonaro repercutiu em todo o Brasil naquele período.

No terceiro parágrafo, a informação de que o “Ele Não” fortalece a campanha de Fernando Haddad é passada sem especificar a fonte. O texto menciona apenas que “a campanha de Bolsonaro tem destaque” (Gazeta do Povo, 2018a) este fato.

Em seguida, o material fala sobre as manifestações de apoio a Bolsonaro, em especial uma realizada em São Paulo. Deste evento é apresentado um trecho dos discursos do deputado Eduardo Bolsonaro e do candidato ao Senado, Major Olímpio, que fala em esperança de vitória no primeiro turno.

A especulação sobre vitória em primeiro turno aparece no quinto, sexto e sétimo parágrafos. No sexto parágrafo, consta por meio de uma declaração do próprio Bolsonaro em um vídeo que foi transmitido durante o ato realizado em São Paulo. No outro parágrafo a informação volta a ser repetida e creditada a Eduardo Bolsonaro.

O texto utiliza dois intertítulos. O primeiro deles é chamado de “Carreatas” e descreve as manifestações favoráveis ao candidato Jair Bolsonaro em várias cidades do Brasil, em especial em Curitiba e Brasília - neste último, traz dados da Polícia Militar com a quantidade de participantes. Em outro trecho, cita que Bolsonaro agradeceu e divulgou vídeos das carreatas e das manifestações na conta do Twitter, tendo sido uma das principais hashtags do dia.

Um segundo intertítulo, chamado “Polarização”, começa com a informação de que a “tendência” captada pelas pesquisas de intenção de votos são de realização se um segundo turno entre Bolsonaro e Haddad. Nesta parte, o texto menciona dados de três pesquisas eleitorais: com empate técnico na CNT/MDA; Bolsonaro à frente na Datafolha; e a segmentação por gênero e geográfica na pesquisa Ibope.

Ao se referir às mulheres, em menção à última pesquisa Ibope, o texto fala que elas são “as mais indecisas até o momento”, e que foi por isso que o movimento “Ele Não” cresceu nas redes sociais, de modo a tentar barrar que as eleitoras indecisas votem em Bolsonaro. Porém, dados da pesquisa Ibope indicam que, por segmento, as mulheres não foram as mais indecisas. Isto é válido apenas para uma comparação por gênero. No grupo com 55 anos ou mais, por exemplo, os percentuais de indecisos eram maiores. Da mesma forma no grupo com até quarta série (G1, 2018).

3 - Bolsonaro pode vencer a eleição já no 1º turno. Entenda por quê.

O texto, creditado como ‘Da Redação’, é o terceiro em engajamento dos leitores, com 134 comentários. Foi publicado no dia 3 de outubro, sendo o primeiro entre os analisados que tem como fonte o Podcast Eleições, da *Gazeta do Povo*. O texto traz a opinião de quatro analistas, além de mencionar o recorte de alguns dados de três pesquisas eleitorais (Ibope, Datafolha e BTG/FSB).

- Podcast Eleições, *Gazeta do Povo*

No subtítulo, a publicação cogita a ocorrência de “surpresas do primeiro turno” (Gazeta do Povo, 2018b) ao levantar a possibilidade de uma vitória de Bolsonaro na eleição do dia 7 de outubro. O texto foi publicado quatro dias antes das eleições, período em que o candidato estava com 31% das intenções de votos, conforme dados da pesquisa Ibope de 1 de outubro de 2018. Possíveis surpresas da reta final também abrem o *lead*, que resume alguns dos fatores que de acordo com os analistas podem interferir no resultado das urnas.

O primeiro deles, é tratado no intertítulo “‘Efeito manada’ pode favorecer Bolsonaro nos últimos dias de campanha”, em que Márcio Coimbra afirma que existe possibilidade da vitória de Bolsonaro no primeiro turno. No texto ele fala que pode haver o que chama de “voto útil” (Gazeta do Povo, 2018b), que seria o apoio a Bolsonaro para evitar a volta do PT. Diz ainda que um ambiente favorável a Bolsonaro era possível em função do crescimento do candidato nas pesquisas Ibope e DataFolha.

O texto, ao trazer afirmações de Coimbra, também fala em ajuste dos números das pesquisas dos institutos Ibope e DataFolha, em uma comparação com os números da pesquisa BRG/FSB. Cita ainda que, nesta última, Bolsonaro já havia crescido anteriormente e depois estagnado na rodada divulgada no começo de outubro. De forma mais sutil, o comentário aqui volta a remeter à descredibilização dos dados dos dois institutos.

O segundo intertítulo “35% dos eleitores podem representar 50% dos votos válidos” parte deste argumento para afirmar que Bolsonaro, então com cerca de 31% nas pesquisas, precisaria alcançar 35% em quatro dias, assim teria chances de ganhar no primeiro turno. A

hipótese é trazida pelo jornalista Fernando Martins, ao citar artigo do analista político Lúcio Rennó, na Folha de S. Paulo. No final deste trecho, há uma rápida consideração sobre ser pouco provável a definição do pleito no primeiro turno.

No terceiro intertítulo, é “Possível segundo turno muito dificilmente não será entre Bolsonaro e Haddad”, o jornalista Lúcio Vaz também menciona a possibilidade da eleição acabar no primeiro turno, mas diz que o mais provável é seguir para o segundo turno. O texto apresenta que dificilmente um segundo turno não seria entre Bolsonaro e Haddad. O jornalista Renan Barbosa reforça a ideia presente no começo do texto de que surpresas podem acontecer, por se tratar de uma eleição atípica.

“Para onde vão os indecisos? E mais: qual será o impacto do cancelamento de títulos eleitorais?” é o quarto intertítulo e volta a mencionar as pesquisas Ibope, DataFolha e BTG/FSB. A defesa aqui é de que os votos dos indecisos se dividam entre Bolsonaro e Haddad. Sobre o cancelamento de títulos, o texto fala que a maior parte se dá no Nordeste, onde Haddad estava “mais forte” (Gazeta do Povo, 2018b). Até agora, esta é a única situação considerada pelos analistas e que poderia ser favorável a Haddad, embora reforce uma ideia recorrente naquele momento de divisão entre, o Brasil com Bolsonaro e o Nordeste com o PT.

O quinto tema está no intertítulo “Fique atento: *fake news* de última hora podem interferir na eleição”. Nele os analistas lembram de duas situações em que boatos foram divulgados próximo à data das eleições. O jornalista Renan Barbosa recomenda “desconfiar de tudo” (Gazeta do Povo, 2018b) que não esteja publicado em um grande veículo de comunicação.

Por último, o texto trata sobre o “Debate na Globo: candidatos têm mais chances de perder do que ganhar voto” e afirma que por não participar do debate, “Bolsonaro tende a não ter prejuízo algum” (Gazeta do Povo, 2018b) e “Haddad é quem pode ser prejudicado” (Gazeta do Povo, 2018b). Depois, assim como em outros textos, são citadas as metodologias das pesquisas mencionadas durante o texto.

4 - Debate Globo para Presidente. Quem ganhou e quem perdeu?

O texto recebeu 116 comentários no portal da *Gazeta do Povo* e foi publicado no dia 4 de outubro de 2018, tendo sido assinado como ‘Da Redação’. A fonte é o quadro Quem ganhou e quem perdeu o debate da Rede Globo, em que comentaristas da *Gazeta do Povo* apresentam ao vivo as opiniões.

- Quadro Quem ganhou e quem perdeu o debate

Este quarto material tem um subtítulo mais neutro e que descreve se tratar de uma avaliação de jornalistas e colunistas a respeito do desempenho dos candidatos no debate

realizado pela Rede Globo. No *lead*, o texto descreve um panorama geral de quem foram os candidatos que participaram do debate e informa se tratar de um quadro que traz uma avaliação feita ao vivo por comentaristas. Este parágrafo traz o fato de que o candidato Jair Bolsonaro não compareceu ao debate por recomendação médica. Apesar disso, ele foi citado por todos os comentaristas na seção sobre quem ganhou o debate.

Primeiro, o texto traz comentários sobre quem teria ganhado o debate:

Madeleine Lacsco, editora do blog A Protagonista: cita primeiro o nome de Ciro Gomes, dizendo ser candidato alternativo às polarizações e que “mesmo quando bateu em Bolsonaro, deu a ele o benefício da dúvida” (Gazeta do Povo, 2018c). Madeleine cita diretamente Bolsonaro, ao afirmar que o candidato utilizou uma estratégia aplicada em eleições anteriores por Fernando Henrique Cardoso, Lula e Dilma Rousseff: quanto menos debate, melhor.

No texto, Madeleine disse ainda que a participação de Bolsonaro em entrevista na Record (o candidato não foi ao debate da Globo, mas concedeu uma entrevista na Record no mesmo horário do debate) fez surgir mais um “vitorioso no debate” (Gazeta do Povo, 2018c), que seria Edir Macedo, dono da Record, concorrente da Globo. Ela também comenta que o Meirelles foi bem e que o Haddad mostrou um PT incapaz de autocrítica.

Flávia Pierry, correspondente em Brasília: também menciona primeiro o nome de Ciro, que segundo ela foi quem mais bateu e criticou Bolsonaro.

Fernando Martins, do blog A Protagonista: também afirma que quem ganhou o debate foi Ciro, candidato da chamada terceira via. Mas no meio do texto ele fala que Bolsonaro “ganha em não ter vindo ao debate” e que o candidato conseguiu exposição na emissora concorrente praticamente no mesmo horário, em função de sua participação em entrevista na Record.

Sérgio de Deus, editor de República: o texto traz o comentário de que Bolsonaro não precisava estar no debate e que conseguiu “a desculpa perfeita” escapar de um confronto direto com os adversários. O texto afirma ainda que Bolsonaro foi atacado, mas nada que abale a “posição favorável” na campanha. Acrescenta ainda que foi Bolsonaro que ganhou o debate, mesmo ausente, por sua entrevista à Record.

Renan Barbosa, editor de Ethos: possivelmente por uma falha de edição, foi repetida a opinião do comentarista sobre quem perdeu o debate, não tendo sido publicados os comentários dele sobre quem teria ganhado.

Giorgio Dal Molin, editor de República: fala que Ciro estava mais “aceso” e foi o que se saiu melhor. Também menciona o não comparecimento de Jair Bolsonaro, dizendo que ele não perdeu votos e não precisou de direito de resposta. Em geral, não houve críticas à não-participação de Jair Bolsonaro no debate e a maioria dos comentários consideraram acertada a

entrevista a outra emissora, tendo sido considerado vitorioso por alguns mesmo sem ter comparecido.

Na sequência, o texto apresenta as opiniões sobre quem teria perdido:

Madeleine Lacsko, editora do blog A Protagonista: fala que o único perdedor foi o Álvaro Dias; Flávia Pierry, correspondente em Brasília: opina que Haddad ficou apagado e que não cedeu um milímetro para assumir qualquer erro do PT. Fernando Martins, do blog A Protagonista: afirma que Álvaro Dias passou dos limites e que outro que começou bem, mas “derreteu”, foi Geraldo Alckmin.

Sérgio de Deus, editor de República: comenta primeiro sobre Álvaro Dias, que estava “atrapalhado, reativo e perdido em alguns momentos” (Gazeta do Povo, 2018c). Renan Barbosa, editor de Ethos: diz que quem perdeu foi Fernando Haddad, não por ter cometido algum erro, mas por algo alheio ao debate: a estagnação nas pesquisas de intenção de voto, uma vez que cessaram as transferências de voto de Lula.

Giorgio Dal Molin, editor de República: considera que quem perdeu foram os “dois mais à esquerda” (Gazeta do Povo, 2018c) e Álvaro Dias. Afirma ainda que Haddad permaneceu “morno e mais preocupado em não perder votos” (Gazeta do Povo, 2018c). Assim, entre os comentários negativos, não há nenhuma menção a Bolsonaro. Já o candidato petista foi citado de forma negativa em três ocasiões.

5 - De quantos votos Bolsonaro precisa para vencer no primeiro turno?

A quinta matéria é assinada por ‘Jéssica Sant’Ana, com informações da Folhapress’ e foi publicada no dia 3 de outubro de 2018, portanto, quatro dias antes da eleição. Recebeu 103 comentários no portal da *Gazeta do Povo*. Neste texto, são mencionadas as seguintes fontes:

- Dados da pesquisa Ibope
- Dados da pesquisa Datafolha
- Mauro Paulino, diretor-geral do Datafolha
- Márcia Cavallari, CEO do Ibope

No subtítulo, o texto utiliza expressões como “rompeu” e “abriu diferença” para falar sobre o percentual de votos de Jair Bolsonaro. O lead também aborda o crescimento do candidato nas pesquisas Ibope e Datafolha; cogita a possibilidade de definição das eleições no primeiro turno e questiona quantos votos seriam necessários para isso ocorrer.

O começo do segundo parágrafo traz uma primeira resposta, ao afirmar que “depende”. O texto afirma que existem alguns cálculos possíveis e que a primeira coisa a se considerar é a regra de 50% dos votos válidos mais um.

No intertítulo “Mais votos que os adversários”, o texto sugere que uma “conta simples” (Sant’ana, 2018) seria Bolsonaro obter mais votos que a soma dos adversários. Segue ao dizer que na pesquisa Ibope do dia 1 de outubro de 2018 Bolsonaro tem 31% das intenções de votos, enquanto os demais, somados, têm 52%. Também informa os cálculos pela pesquisa Datafolha, de 2 de outubro, o que coloca Bolsonaro 22 pontos percentuais atrás da soma dos outros candidatos.

Em um novo intertítulo chamado “Votos válidos”, este é o critério levado em consideração no texto. Este cálculo é feito pelos próprios institutos de pesquisa e, conforme a publicação, naquele momento Bolsonaro tinha 38% dos votos válidos tanto segundo o Ibope como Datafolha. Isto significa, conforme o texto, que o candidato precisaria avançar mais 12 pontos percentuais em quatro dias.

Na sequência, o texto fala sobre o percentual de abstenções, número de eleitores aptos a votar e percentual de votos brancos e nulos, que também poderiam influenciar nos cálculos. Ao considerar a quantidade de eleitores, a informação é de que Bolsonaro precisaria de 53,6 milhões de votos para vencer no primeiro turno, considerando o mesmo percentual de brancos e nulos de 2014, o que daria em torno de 36% do total de eleitores aptos a votar.

O texto abre um terceiro intertítulo chamado “Só FHC conseguiu vencer no primeiro turno”, em que descreve os percentuais com que Fernando Henrique Cardoso ganhou para a presidência em 1994 (44%) e 1998 (43%) - o que seria equivalente a 36% e 34% dos eleitores aptos a votar. O texto não apresenta nenhuma fonte para respaldar a realização desses cálculos.

O quinto intertítulo é “O que dizem os diretores dos institutos”. Neste trecho, o texto traz uma declaração de Mauro Paulino, diretor-geral do Datafolha, segundo o qual era muito improvável a decisão das eleições em primeiro turno, embora não descartado. E que as pesquisas seguintes é que poderiam apontar se Bolsonaro ampliaria o número de eleitores.

Há também uma declaração de Marcia Cavallari, CEO do Ibope, que informa sobre a necessidade de deslocamento dos votos de todos os demais, num movimento nacional e não localizado, para permitir uma decisão das eleições em primeiro turno. Por fim, como nos outros textos, há a descrição das metodologias das duas pesquisas mencionadas.

5.6.2 Considerações sobre os textos de 2018

Quanto ao crédito das publicações, percebe-se que, entre as cinco, apenas uma, a número 1, é assinada por um repórter. As duas que trazem a opinião dos comentaristas do jornal são assinadas como ‘Da Redação’. Outras duas, uma creditada a uma repórter e, outra, ‘Da Redação’, associam ao texto informações de agências de notícias.

Identifica-se, nestas publicações, a falta de pluralidade de vozes. Mesmo nas publicações que indicam maior número de fontes, não existe contraponto, outro lado, ou alguma perspectiva divergente daquela indicada como tema do texto. Há certa dependência dos dados das pesquisas eleitorais nos materiais que não são opinativos. Os textos 3 e 4 são de caráter opinativo, com comentários dos analistas da *Gazeta do Povo*.

Percebe-se uma predominância, em todos os cinco textos do período analisado, de narrativas alinhadas ao candidato Jair Bolsonaro, o que aproxima a *Gazeta do Povo* da percepção trazida por Ramonet (2012) dos veículos de comunicação que funcionam como se fossem partidos políticos - em defesa de um determinado grupo de poder.

Um dos principais elementos que colaboram com isto é a reprodução, por meio de quatro dos cinco textos, de especulações sobre a possibilidade de Bolsonaro ganhar em primeiro turno. No texto de número dois essa narrativa aparece como declaração do próprio candidato e que teve ressonância por meio das publicações do portal.

Outra narrativa alinhada com temas disseminados por Bolsonaro é a de desacreditar os institutos de pesquisa, o que fica evidenciado nas matérias 1 e 3. Em uma situação, o veículo utiliza o recurso de uma fonte anônima, utilizada para afirmar que um dos institutos estava ajustando seus números de pesquisa eleitoral à realidade. Em outra, esta opinião é trazida de forma mais sutil por um dos comentaristas.

Recortes dos dados de pesquisas eleitorais são utilizados em quatro das cinco publicações. São citados nas quatro publicações os institutos Ibope e Datafolha. Os dados, no entanto, não aparecem contextualizados e são usados de forma articulada com o tema abordado nos textos.

No último texto, são apresentadas três possíveis formas de se calcular o resultado das eleições em primeiro turno e não há indicação das fontes para tais cálculos. A mesma publicação cita a opinião de dois porta-vozes de institutos de pesquisa, em um intertítulo, sobre a possibilidade de a eleição acabar em primeiro turno, mas tais declarações aparentam estar desconectadas do restante do texto, que traz especulações sobre o assunto.

5.6.3 Análise das cinco notícias mais comentadas em 2022

Na sequência, será feita uma análise descritiva das matérias com maior número de comentários no período que antecedeu as eleições em 2022:

- 1 - TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar a auditoria das Forças Armadas.

O texto, assinado por Renan Ramalho (Brasília) ficou em primeiro lugar entre os mais comentados da amostra de 2022, com 190 participações segundo o portal da *Gazeta do Povo*. O material foi publicado no dia 1 de outubro de 2022 e conta com as seguintes fontes:

- Nota à imprensa do Tribunal de Contas da União (TCU)
- Ministro do TCU, Bruno Dantas (tem apresentado)
- Secretária de controle executivo do TCU, Dione Mary de Cerqueira Barbosa (no último dia 21)
- Forças Armadas (ainda avaliavam se iriam responder)
- Presidente do TSE, Alexandre de Moraes (recentemente a jornalistas)

No *lead*, o texto apresenta que o TCU vai conferir 4.161 urnas eletrônicas nas eleições de 2022. Explica como isso vai ser feito e que a fiscalização do TCU visa conferir os dados do TSE. O segundo parágrafo também explica como é o procedimento de fiscalização e informa que as informações foram disponibilizadas pelo TCU por meio de uma nota divulgada à imprensa.

O texto informa ainda que, naquele ano, o Tribunal TSE publicará os dados dos boletins de urna após o término da eleição, permitindo que qualquer entidade ou pessoa também faça a conferência - nos moldes da conferência feita pelo TCU. Segundo o texto, a auditoria do TCU e das Forças Armadas têm diferenças, pois a amostra do TCU vai ser muito maior - as Forças Armadas vão verificar apenas 385 boletins de urnas.

Segue ao afirmar que as Forças Armadas vão fazer parte do processo como fiscalizadora e que, desde o ano anterior, estavam sugerindo melhorias para o TSE, algumas das quais foram acatadas. O texto cita que o ministro do TCU, Bruno Dantas "tem apresentado pareceres favoráveis às urnas" (Ramalho, 2022), com opção pelo gerúndio ao usar a declaração - o que sugere atos repetitivos e ainda acontecendo. Pela forma como é aplicada, não fica claro se tratar de entrevista concedida pelo porta-voz ao jornal.

No mesmo parágrafo, o texto faz a contextualização de que essa verificação é para tentar dar mais credibilidade às urnas, “abalada por reiteradas críticas do presidente Jair Bolsonaro (PL) ao sistema” (Ramalho, 2022). A informação é trazida ao texto sem nenhuma fonte específica e utiliza como recurso resgatar falas antigas e de conhecimento comum, mas sem fundamentação técnica, do presidente Jair Bolsonaro.

O texto acrescenta um intertítulo chamado "TCU também vai fiscalizar a Auditoria das Forças Armadas", em que explica que o TCU também vai supervisionar a fiscalização das Forças Armadas. Resgata uma fala do “último dia 21” (Ramalho, 2022), dada pela secretária

de controle externo do TCU, Dione Mary de Serqueira Barbosa, questionando o Ministério da Defesa sobre quais seriam os procedimentos de verificação das Forças Armadas.

Sobre o posicionamento das Forças Armadas, o texto fala que um dia após receber esses questionamentos do TCU, os militares "ainda avaliavam se iriam responder" (Ramalho, 2022) - mais uma vez recorrendo ao gerúndio. O texto traz ainda, sem citar a fonte, a informação de que esses questionamentos foram mal vistos dentro do Ministério da Defesa.

Menciona que o TCU “sempre se posicionou ao lado do TSE” (Ramalho, 2022), numa ideia de que o tribunal não teria credibilidade para fiscalizar as Forças Armadas, especialmente por esta última ter sido convidada pelo próprio TSE para conferir o sistema de votação. Por último, o texto resgata uma informação dada "recentemente" pelo presidente do TSE, Alexandre de Moraes.

2 - Ipec: Confira nova rodada da pesquisa para presidente da República.

O material é assinado como ‘*Gazeta do Povo*’ e foi publicado no dia 1 de outubro de 2022. Recebeu 120 comentários. Tem como fontes:

- Pesquisa Ipec

O primeiro parágrafo apresenta os números da pesquisa, em que Lula aparece em primeiro lugar, com 51%, e Bolsonaro em segundo lugar com 37% dos votos válidos, ou seja, já descontados os brancos e nulos. No segundo parágrafo, o texto fala sobre a necessidade de 50% dos votos mais um para definir a eleição em primeiro turno e que não era possível saber se haveria ou não segundo turno.

Os percentuais dos candidatos não-polarizados, Ciro Gomes e Simone Tebet foram colocados no terceiro parágrafo. Na sequência, o texto traz as projeções para um possível segundo turno, em que Lula aparece com 52% das intenções de votos. Cita ainda dados de rejeição, em que Bolsonaro tinha 46% e Lula 38%. Em seguida, são apresentados os dados gerais da pesquisa, com todos os candidatos e cenários.

O texto abre um primeiro intertítulo chamado “Metodologia da Pesquisa”, em que descreve o número de registro e a metodologia da pesquisa.

Por último, em intertítulo chamado “Por que a *Gazeta do Povo* publica pesquisas eleitorais”, o texto afirma que a *Gazeta do Povo* sempre publica as pesquisas eleitorais dos principais institutos (Gazeta do Povo, 2022a). Fala que as pesquisas se tratam de uma leitura de “momento” e que tem fatores que podem influenciar o resultado. Orienta os leitores a observarem as metodologias ao final dos textos e diz que as pesquisas eleitorais "longe de serem uma previsão do resultado das eleições, são uma ferramenta de informação" (Gazeta do Povo, 2022a) com potencial de influenciar decisões.

3 - Bolsonaro ou Lula? País chega ao 1º turno polarizado e com dois projetos para escolher.

O terceiro texto é assinado por Leonardo Desideri (Brasília) e foi publicado no dia 1 de outubro de 2022 - tendo recebido 134 comentários no portal da *Gazeta do Povo*. O material menciona quatro fontes:

- Declaração antiga de Bolsonaro à *Gazeta do Povo*
- Christian Lohbauer, cientista político
- Paulo Kramer, cientista político da Fundação Liberdade Econômica
- Lucas Azambuja, sociólogo e professor do Ibmecc-BH

No lead há uma breve contextualização do cenário das eleições, ao mencionar que existem 11 candidatos, mas que o resultado caminha para uma disputa entre dois projetos: a volta de Lula ou a reeleição de Bolsonaro.

O segundo parágrafo conta que, seis anos antes, Bolsonaro viajou para Curitiba e “soltou foguetes para comemorar a condução coercitiva de Lula” (Desideri, 2022) em referência a quando ele prestou o primeiro depoimento à Operação Lava Jato. Na sequência, resgata uma declaração antiga de Bolsonaro dada à *Gazeta do Povo*, que fala que a “direita vai mostrar sua cara” (Desideri, 2022) e que a “roubalheira do PT era um projeto político” (Desideri, 2022).

O texto segue ao contar que, dois anos após o episódio, Lula começou a cumprir pena por condenação na Lava Jato e Bolsonaro foi eleito presidente. O material acrescenta, sem citar fonte, que Lula nunca teve “veredito de absolvição” (Desideri, 2022) e que as provas de corrupção para perpetuar o PT no governo são robustas. O texto opina que são “controversas” e de “inegável teor político” (Desideri, 2022) as decisões do STF para anular a condenação e permitir que Lula fosse candidato.

O texto continua a traçar um paralelo temporal entre a volta de Lula à disputa eleitoral e a pandemia, que trouxe problemas para o governo de Bolsonaro. Menciona ainda que a polarização cresceu e que não tem nenhum candidato que seja uma alternativa a essas duas personalidades.

O primeiro intertítulo do texto é “Terceira via não conseguiu furar polarização”, que menciona nomes de candidatos que foram cogitados como alternativas, mas que não vingaram, sendo que alguns nem chegaram a se tornar candidatos efetivamente.

No oitavo parágrafo, o cientista político Christian Lohbauer afirma que os dois candidatos que centralizaram a disputa são nomes conhecidos do público, por isso a dificuldade de outro político conseguir destaque. A declaração cita como fato inédito na história do país um ex-presidente concorrer contra um presidente e fala da “falta de organização e carisma”

(Desideri, 2022) da terceira via. Ele critica o lançamento de figuras pouco conhecidas e fala que os partidos querem resolver o problema em cima da hora, próximo à eleição, sem trabalhar em nomes populares junto ao eleitorado.

O décimo parágrafo traz a opinião de Paulo Kramer, cientista político da Fundação da Liberdade Econômica, para quem a terceira via tem a “cara da velha política” (Desideri, 2022), que o eleitorado repudia. Ele compara Bolsonaro e Lula, ao dizer que eles conseguem projetar para seus públicos a imagem de que são antissistema, mesmo já tendo ocupado governos.

A comparação entre ambos os candidatos segue com a avaliação do sociólogo Lucas Azambuja, professor do IBMEC-BH, que, de maneira distinta, ambos têm grande capacidade de “mobilização do povo” (Desideri, 2022). No texto, ele fala ainda em “máquina de mobilização do PT” (Desideri, 2022), com o apoio de artistas, jornalistas e instituições de ensino.

Ainda de acordo com Azambuja, Bolsonaro conseguiu mobilizar as pessoas muito mais por meio das redes sociais, em oposição ao que seria a mobilização tradicional do PT, por meio de bar, associações e sindicatos.

O texto apresenta, na opinião de Lohbauer, o que seria outra semelhança entre Bolsonaro e Lula: que ambos conseguem passar a ideia de proximidade aos eleitores. Ao se referir a Lula, ele usa expressões como “mentiroso” e “populista demagógico” (Desideri, 2022). Já ao se referir a Bolsonaro, afirma que ele “fala uma linguagem muito próxima das pessoas” e “faz piadinhas inconvenientes” (Desideri, 2022), “ignora o plural” (Desideri, 2022).

O segundo intertítulo é “Valores fundamentais e pautas de costume” e começa afirmando que a popularidade de Bolsonaro coincidiu com a ampliação, junto à opinião pública, das pautas de costumes. O texto fala que o debate era “monopolizado por formadores de opinião de esquerda” e que a “velha política” (Desideri, 2022) não queria falar sobre aborto, ideologia de gênero, liberdade de expressão, porte de armas, drogas e enfrentamento da violência.

De acordo com o texto, esse conservadorismo fez Lula tentar se aproximar do público evangélico pela primeira vez e falar sobre Deus. Por outro lado, Lula teria falado coisas que o afastam dos cristãos, como “direito ao aborto” (Desideri, 2022), não conseguindo “reprimir sua essência marxista” (Desideri, 2022). O texto segue dizendo que Lula quer menos repressão como política para a segurança pública e defende um discurso de “aversão à classe policial e racialização do debate contra a violência” (Desideri, 2022). O material classifica esses posicionamentos como “ideias falidas” (Desideri, 2022).

Paulo Kramer cita ainda o que seria uma oposição estimulada por Lula entre brancos e pretos, nordestinos e sulistas, ricos e pobres, MST e agronegócio, entre outros. O cientista

político conclui que Lula e Bolsonaro representam duas visões de mundo conflitantes, por isso, estão à frente na disputa.

Um exemplo dessas diferenças colocaria de um lado Bolsonaro, que busca a liberalização da economia, e de outro Lula, que defenderia um Estado regulador. O texto faz uma contraposição entre Bolsonaro, que chegou ao governo com ideias conservadoras nos costumes e liberais na economia, e Lula, o “Estado mais regulador dos 14 anos da era PT” (Desideri, 2022).

Lohbauer é responsável pela maioria das opiniões no texto. Ele opina que o governo Bolsonaro fez uma tentativa “genuína” de mudar a estrutura, mas não conseguiu privatizar nada, pois existe muita resistência contra uma agenda liberal no Brasil. Ele fala também em “desastre na administração das estatais” (Desideri, 2022) e “vista grossa para as invasões de terra” (Desideri, 2022) como motivos para o brasileiro “rechaçar a volta de uma gestão petista da economia” (Desideri, 2022).

Segundo Lohbauer, Bolsonaro conseguiu fazer “menos pior” tendo mais dificuldade de menos tempo. Ainda de acordo com o texto, o PT pegou a economia em “circunstâncias privilegiadas” (Desideri, 2022), mas aplicou políticas econômicas equivocadas, que não permitiram que o país crescesse. Para Lohbauer, a situação foi diferente no governo de Bolsonaro, quando “o Brasil passou pela pandemia em uma situação econômica administrável” (Desideri, 2022). Segundo o analista, “o PT dissipou oportunidades de promover um crescimento expressivo”.

Os parágrafos seguintes especulam como seria em caso de eleição de Lula. Para Kramer, haveria menos condições de manobra para a condução de uma política econômica e por isso seria mais limitada. As causas estariam em ações anteriores do próprio PT, bem como ter que lidar com uma direita formada por conservadores e liberais sem medo de se assumir publicamente.

Lohbauer também opina sobre sua expectativa para um governo de Lula: é imprevisível definir os rumos da economia. O texto contextualiza que a *Gazeta do Povo* fez um editorial recente sobre o mesmo assunto, ou seja, a falta de clareza nos rumos da economia. Em seguida, Lohbauer especula sobre a possibilidade de “tributar a exportação agrícola” (Desideri, 2022) e avalia que a qualidade da administração federal cairia em um governo Lula.

Já em caso de eleição de Bolsonaro, seria uma chance para testar a capacidade de construir uma agenda liberal sem as restrições da pandemia. Para Kramer, seria possível conciliar políticas sociais e economia liberal, mas uma economia estatizada - que seria a de Lula - é o que conduz à “estagnação”, “corrupção”, entre outros adjetivos negativos.

Segundo Lohbauer, Bolsonaro não implantaria uma "política liberal autêntica" (Desideri, 2022), mas teria condições de retomar o desenvolvimento, criar riqueza, emprego e melhorar a renda. O analista utiliza a expressão "eu tenho esperança que consiga" (Desideri, 2022) ao se referir a Bolsonaro e a implementação de uma agenda liberal.

4 - Datafolha: confira os números da nova pesquisa para presidente da República.

A publicação é a quarta mais comentada, com 115 participações. Foi assinada como ‘Gazeta do Povo’ e é do dia 1 de outubro de 2022. A única fonte:

- Dados da pesquisa Datafolha

O texto apresenta no *lead* que Lula tinha 50% das intenções de votos válidos e Jair Bolsonaro 36% - na véspera do primeiro turno da eleição. No segundo parágrafo, são apresentados os percentuais dos outros candidatos: Simone Tebet, 6%, Ciro Gomes, 5%, Soraya Thronicke e Luiz Felipe D'Ávila, com 1%.

Depois, o texto traz os números de votos válidos e totais para todos os candidatos, em sequência. E, em seguida, apresenta a “metodologia da pesquisa Datafolha”, em dois parágrafos. Por último, traz um intertítulo “Por que a Gazeta publica pesquisas eleitorais?”. O texto é o mesmo já descrito na matéria de número 2.

5 - Bolsonaro diz confiar em vitória no 1º turno “com margem superior a 60%” dos votos.

O texto contou com 113 comentários no portal da *Gazeta do Povo* (2022b) e foi publicado no dia 1 de outubro de 2022. Quem assina a produção é Fabio Calsavara. Uma única fonte é citada:

- Jair Bolsonaro, em transmissão ao vivo pela internet

A fala do candidato Jair Bolsonaro especulando a possibilidade de vitória em primeiro turno abre o *lead*, embora as pesquisas Ipec e Datafolha, divulgadas no mesmo dia, mostrassem Lula à frente com 51% e 50% dos votos válidos, respectivamente. A declaração de Bolsonaro publicada no texto fala em vitória “com margem superior a 60%” (Calsavara, 2022) e não há contextualização com outros dados.

O segundo parágrafo descreve o último dia de campanha do candidato - duas motocicletas com apoiadores, uma em São Paulo e outra em Santa Catarina. O texto segue com o depoimento de Bolsonaro, que afirma que já participou de muitas eleições e que nunca viu tanta gente nas ruas como desta vez. O texto também fala que Bolsonaro pediu votos aos candidatos aliados para o governo e Senado e que agradeceu o apoio de artistas e esportistas que gravaram vídeos.

Mais à frente, no quinto parágrafo, uma fala de Bolsonaro explorada no texto afirma que se Lula vencer poderia recolher as armas de fogo e os caçadores, atiradores e colecionadores

passariam a ser “fora da lei”. Bolsonaro conseguiu apoio deste segmento por meio de suas falas em defesa do armamento da população, bem como de medidas de flexibilização da posse de armas de fogo. Em outro trecho, Bolsonaro pede aos apoiadores para irem votar de amarelo.

Os dois parágrafos seguintes trazem a avaliação de Bolsonaro sobre governos à esquerda latino-americanos. Sobre a Venezuela, fala que as pessoas precisam comer cães e gatos, se referindo à pobreza. Sobre a Argentina, diz que Alberto Fernández “visitou Lula na cadeia” (Calsavara, 2022) e que o governo com Cristina Kirchner estava levando o país à miséria.

Outro tema abordado pelo texto, a partir da live de Bolsonaro, é sobre a indicação do presidente eleito de dois nomes para o STF. Bolsonaro diz que indicaria esses nomes com a orientação de não votarem a favor de projetos sobre legalização das drogas e aborto - declaração que sugere a tentativa de interferência no judiciário. O último parágrafo volta a falar sobre a esperança de Bolsonaro de vencer em primeiro turno - com base “nas ruas”, “nas mídias sociais” e “nas enquetes” (Calsavara, 2022).

5.6.4 Considerações sobre os textos de 2022

Os cinco textos mais comentados de 2022 foram publicados no dia 1 de outubro - portanto véspera das eleições. Percebe-se algumas diferenças entre as publicações, em relação a 2018. Duas delas, a segunda e a quarta, são textos curtos que se limitam a apresentar os dados de duas pesquisas eleitorais, sem ouvir entrevistados e ao final há um intertítulo em que a *Gazeta do Povo* manifesta a opinião editorial do jornal a respeito das pesquisas, como orientação ao leitor. Este texto opinativo não acompanhava as matérias em 2018. Ambos são assinados por ‘Gazeta do Povo’.

Outro texto, o quinto, foi totalmente baseado em declarações do candidato Jair Bolsonaro em transmissão ao vivo feita na internet. Não há entrevistas e algumas informações são estritamente declaratórias, sem contextualização com outras fontes de dados ou informações. Por exemplo, a afirmação de que Bolsonaro tem esperança de decidir a eleição em primeiro turno, mesmo com as pesquisas eleitorais indicando Lula na frente e, este sim, matematicamente com chances de vencer em primeiro turno - embora a disputa tenha ido para o segundo turno.

Já o primeiro e o terceiro textos, apesar do maior número de fontes, aplicam apenas uma pluralidade formal, uma vez que não há diversidade de perspectivas nas publicações. Os dois textos usam como recurso “requestrar” declarações antigas de Bolsonaro (no primeiro caso, sobre a não-credibilidade das urnas, e no segundo sobre a prisão de Lula) para apresentar a perspectiva do candidato apoiado pela *Gazeta do Povo*.

O primeiro texto também não informa a fonte da informação ao afirmar que as Forças Armadas não gostaram de ser questionadas pelo TCU sobre a metodologia de conferência das urnas. Em alguns casos, utiliza o gerúndio - forma do verbo que expressa continuidade da ação - junto às declarações de Bruno Dantas (TCU) e dos militares. Não há indicação expressa no texto de que essas fontes foram entrevistadas.

Percebe-se uma narrativa alinhada ao discurso de Bolsonaro no primeiro, terceiro e quinto textos. No primeiro, por meio dos temas: desconfiança nas urnas e exército (que teria auditoria própria fiscalizada pelo TCU). Desde antes da primeira campanha, Bolsonaro fazia falas em defesa das Forças Armadas, além de explorar o fato de ser capitão da reserva.

Identifica-se no terceiro texto que os analistas escolhidos emitem opiniões alinhadas às da extrema-direita. Percebe-se também a aplicação de adjetivos negativos para qualificar ações ou projetos de Lula, enquanto as expressões são mais amenas ou positivas quando se referem a Bolsonaro. Um dos analistas entrevistados utiliza a expressão de opinião pessoal “eu tenho esperança” ao se referir a Bolsonaro - em tom mais opinativo do que analítico. Há ainda trechos em que a fonte não é explicitada, o que faz com que a opinião editorial do jornal, expressa no texto, se confunda com a dos analistas e vice-versa.

5.7 RELAÇÕES POSSÍVEIS ENTRE A COBERTURA DE AOS FATOS E GAZETA DO POVO

Ao comparar os conteúdos falsos checados por *Aos Fatos* com as notícias publicadas pela *Gazeta do Povo*, nas amostras verificadas, identifica-se dois pontos em que as narrativas jornalísticas podem estar em simbiose com as *fake news*. O primeiro diz respeito ao recurso utilizado pelo jornal de recorrer a outros veículos de comunicação como fontes mencionadas. Isso acontece ao citar outros produtos editoriais como fontes de informações ou de dados.

Em 2018, esse recurso representou cerca de 23,9% das fontes identificadas nas notícias, representando a maior quantidade de fontes mencionadas entre todos os conteúdos. Em 2018, a menção a outros veículos como fontes das notícias caiu para 9,3%, mas continuou como uma estratégia frequente entre as publicações.

Ao mesmo tempo, os conteúdos checados por *Aos Fatos* indicam o uso, nas peças desinformativas, de referências a outros veículos de comunicação, em uma tentativa de passar credibilidade aos conteúdos. Essa tentativa de aproximação ocorre em aproximadamente 20% das publicações e acontece por meio da citação a rádios, vídeos de emissoras de televisão e jornalistas, por exemplo.

Apesar das diferenças entre as *fake news* e as notícias, pode-se ter em conta, nos dois casos, o uso de outros veículos de comunicação como se fossem fontes. Isto que Ramonet (1999) já descrevia como “uns repetindo os outros, uns imitando os outros” (Ramonet, 1999, p. 39) fragiliza o jornalismo, deixando-o mais vulnerável quando se percebe que este mesmo recurso é utilizado em *fake news*.

Uma vez que tanto notícias como *fake news* utilizam a estratégia de mencionar outros veículos, fica mais difícil para o leitor diferenciar o que é falso do que não é, gerando dúvida sobre os conteúdos. Diante disso, o que assegura não se tratar de conteúdo falso é o fato de o conteúdo estar hospedado no portal de um veículo de referência, diferente das peças desinformativas que, majoritariamente, circulam por redes sociais.

Outro ponto de interseção diz respeito especificamente às pautas que envolvem desinformações sobre as urnas ou pesquisas eleitorais. Nas peças desmentidas pela plataforma *Aos Fatos*, os conteúdos falsos sobre esses temas ocupam o terceiro lugar entre os mais disseminados no período analisado em 2018, sendo que apareceram em 21,4% das publicações. Em 2022, as peças sobre essa temática aumentaram, passando a 28,6% dos conteúdos verificados.

Embora não haja nenhuma comprovação de falha no sistema eleitoral brasileiro, nem de falta de credibilidade nas pesquisas de intenção de voto realizadas pelos principais institutos em atividade no país, houve situações em que as narrativas foram difundidas pela *Gazeta do Povo*. Ao avaliar as cinco notícias mais lidas na semana anterior às eleições foi possível perceber como essas informações apareceram nos textos. As narrativas estão presentes em duas situações em 2018 e em três situações em 2022.

Em 2018, o texto mais comentado, intitulado “Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?” traz no subtítulo e em um intertítulo “Pesquisas corrigindo a rota” a informação de que há um ajuste nos dados das pesquisas eleitorais para se aproximarem mais da realidade. Depois, como se observa na seção de análise descritiva das notícias, uma fonte anônima ligada à campanha de Bolsonaro é mencionada para desacreditar os institutos de pesquisa.

De uma forma menos explícita, destaca-se o terceiro texto mais comentado no período em 2018, “Bolsonaro pode vencer a eleição já no 1º turno. Entenda por quê”, que traz a afirmação de um comentarista da *Gazeta do Povo*, que participou do Podcast Eleições, sugerindo um ajuste dos números das pesquisas dos institutos Ibope e DataFolha, em comparação com a pesquisa BRG/FSB.

Em 2022, a publicação mais comentada do período no portal da *Gazeta do Povo* - “TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar a auditoria das Forças Armadas” - traz informações sobre o trabalho de preparação e conferência das urnas para as eleições e afirma que os procedimentos são para conferir mais credibilidade ao sistema. O trecho não traz nenhuma fonte para contextualizar a afirmação, mas resgata declarações de senso comum feitas pelo candidato Bolsonaro de ataque às urnas, que circularam abertamente em redes sociais como reconhecida estratégia de desinformação sobre o sistema eletrônico vigente no país há mais de duas décadas.

De um modo diferente, o segundo e quarto textos mais comentados, que são “Ipec: Confira nova rodada da pesquisa para presidente da República” e “Datafolha: confira os números da nova pesquisa para presidente da República”, trazem dados de pesquisas eleitorais, mas há um intertítulo explicando as razões do jornal publicar as pesquisas. Conforme a opinião (editorial) do jornal, as pesquisas fazem uma leitura do momento e há outros fatores que podem interferir nos resultados.

Entre as relações possíveis entre as peças de *fake news* checadas por *Aos Fatos* e as notícias publicadas no portal da *Gazeta do Povo* analisadas, percebe-se, em ambos, a menção a outros veículos de informação como fontes. Ocorre ainda, no produto jornalístico, a citação de informações relacionadas à suposta falta de credibilidade do sistema eleitoral brasileiro, bem como dos institutos de pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs a analisar e verificar eventuais sintonias temáticas entre as notícias classificadas como falsas e checadas por *Aos Fatos* com as notícias publicadas pelo jornal *Gazeta do Povo*, em um mesmo período, por ocasião das disputas eleitorais nos anos de 2018 e 2022. Em um primeiro momento, o objetivo era buscar temas recorrentes, mas ao longo do desenvolvimento, percebeu-se a presença de outras características, relacionadas à forma de apuração das notícias.

Um ponto importante foi observar as características do jornalismo feito pela *Gazeta do Povo* em um momento em que se tornou comum a propagação de *fake news* e desinformação nos meios digitais.

Do ponto de vista teórico, as *fake news* e a desinformação podem ser compreendidas como uma consequência das relações materiais, que por sua vez desencadeiam os pensamentos dominantes de um determinado tempo histórico. “As ideias dominantes não são mais do que a expressão ideal das relações materiais dominantes” (Marx; Engels, [s.d.], p. 56).

Enquanto base material, temos a economia capitalista, de viés neoliberal, e a necessidade de frear algumas políticas progressistas. No capítulo sobre a história recente do Brasil, percebe-se a realização de reformas que recrudesceram algumas regras que regulavam as relações e asseguravam direitos para os trabalhadores. Isso ocorreu de forma mais marcante nos governos de Michel Temer (2016-2018) e Jair Bolsonaro (2019-2022).

Isso ajuda a compor as narrativas da classe dominante no tempo histórico observado. A polarização entre o candidato a presidente que representa os interesses empresariais, neste caso o candidato Jair Bolsonaro (PL), e o candidato que representa o extrato social mais pobre, ou seja, Lula (PT), é tratada como uma representação da disputa de classes.

O reflexo dessas tensões na superestrutura pode ser observado por meio do jornalismo. A prática, com as próprias contradições, ora atua na tentativa de reagir às *fake news*, por meio das plataformas de checagem de conteúdos, ora pode ser agente neste processo quando reproduz narrativas alinhadas ao pensamento hegemônico de uma dada época, sem se atentar à defesa dos valores democráticos e à diversidade na apuração.

Em uma perspectiva de garantir a continuidade dos avanços econômicos e sociais, a defesa da democracia em oposição a regimes autoritários é fundamental do ponto de vista político. É nesse escopo que o jornalismo deve (ou deveria) ter como fio condutor a defesa dos valores democráticos (Figueira, 2023) e de uma população informada, elemento chave para o funcionamento da democracia

Quando um jornal não promove, entre os critérios de produção da notícia, a pluralidade de fontes e perspectivas, corre o risco de a narrativa assumir um caráter de propaganda, uma vez que é a diversidade que confere ao jornalismo o caráter democrático. Sugere-se que isso pode ocorrer quando a narrativa prioriza a persuasão, o teor se aproxima ao da propaganda e, o veículo, de um partido político (Ramonet, 2012).

Por meio da observação das peças checadas por *Aos Fatos* identificou-se a circulação de *fake news* - um dos aspectos marcantes da desinformação - durante o período eleitoral. Conforme a origem das publicações, isto se deu por meio das redes sociais digitais, sendo o principal canal de propagação o Facebook. De 2018 para 2022 houve crescimento na quantidade de publicações verificadas pela plataforma.

Verifica-se que nos dois anos observados pela pesquisa houve colaboração das audiências, por meio de sugestões dos conteúdos a serem checados. Em 2022, também ocorreu a cooperação com outras plataformas de verificação de conteúdos durante o período eleitoral.

Segundo a amostra analisada de *Aos Fatos*, nos dois anos, a maioria dos conteúdos falsos apresenta relação com narrativas vinculadas à extrema-direita. O principal assunto em 2022 e que também apareceu em 2018 se relacionou à dúvida sobre o sistema eleitoral brasileiro e as pesquisas de intenção de votos.

A análise das notícias da *Gazeta do Povo* mostra que as publicações seguem padrões de editoração, com título, subtítulo (em 2018), intertítulo, legenda, *lead*, assim como é habitual nas produções jornalísticas. As fontes, com destaque para analistas, comentaristas e personagens - quando utilizados - estão visivelmente alinhadas ao perfil e proposta editorial da empresa de comunicação.

Também a partir da amostra analisada da *Gazeta do Povo* percebe-se que foram publicadas versões sobre a falta de credibilidade do sistema eleitoral brasileiro, bem como de suspeitas sobre dados dos institutos responsáveis pelas pesquisas de intenção de votos. Isso ocorreu por meio de comentários de analistas e pelo resgate de declaração antiga do candidato Jair Bolsonaro.

Do mesmo modo, em campanha a favor do candidato do jornal, a *Gazeta do Povo* trouxe narrativas, tanto em 2018 quanto em 2022, sobre uma possível vitória de Jair Bolsonaro em primeiro turno. Situação que estava distante de acontecer nos dois momentos eleitorais - em 2018 Bolsonaro precisava crescer 12 pontos percentuais para que isso fosse viável e, em 2022, Lula estava na frente e com possibilidade de definir a eleição em primeiro turno (embora tenha vencido no segundo turno).

Por meio de menção de fontes abertas, bem como de citações colhidas em redes sociais e em outros veículos de comunicação, passa-se uma impressão de pluralidade de fontes, o que não se mantém quando se analisam as características e a diversidade de perspectivas apresentadas por estas fontes. Da mesma forma, quando se observa as fontes efetivamente ouvidas (utilizadas), identifica-se uma baixa pluralidade.

Versões são apresentadas como fatos, a partir de declarações de fontes que legitimam a versão editorial da empresa de mídia. Em algumas situações, diante da ausência de fontes, confunde-se o que é fato com o que é a opinião editorial do jornal. Constrói-se, assim, uma interpretação especulativa, em que as informações são embaralhadas no texto para atender a um recorte da realidade.

As notícias atendem as (supostas) hipóteses dos editores, em que o texto parte de uma perspectiva e, após opiniões e interpretações de dados que, em tese justificam a hipótese, conclui-se com a suposta coerência argumentativa que, na prática, se revela quando muito reiterativa ou tautológica. Ou seja, os textos assumem previamente uma hipótese, que, busca-se confirmar pela abordagem proposta.

No processo interpretativo, um recurso é a falta de contextualização e a apresentação de dados de forma confusa, para que os mesmos, sem serem alterados, sejam utilizados com potencial para confirmar uma leitura social das referidas disputas eleitorais.

Como não buscam a pluralidade, as publicações têm formato jornalístico, mas são mais uma espécie de material para as redes de aliados, eleitores e base de apoio do candidato apoiado pela empresa de comunicação. Assim, no conteúdo, as peças se aproximam da propaganda e se distanciam do jornalismo, sem preocupação de retratar cenários, probabilidades, variações ou perspectivas plurais de grupos ou atores sobre a realidade social.

Tais narrativas apresentam uma realidade alinhada à do candidato apoiado pela empresa de comunicação. Mas não compete ao jornalismo fazer propaganda. “Na imprensa regional, os conflitos de interesses e a confusão entre comunicação e informação são às vezes gritantes”, escreve Ramonet (2012, p. 48). Segundo ele, é difícil diferenciar o trabalho do jornalista do de um comunicador, o que reduz a confiança do público, bem como a credibilidade da informação.

Mesmo que atue na verificação de conteúdos, o jornalismo não é diretamente vinculado à propagação de *fake news* - enquanto mensagens produzidas intencionalmente para enganar. Dourado e Gomes (2019) afirmam que as *fake news* são uma questão política, que afetam o jornalismo, mas não têm relação direta com ele. Mas será que se pode afirmar o mesmo sobre a desinformação?

Outras investigações podem apontar se, quando se trata de desinformação, de maneira mais ampla, o jornalismo está implicado. A atual rapidez entre o fato ocorrido e a notícia publicada, especialmente no ambiente da informação em rede, pode contribuir para a flexibilização de alguns procedimentos de apuração da notícia, que podem refletir na falta de pluralidade, por exemplo.

No caso específico da amostra de notícias da *Gazeta do Povo*, percebe-se uma predominância do uso de fontes abertas, sem a equivalente apuração e repercussão das informações junto a fontes humanas. Há ainda uma frequente menção a outros produtos editoriais, bem como a ausência de pluralidade de vozes e perspectivas entre as fontes utilizadas, privilegiando uma mesma visão.

O ecossistema da desinformação descrito por Wardle (2020) leva em consideração a observação das peças desinformativas, a delimitação das características e o grau de danos. Mas a classificação parte da observação dos conteúdos. Falta, agora, um olhar para as práticas jornalísticas diante deste novo ecossistema.

Seria pertinente que as pesquisas se voltassem aos conteúdos divulgados pela imprensa, considerando o presente contexto da desinformação, para avaliar se podem, de alguma forma, contribuir para piorar este ambiente. Será que as fragilidades do jornalismo podem contribuir para causar imprecisão ou para gerar danos? Quais são as práticas jornalísticas hoje e de que maneira podem enfraquecer a democracia?

O rigor jornalístico é fundamental para evitar a propagação de notícias sem a apuração necessária - que podem originar conteúdos que de alguma forma reforçam narrativas desinformativas. Cabe ao jornalismo, no ambiente desinformativo, evitar práticas que aumentem o ambiente de incertezas.

É razoável imaginar que a imprecisão nas informações pode suscitar dúvidas na audiência, mas o problema é que os impactos da desinformação na atualidade tendem a gerar incontáveis outros desdobramentos, que interferem no que deveria sustentar as relações de respeito em sociedades democráticas.

Se a prática reivindicada como ‘jornalística’ por determinado veículo aumenta a insegurança diante das instituições que sustentam as relações democráticas, é de se perguntar se a lógica que deveria legitimar o fazer jornalístico não fica sob suspeita, uma vez que a tradição secular do ‘poder cultural’ da profissão – de acordo com a perspectiva de Otto Groth (2011) e outros autores – se legitima precisa ou fundamentalmente pela caracterização de princípios que asseguram a busca de eixos norteadores como a universidade, atualidade, interesse coletivo, proximidade, pluralidade de vozes, dentre outras referências aceitas como

marcas da produção da notícia pela reportagem, que habitualmente exige apuração e compromisso com a lógica da democracia na modernidade.

Diante do impacto da desinformação, com reflexos concretos na democracia, a imprensa não poderia se comportar apenas de forma passiva, ao atuar mais estritamente na verificação de informações propagadas na internet.

Mesmo que no campo ideal, o jornalismo deve buscar, durante o processo de apuração da notícia, atuar de forma a combater incertezas, bem como reforçar a defesa dos valores democráticos - como propõe Figueira (2023). Tal contribuição ocorre por meio da aplicação rigorosa de princípios que caracterizam o jornalismo, entre eles, a apuração da informação com fontes humanas e que garantam a pluralidade de vozes e perspectivas.

Mencionar fontes não garante, por si só, a pluralidade da produção jornalística. Da mesma forma que, no processo de apuração, ouvir somente jornalistas ou analistas alinhados à visão editorial pode ser uma forma de reforçar versões hegemônicas ou defendidas pelo veículo. A realidade social é complexa e a pluralidade de fontes no jornalismo é uma forma de expor diferentes perspectivas e apresentar as contradições existentes.

Pela análise das fontes utilizadas na *Gazeta do Povo* conclui-se que há baixa pluralidade na amostra analisada e que a presença de mais vozes ampliaria o debate de perspectivas. A análise jornalística permite concluir que a forma de apresentação das notícias segue padrão habitual e que o conteúdo, conforme análise qualitativa, inclui narrativas que questionaram as pesquisas de intenção de votos e especularam sobre a possibilidade de vitória de Bolsonaro em primeiro turno. Por fim, entre as sintonias possíveis entre *Aos Fatos* e *Gazeta do Povo* está a menção a outros veículos de comunicação como fontes, bem como a presença de narrativa sobre a falta de credibilidade nas pesquisas de intenção de votos.

O presente trabalho analisa a produção da *Gazeta do Povo* a partir do que se compreende por jornalismo e leva em consideração, principalmente, o modo de utilização das fontes, a partir da perspectiva de que nem todas as fontes mencionadas são efetivamente utilizadas (Alsina, 2009). Outras pesquisas com diferentes enfoques podem trazer outras e novas perspectivas sobre as notícias do jornal e também podem contribuir para avaliar os possíveis impactos da desinformação nas maneiras de se fazer jornalismo.

REFERÊNCIAS

- ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009.
- ANDERSON, Perry. **Brasil à parte: 1964-2019**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2020.
- ANTONOV, Stefan. Bulgária. **Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo**, Inglaterra, 15 jun. 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/bulgaria>. Acesso em: 25 set. 2022.
- ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão: o novo proletariado de serviços na era digital**. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2018.
- AS convicções editoriais da Gazeta do Povo em resumo. **Gazeta do Povo**, 01 fev. 2019a. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/100-anos/conviccoes-editoriais-gazeta-povo-resumo/>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- ASLANDOGAN, Y. Réplica: Golpe controlado aniquilou dissidência democrática na Turquia. **Folha de São Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2022/07/replica-golpe-controlado-aniquilou-dissidencia-democratica-na-turquia.shtml>. Acesso em: 26 set. 2022.
- AUDITORIAS. **Instituto Verificador de Circulação**, 2024. Disponível em: <https://ivcbrasil.org.br/#/auditorias>. Acesso em: 20 jun. 2024.
- BOLAÑO, Cesar. Ucrânia: imperialismo e guerra da informação. **Revista Outras Palavras**, Jornalismo de profundidade e pós-capitalismo, 23 mar. 2022. Disponível em: <https://outraspalavras.net/geopoliticaeguerra/ucrania-imperialismo-e-guerra-da-informacao/>. Acesso em: 02 jan. 2024.
- BOLSONARO pode vencer a eleição já no 1º turno? Entenda por quê. **Gazeta do Povo**, 03 out. 2018b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/bolsonaro-pode-vencer-a-eleicao-ja-no-1-turno-entenda-por-que-ay8d3yg75533bqai0v66voue1/>. Acesso em: 30 jun. 2024.
- BOLSONARISTAS protestam em frente a quartéis e bloqueiam rodovias. **UOL**, 2 nov. 2022a. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2022/11/02/compilat-atos-bolsonaristas-quarteis-e-rodovias.htm>. Acesso em: 21 fev. 2024.
- BOURDIEU, Pierre. O campo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 5. Brasília, jan./jul. 2011. Disponível em: <http://periodicos.unb.br/index.php/rbcp/article/view/6274/5133>. Acesso em: 8 dez 2022.
- BRASIL. Comissão Parlamentar Mista de Inquérito das *Fake News*. Relatório de atividades. **Congresso Nacional**, Brasília, DF: Senado Federal, 2020. Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/1eb569f0-8aeb-4e33-be9d-93f5c8cac98a>. Acesso em: 27 maio 2024.
- BUCCI, Eugênio. **Existe democracia sem verdade factual?** Barueri: Estação das Letras e das Cores, 2019.

BULGÁRIA declara estado de emergência por causa de pressão migratória. **Euronews**, 2022. Disponível em: <https://pt.euronews.com/2022/09/23/bulgaria-declara-estado-de-emergencia-por-causa-de-pressao-migratoria>. Acesso em: 25 set. 2022.

CALSAVARA, Fábio. Bolsonaro diz confiar em vitória no 1º turno com margem superior a 60% dos votos. **Gazeta do Povo**, 01 out. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/bolsonaro-diz-confiar-em-vitoria-no-1o-turno-com-margem-superior-a-60-dos-votos/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

CASTELLS, Manuel. **Ruptura: A crise da democracia liberal**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.

CARRO, Rodrigo. Brazil. **Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo**, Oxford, 15 jun. 2022. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/brazil>. Acesso em: 29 de jul. de 2022.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do Jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2016.

CHOMSKY, Noam. **Propaganda e consciência popular**. Bauru: Edusc, 2003.

CPMI das *fake news*. **Documento recebido pela CPMI das Fake News**, 2020. Disponível em: [file:///C:/Users/aneli/Downloads/DocumentoRecebidoCPMIFakeNews74Oficio04062020194630073RECIBOCOD2880%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/aneli/Downloads/DocumentoRecebidoCPMIFakeNews74Oficio04062020194630073RECIBOCOD2880%20(2).pdf). Acesso em: 27 maio 2024.

CHAVES, M.; BRAGA, A. The agenda of disinformation: "fake news" and membership categorization analysis in the 2018 Brazilian presidential elections. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 474 – 495, 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1187>. Acesso em: 30 jun. 2023.

CHOMSKY, Noam. **Quem manda no mundo?** 1. ed. São Paulo: Planeta, 2017.

COM assinatura barata, jornais turbinam digital em 2023. **Poder360**, 2024. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/com-assinatura-barata-jornais-turbinam-digital-em-2023/>. Acesso em: 31 maio 2024.

CONVENCIDOS de fraude eleitoral, bolsonaristas acampam diante de quartéis no Brasil. **UOL**, 11 nov. 2022b. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/afp/2022/11/11/convencidos-de-fraude-eleitoral-bolsonaristas-acampam-diante-de-quarteis-no-brasil.htm>. Acesso em: 21 fev. 2024.

DA EMPOLI, Giuliano. **Os engenheiros do caos**. 1. ed. São Paulo: Vestígio, 2020.

DADOS e estatísticas. **Atlas Da Notícia**, 2024. Disponível em: <https://www.atlas.jor.br/dados/app/>. Acesso em: 31 maio 2024.

D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade**. 1. ed. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo: ensaio sobre a sociedade**

neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DATAFOLHA: pesquisa para presidente. **Gazeta do Povo**, 01 out. 2022b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/datafolha-presidente-30-09-2022/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

DE onde vem o fact-checking? **LUPA**, 2023. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional>. Acesso em: 26 jan 2023.

DE SOUZA, R. B. R. “Fake news”, pós-verdade e sociedade do capital: o irracionalismo como motor da desinformação jornalística. **Revista FAMECOS**, v. 26, n. 3. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.3.33105>. Acesso em: 14 fev. 2024.

DEBATE Globo para presidente: quem ganhou e quem perdeu. **Gazeta do Povo**, 04 out. 2018c. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/debate-globo-para-presidente-quem-ganhou-e-quem-perdeu-0dpthwt4e657povsdne02imzd/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

DELMAZO, C; VALENTE, J. C. L. *Fake news* nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/2183-5462_32_11. Acesso em: 10 jan. 2023.

DESIDERI, Leonardo. Bolsonaro ou Lula: país chega ao 1º turno polarizado e com dois projetos para escolher. **Gazeta do Povo**, 01 out. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/bolsonaro-ou-lula-pais-chega-ao-1-o-turno-polarizado-e-com-dois-projetos-para-escolher>. Acesso em: 30 jun. 2024.

DIGITAL melhora, mas circulação de jornais ainda é menor do que em 2014. **Poder360**, 2020. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/digital-melhora-mas-circulacao-de-jornais-ainda-e-menor-do-que-em-2014/>. Acesso em: 31 maio 2024.

DORIA, Pedro. **Fascismo à brasileira**. São Paulo: Planeta, 2020.

DOURADO, Tatiana. **Fake news**: quando mentiras viram fatos políticos. Porto Alegre: Zouk, 2021.

DOURADO, Tatiana; GOMES, Wilson da Silva. *Fake news*, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 33 - 45, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p33>. Acesso em: 17 out. 2022.

DUNKER, Christian. Subjetividade em tempos de pós-verdade. In: DUNKER, C; TEZA, C; FUKS, J; TIBURI, M; SAFLATE, V. **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

DUMÉNIL, Gérard; LÉVY, Dominique. **A crise do neoliberalismo**. 1. ed. São Paulo: Boitempo, 2014.

EM final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida. **Gazeta do**

Povo, 01 out. 2018a. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/em-final-de-semana-polarizado-bolsonaro-mostra-capacidade-de-reacao-rapida-3ixgbwnsz0iv1mlhsnvpiedyd/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

EXPEDIENTE. **Gazeta do Povo**, 2024. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/expediente/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

FÁVERO, Bruno. Bolsonaro fez 162 críticas à imprensa desde janeiro; Globo e Folha são principais alvos. **Aos Fatos**, 29 out. 2019. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-fez-162-criticas-imprensa-desde-janeiro-globo-e-folha-sao-principais-alvos/>. Acesso em: 23 fev. 2024.

FIGUEIRA, João. **Da incerteza como princípio**: jornalismo, democracia, decadência da verdade. Covilhã: Labcom, 2023.

GADINI, Sérgio Luiz. **Interesses Cruzados**: a produção da cultura no jornalismo brasileiro. São Paulo: Paulus, 2009.

GADINI, S. L. O boato como estratégia folkcomunicacional: considerações sobre a presença e efeito de sentido do boato como dispositivo de folkcomunicação política. **Revista Internacional de Folkcomunicação**, Ponta Grossa, v. 5, n. 10, 2007. Disponível em: <http://ri.uepg.br/riuepg/handle/123456789/865>. Acesso em: 15 jul. 2022.

GALANI, L. Gazeta do Povo completa 100 anos como um dos jornais mais lidos do Brasil. **Gazeta do Povo**, 01 fev. 2019. Disponível em: <https://especiais.gazetadopovo.com.br/100-anos/centenario-jornal-mais-lido-brasil/>. Acesso em: 23 maio 2024.

GAZETA do Povo comemora a marca de 100 mil assinantes digitais. **Associação Nacional de Jornais**, 23 mai. 2022. Disponível em: <https://www.anj.org.br/a-transicao-bem-sucedida-da-gazeta-do-povo-do-impresso-para-o-digital/>. Acesso em: 23 maio 2024.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido**: fundamento da ciência dos jornais. Petrópolis: Vozes, 2011.

GOVERNO Bolsonaro deve manter comunicação direta por redes sociais. **Exame**, 04 nov. 2018. Disponível em: <https://exame.com/brasil/governo-bolsonaro-deve-manter-comunicacao-direta-por-redes-sociais/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

GUIMARÃES, Pedro; RODRIGUES, Cleber. 4 em cada 10 brasileiros afirmam receber *fake news* diariamente. **CNN Brasil**, Rio de Janeiro, 29 ago. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/4-em-cada-10-brasileiros-afirmam-receber-fake-news-diariamente/>. Acesso em: 26 set. 2022.

HUNTER, Mark Lee *et al.* **A investigação a partir de histórias**: um manual para jornalistas investigativos. Paris, 2009. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226456>. Acesso em: 08 jun. 2024.

ÍNDICES de Estado Global da Democracia. **IDEA**, Suécia, 2021. Disponível em: <https://www.idea.int/gsod-indices/democracy-indices>. Acesso em: 24 set. 2022.

IPEC: pesquisa para presidente. **Gazeta do Povo**, 26 set. 2022b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/ipec-presidente-26-09-22/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

JAVORSKI, E; BARGAS, J. A informação sobre a Covid-19 nos desertos de notícias: a relevância do jornalismo interior do Pará. **Liinc Em Revista**, v. 16, n. 2. Disponível em: <https://doi.org/10.18617/liinc.v16i2.5339>. Acesso em: 28 set. 2023

KONDER, Leandro. **Introdução ao fascismo**. 1. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

LACHER, Ernesto Hernández. **Bulgária entre o mau governo e a Covid-19 em 2021**. Cuba: Prensa Latina, 2021. Disponível em: <https://www.prensalatina.com.br/2021/12/27/bulgaria-entre-o-mau-governo-e-a-covid-19-em-2021/>. Acesso em: 25 set. 2022.

LAGE, Nilson. **Controle da opinião pública**. Um ensaio sobre a verdade conveniente. Petrópolis: Vozes, 1998.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. [S.l], 2015. Disponível em: <https://nilsonlage.com.br/wp-content/uploads/2015/04/LivroEstrutura.pdf>. Acesso em: 31 maio 2024.

LIPPMANN, Walter. **Opinião pública**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

LOVISI, Pedro. Erdogan reforça dualidade da Turquia na Guerra da Ucrânia mirando crises internas. **Folha de São Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2022/09/erdogan-adota-dualidade-na-diplomacia-para-lidar-com-as-proprias-criises-na-turquia.shtml>. Acesso em: 26 set. 2022.

LIGUORI, Guido; VOZA, Pasquali (Orgs.). **Dicionário gramsciano**. São Paulo: Boitempo, 2017.

LIGUORI, Guido e VOZA, Pasquali (orgs.). “Hegemonia”. In: **Dicionário gramsciano**. São Paulo: Boitempo, 2017. p. 365-368.

LINS, A. J. C. C; ROCHA JR, D. B; SOUZA, A. C. F. Jornalismo à deriva no mar da pós-verdade: a busca da verdade como método. **Liinc Em Revista**, v. 15, n. 1, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.18617/liinc.v15i1.4558>. Acesso em: 07 abr. 2023.

LÓPEZ-GARCÍA, X; VIZOSO, Á; PÉREZ-SEIJO, S. Verification initiatives in the scenario of misinformation. Actants for integrated plans with multi-level strategies. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, 2019, p. 614 – 635. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1215>. Acesso em: 19 jun. 2023.

LULA é eleito novamente presidente da República do Brasil. **Tribunal Superior Eleitoral**, 30 out. 2022. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Outubro/lula-e-eleito-novamente-presidente-da-republica-do-brasil>. Acesso em: 21 fev. 2024.

MCCOMBS, Maxwell. **A teoria da agenda**: a mídia e a opinião pública. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MARX, Karl. **O 18 de brumário de Luís Bonaparte**. São Paulo: Boitempo, 2021.

MARX, K; ENGELS, F. **A ideologia alemã 1º capítulo seguido das teses sobre Feuerbach**. São Paulo: Centauro Editora, [s.d].

MASSARANI, L; WALT, I; LEAL, T; MODESTO, M. **Saúde e Sociedade**, v. 30, n. 2, 2021. <https://doi.org/10.1590/S0104-12902021200317>. Acesso em: 30 ago. 2023.

MATOS, Carolina. **Jornalismo e política democrática no Brasil**. São Paulo: Publifolha, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. Apresentação: *Fake news*: o buraco é muito mais embaixo. In: FIGUEIRA, J. SANTOS, S. (orgs.). **As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019.

MIAZZO, L. STF anula condenações de Lula, que recupera os direitos políticos. **Carta Capital**, 15 abr. 2021. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/politica/stf-anula-condenacoes-de-lula-que-recupera-os-direitos-politicos/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

MILITÃO, Eduardo. Sob Bolsonaro, país tem mais de 1 milhão de novos registros de armas. **Uol Notícias**, 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2022/06/04/registro-de-armas-jair-bolsonaro-cacs-violencia-homicidios-lobby.htm>. Acesso em: 08 ago. 2022.

NEWMAN, N. Turkey. **Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo**, 15 jun. 2022a. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/turkey>. Acesso em: 26 set. 2022.

NEWMAN, N. Visão geral e principais conclusões do Relatório de Notícias Digitais. **Instituto Reuters**, 2022b. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022/dnr-executive-summary>. Acesso em: 25 set. 2022.

NEWMAN, N. Digital News Report 2023. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em: 20 jun. 2024.

NEWMAN, N. Digital News Report 2022. **Reuters Institute for the Study of Journalism**, 2022c. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>. Acesso em: 20 jun. 2024.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2010.

NOMURA, Bruno. Armamento de civis opõe Bolsonaro e principais adversários na disputa presidencial. **Folha de São Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2022/07/armamento-de-civis-opoe-bolsonaro-e-principais-adversarios-na-disputa-presidencial.shtml>. Acesso em: 08 ago. 2022.

NOBERTO, Cristiane; CARCODOS, Deborah Hana. Bolsonaro repete lema de inspiração fascista em Marcha de Prefeitos. **Correio Brasiliense**, 2022. Disponível em: <https://www.correiobrasiliense.com.br/politica/2022/04/5003254-bolsonaro-repete-lema-de->

inspiracao-fascista-em-marcha-de-prefeitos.html. Acesso em: 08 ago. 2022.

OPOSIÇÃO protocola novo pedido de impeachment contra a presidente Dilma Rousseff. PSDB, 21 out. 2015. Disponível em: <https://www.psdb.org.br/pa/oposicao-protocola-novo-pedido-de-impeachment-contra-a-presidente-dilma-rousseff/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

PAÍSES. IBGE, [s.d]. Disponível em: <https://paises.ibge.gov.br/#/dados/bulgaria>. Acesso em: 26 jun. 2024.

PESQUISA: Búlgaros lideram na UE em dizer que estão expostos a desinformação e notícias falsas. **Sofia Globe**, Bulgária, 12 jul. 2022. Disponível em: <https://sofiaglobe.com/2022/07/12/poll-bulgarians-top-in-eu-in-saying-they-are-exposed-to-disinformation-fake-news/>. Acesso em: 26 set. 2022.

PESQUISA Ibope de 1º de outubro para presidente por sexo, idade, escolaridade, renda, região, religião e raça. **G1**, 02 out. 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/eleicao-em-numeros/noticia/2018/10/02/pesquisa-ibope-de-1o-de-outubro-para-presidente-por-sexo-idade-escolaridade-renda-regiao-religiao-e-raca.ghtml>. Acesso em: 06 jun. 2024.

PIERRY, Flávia. Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão. **Gazeta do Povo**, 02 out. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republica/eleicoes-2018/por-que-mais-mulheres-declararam-voto-em-bolsonaro-depois-do-elenao-85n22iooz0kbxwpuwudme5p2d/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

PRADO, Pedro Benjamin. Constantino, Fiúza e Paulo Figueiredo são banidos das redes sociais em todo o mundo. **Terra**, 6 jan. 2024. Disponível em: <https://www.terra.com.br/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

PROMULGADA emenda constitucional da reforma da Previdência. **Senado Notícias**, 12 nov. 2019. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2019/11/12/promulgada-emenda-constitucional-da-reforma-da-previdencia>. Acesso em: 21 fev. 2024.

RAMALHO, Renan. TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar auditoria das Forças Armadas. **Gazeta do Povo**, 01 out. 2022. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/tcu-vai-conferir-4-mil-boletins-de-urna-e-fiscalizar-auditoria-das-forcas-armadas/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

RAMALHOSO, Wellington. Temer, o impopular: o que mudou no país em dois anos de governo. **UOL**, São Paulo, 30 dez. 2018. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2018/12/30/temer-o-impopular-o-que-mudou-no-pais-em-dois-anos-de-governo.htm>. Acesso em: 21 fev. 2024.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo**: das mídias de massa à massa de mídias. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RAMONET, Ignacio. **A tirania da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados? *In*:

Mídia poder e contrapoder. São Paulo: Boitempo Editorial, [s.d]. Disponível em: <https://literatureseweb.files.wordpress.com/>. Acesso em: 8 dez 2022.

RAMOS, J. C. L.; SOUZA, E. A. "Ouça sempre o outro lado": a pluralidade de fontes na perspectiva dos manuais de redação. **Novos Olhares**, v. 8, n. 1, p. 109-119, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2019.155227> . Acesso em: 8 jun. 2024.

REESE, S. D. The framing project: A bridging model for media research revisited. **Journal of Communication**, v. 57, n. 1, 2007, p. 148-154.

RELATÓRIO de CPMI classifica Gazeta do Povo como *fake news*. **Gazeta do Povo**, 2019b. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/relatorio-de-cpmi-classifica-gazeta-do-povo-como-fake-news/>. Acesso em: 27 maio 2024.

RELATÓRIO de Notícias Digitais. **Instituto Reuters para o Estudo do Jornalismo**, 2023. Universidade de Oxford, 2023. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>. Acesso em: 8 fev. 2024.

REPÓRTERES Sem Fronteiras põe Bolsonaro na lista de 'predadores da liberdade de imprensa'. **G1**, 06 jul. 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2021/07/06/reporteres-sem-fronteiras-poe-bolsonaro-na-lista-de-predadores-da-liberdade-de-imprensa.ghtml>. Acesso em: 23 fev. 2024.

ROCHA JR; D. B; LINS, A. J. C. C; DE SOUZA, A. C. F; LIBÓRIO, L. F. O; LEITÃO, A. H. B; SANTOS, F. H. S. VERIFIC.AI application: automated fact-checking in Brazilian 2018 general elections. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 514–539, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1178>. Acesso em: 14 out. 2023.

RÜDIGER, Francisco. **Origens do pensamento acadêmico em jornalismo**: Alemanha, União Soviética e Japão. Florianópolis, 2017, v. 11.

SAFATLE, Vladimir. Caindo a Máscara. **Folha de São Paulo**, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/columnas/vladimirsafatle/2018/07/caindo-a-mascara.shtml>. Acesso em: 21 fev. 2024.

SANT'ANA, Jéssica. De quantos votos Bolsonaro precisa para vencer no primeiro turno? **Gazeta do Povo**, 03 out. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/politica/>. Acesso em: 30 jun. 2024.

SANTOS, Luciane Justus. **Ofertas e modos de apropriação dos comentários dos leitores nos jornais Diário dos Campos e Gazeta do Povo**. 2015. Dissertação (Mestrado em Processos Jornalísticos) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2015. Disponível em: <http://tede2.uepg.br/jspui/handle/prefix/48>. Acesso em: 31 maio 2024.

SANTAELLA, Lucia. **A pós-verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SARGENTINI, V; CARVALHO, P. H. V. A vontade de verdade nos discursos - os contornos das fake news. In: CURCINO, L; SARGENTINI, V; PIOVEZANI, C. **Discurso e (pós)verdade**. São Paulo: Parábola, 2021.

SCHMITZ, Aldo. **Manual de jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2020.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias**: Ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011.

SCHREIBER, Mariana. Dez anos de junho de 2013: os efeitos dos protestos que abalaram o Brasil. **BBC News Brasil**, 07 jun. 2023. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cv281p5znrjo>. Acesso em: 21 fev. 2024.

SERAPIÃO, Fabio; TEIXEIRA, Matheus. PF fecha cerco a Bolsonaro sob suspeita de golpe e ainda apura elos dele com 8/1. **Folha de São Paulo**, 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2024/02/pf-fecha-cerco-a-bolsonaro-sob-suspeita-de-golpe-e-ainda-apura-elos-dele-com-81.shtml>. Acesso em: 23 fev. 2024.

SOBRE a Gazeta do Povo. **Gazeta do Povo**, [s.d]. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/sobre/>. Acesso em: 20 jun. 2024.

SOPRANA, Paula; PASSOS, Paulo; WIZIACK, Julio. Como a Jovem Pan virou a voz do bolsonarismo. **Folha de São Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/>. Acesso em: 10 jan. 2024.

STANLEY, Jason. **Como funciona o fascismo**: a política do "nós" e "eles". Porto Alegre, L&PM, 2018.

TESOUREIRO do PT é suspeito em sete frentes da Lava Jato. **Exame**, 15 abr. 2015. Disponível em: <https://exame.com/brasil/tesoureiro-do-pt-e-suspeito-em-sete-frentes-da-lava-jato/>. Acesso em: 21 fev. 2024.

TIC domicílios 2023 – coletiva de imprensa. **CETIC.br**, São Paulo, 16. nov. 2023. Disponível em: <https://www.cetic.br/media/analises/tic/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

TRÄSEL, M; LISBOA, S; VINCIPROVA, G. R. Post-truth and trust in journalism: an analysis of credibility indicators in Brazilian venues. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 452–473, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1211>. Acesso em: 30 jun. 2023.

TRAVERSO, Enzo. **As novas faces do fascismo**. Belo Horizonte: Âyiné, 2021.

VERIFIED signatories of the IFCN code of principles. **IFCN**, 2023. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>. Acesso em: 25 jan 2023.

VILELA, Pedro Rafael. Governo prevê implantação de 216 escolas cívico-militares até 2022. **Agência Brasil**, 2021. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2021-11/governo-preve-implantacao-de-216-escolas-civico-militares-ate-2022>. Acesso em: 08 ago. 2022.

VITULLO, Gabriel E. A democracia e os seus inimigos: dois séculos de luta liberal contra a participação popular. In: MACHADO, Carlos *et al.* **Democracia e desigualdade**: Registros críticos. Porto Alegre: Zouk, 2017.

WARDLE, C. **Guia essencial da First Draft para entender a Desordem Informacional**. First Draft, 2020, 2 ed. Disponível em: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x21167. Acesso em: 14 nov. 2023.

WEBER, Rosa Maria Pires. Protegendo a liberdade na luta pela democracia: reflexões a partir da experiência do Tribunal Superior Eleitoral e do Supremo Tribunal Federal. In: JORGE, Thaís de Mendonça (org.). **Desinformação o mal do século**: distorções, inverdades, *fake news*: a democracia ameaçada. Brasília: Supremo Tribunal Federal; Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, 2023. Disponível em: <https://www.stf.jus.br/>. Acesso em: 8 fev. 2024.

APÊNDICE A - CLASSIFICAÇÃO DAS CHECAGENS POR TEMAS EM 2018

Tema	Conteúdos Publicados
Adversários de Bolsonaro ou simpatizantes atacam igreja	- Vídeo editado de Ciro Gomes engana ao dizer que ele é inimigo da Igreja Católica - Jean Wyllys não foi convidado para ser ministro da Educação de Haddad nem disse que 'a Bíblia é uma piada - ‘Somos mais populares que Jesus’ é uma frase de John Lennon; não de Manuela D’Ávila - Fotos de protesto na Igreja Universal são de 2013 e não têm a ver com apoio de Bispo Macedo a Bolsonaro
Reforço à figura de Bolsonaro	- Padre Fábio de Melo não publicou mensagem com comentários contra LGBTs e a favor de Bolsonaro - Imagem traz dados falsos sobre gastos de campanhas presidenciais nas eleições - Foto de Rodrigo Santoro com camisa de apoio a Bolsonaro é falsa - Eduardo Bolsonaro usa dado inexistente para inflar público de manifestação
Fraudes e mentiras sobre pesquisas/urnas	- PF não apreendeu van com urnas eletrônicas adulteradas - Mulher que acusa Ibope e Datafolha nunca foi funcionária e usa dados falsos sobre pesquisas - Não é verdade que votar em branco para outro cargo anula voto para presidente
Condutas negativas de adversário ou quem é contra Bolsonaro	- Não é verdade que manifestantes ficaram nus em protesto contra Bolsonaro - Livro infantil que trata de incesto não foi distribuído pelo MEC na gestão Haddad
Filho de Bolsonaro ataca nordestinos	- Flavio Bolsonaro não usou camiseta com frases contra nordestinos; imagem é falsa

APÊNDICE B - CLASSIFICAÇÃO DAS CHECAGENS POR TEMAS EM 2022

Temas	Conteúdos Publicados
Fraudes e mentiras sobre pesquisas/urnas	- É falso que Datafolha orienta pesquisadores a cancelar entrevista com apoiadores de Bolsonaro - É falso que Polícia Federal identificou urnas com votos já registrados em Brasília - É falso que urnas tinham votos pré-registrados para Lula em Serafina Corrêa (RS) - Vulnerabilidades em urnas citadas em vídeo de 2014 já foram corrigidas - É falso que urnas estão sendo modificadas no Sindicato dos Metalúrgicos do ABC - É falso que urnas de Cordeiro (RJ) tinham votos pré-registrados para Lula - É falso que votação pode ser contestada se eleitor deixar de assinar livro ou pegar comprovante - Voto não é perdido ao apertar ‘confirma’ na urna durante alerta para conferir o voto
Decisões do judiciário e outros temas (Moraes/TSE/STF/ outros)	- Alexandre de Moraes não pediu retirada de vídeo em que Bolsonaro aparece emocionado - Em 2022, TSE disponibilizou mais urnas em países estrangeiros e menos em presídios - Governo da Bahia não decretou que policiais fiquem nos quartéis no dia da eleição - É falso que Alexandre de Moraes proibiu o uso da camisa do Brasil nas eleições - Notícia sobre bloqueio do <i>WhatsApp</i> no Brasil é de 2015, não atual - Globo não pediu autorização à Justiça para entrevistar Adélio Bispo
Má conduta do PT, Lula, ou apoiadores	- Vídeo que mostra confusão entre petistas em Aracaju é de 2013 e não tem relação com ato de Lula - É falso que Lula usava tornozeleira eletrônica no debate da Globo - É falso que Lula aconselhou Daniel Ortega a manter ditadura na Nicarágua - Vídeo que mostra agressão em rádio de Roraima é de 2018 e não tem relação com Lula e Bolsonaro
Manifestações contra Lula/PT/esquerda	- Vídeo mostra bandeira do PT sendo queimada em 2013, não recentemente - Posts enganam ao associar foto de praça vazia a comício de Lula em SC - Vídeo mostra prisão de Lula em 2018, não manifestação contra ele no Paraná em 2022 - Vídeos mostram protestos antigos no Chile e no México, não na Argentina

Ataque ao plano de Governo PT	- Plano de governo de Lula não prevê legalização de drogas ou perseguição a religiosos - É falso que Lula pretende criar Ministério da Verdade e controlar gastos da população - Não é verdade que plano de governo de Lula prevê moradias compartilhadas
Reforço à figura de Bolsonaro	- Faixa com ‘Globo lixo’ foi erguida por Bolsonaro em aeroporto, não em frente à emissora - É falso que Bolsonaro foi aplaudido de pé após discurso na ONU
Balanço plataforma	- Quais desinformações Lula, Bolsonaro, Ciro e Tebet repetiram durante a campanha

APÊNDICE C - QUADRO DATA/TÍTULO/AUTOR/COMENTÁRIOS/FOTO/LINK
2018

Data	Título	Autor	Comentários	Foto	Link
1 30/09/18	Em baixa nas pesquisas, Alvaro Dias tem uma nova meta: ser o anti-Haddad	Evandro Éboli/Bra sília	47	Albari Rosa/ GP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/em-baixa-nas-pesquisas-alvaro-dias-tem-uma-nova-meta-ser-o-anti-haddad-czzwv6robtssp5u40u33ravg2/
2 30/09/18	Aliados tucanos alvos da Polícia Federal complicam ainda mais a vida de Alckmin	Evandro Éboli/Bra sília	6	Alexandre Mazzo/GP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/aliados-tucanos-alvos-da-policia-federal-complicam-ainda-mais-a-vida-de-alckmin-c5khxznbt46skxvtqsy5xsq/
3 30/09/18	Efeito Bolsonaro? Em 24 anos, homens e mulheres nunca votaram de forma tão diferente	Estadão Conteúdo	15	Miguel Schincariol/AF P	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/especiais/efeito-bolsonaro-em-24-anos-homens-e-mulheres-nunca-votaram-de-forma-ao-diferente-9fwixvrhh1ufdp4fdeco39brt/
4 30/09/18	Da prisão, Lula manda Haddad adiantar ataques contra Bolsonaro	Débora Álvares e Felipe Ribas/Esp eial GP	34	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/da-prisao-lula-manda-haddad-adiantar-ataques-contra-bolsonaro-7okphl3h9607l91o3qnm0egt/
5 30/09/18	Debate Record para presidente: quem ganhou e quem perdeu	Da Redação	25	-	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/debate-recordpara-presidente-quem-ganhou-e-quem-perdeu-22hl19woo96f1zo5wfillax27/

6 30/09/18	Bolsonaro diz que não “teria nada a fazer” em caso de derrota	Folhapres s	23	Miguel Schincariol/AF P	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-diz-que-nao-teria-nada-a-fazer-em-caso-de-derrota-e2h0komzs9adtk1gppjyrl049/
7 30/09/18	Candidatos se unem contra Bolsonaro e cobram compromisso com democracia	Kelli Kadanus	12	Nelson Almeida	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/candidatos-se-unem-contra-bolsonaro-e-cobram-compromisso-com-democracia-bzfsudw09j9oerzaxnqjmoyjd/
8 01/10/18	Em final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida	Da Redação, com Agências	214	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/em-final-de-semana-polarizado-bolsonaro-mostra-capacidade-de-reacao-rapida-3ixgbwnsz0iv1mlhsnvpiedyd/
9 01/10/18	PT mantém apoio ao regime ditatorial de Nicolás Maduro	Folhapres s	11	Lula Marques/Agên cia PT	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/pt-mantem-apoio-ao-regime-ditatorial-de-nicolas-maduro-3o4norffmfpt7yhzv0jdoj0t5/
10 01/10/18	Candidatos réus no STF receberam quase R\$ 24 milhões dos fundos eleitoral e partidário	Folhapres s	4	Dorivan Marinho/SCO/ STF	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/candidatos-reus-no-stf-receberam-quase-r-24-milhoes-dos-fundos-eleitoral-e-partidario-detan4mxiqcjdbguzhjyf3ie1/
11 01/10/18	Haddad vai à cadeia pela 15.ª vez para receber instruções de Lula	Da Redação, com informações de Felipe Ribas, especial para a Gazeta do	51	Felipe Ribas/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/haddad-vai-a-cadeia-pela-15-vez-para-receber-instrucoes-de-lula-4wruyjr78imida4ze2r9mwteh/

		Povo, e Débora Álvares Curitiba e Brasília			
12 01/10/18	Campanha de Haddad gasta R\$ 2,1 milhões com empresa de réu da Lava Jato	Estadão Conteúdo	11	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/campanha-de-haddad-gasta-r-21-milhoes-com-empresa-de-reu-da-lava-jato-7xtgql61ivm584rx2fw28xu55/
13 01/10/18	Moro levanta sigilo de parte da delação de Palocci. Leia os depoimentos	Da Redação, com Folhapres s	65	Evaristo Sa/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/moro-levanta-sigilo-de-parte-da-delacao-de-palocci-leia-os-depoimentos-0b3u2tm7pf720gf1zddmpzhzt/
14 01/10/18	Lewandoswki manda cumprir decisão que autoriza jornal a entrevistar Lula	Débora Álvares, com agências	89	Rosinei Coutinho/SCO/ STF	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/lewandowski-manda-cumprir-decisao-que-autoriza-jornal-a-entrevistar-lula-f1q0uyhectdo56w3leatoirbt/
15 01/10/18	6 revelações de Palocci no primeiro depoimento da delação na Lava Jato	Kelli Kadanus	75	Evaristo Sa/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/6-revelacoes-de-palocci-no-primeiro-depoimento-da-delacao-na-lava-jato-3w4ccdn543cbb1w46phhsfxeh/
16 01/10/18	Suspeitas de crimes eleitorais chegam a quase 2 mil: R\$ 10,7 mi já foram confiscados	Estadão Conteúdo	0	Divulgação/Pol ícia Federal	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/suspeitas-de-crimes-eleitorais-chegam-a-quase-2-milr107-mi-ja-foram-confiscados-cnripihz55c330sy21ixfo5w9/
17 01/10/18	Palocci diz que Lula sabia da corrupção na Petrobras desde 2007	Estadão Conteúdo	10	Marcello Casal Jr/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/palocci-diz-que-lula-sabia-da-corruptao-na-petrobras-

					desde-2007-8ei7nov1pxamyr5anhc5rz215/
18 01/10/18	Haddad fala em regular meios de comunicação para garantir liberdade de imprensa	Da Redação	23	André Rodrigues/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/haddad-fala-em-regular-meios-de-comunicacao-para-garantir-liberdade-de-imprensa-3vz1kdjhvzemdow9dfwq qn109/
19 01/10/18	Quem é o ministro que comprou briga com colega do STF e liberou entrevista de Lula	Kelli Kadanus	6	Valter Campanato/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/quem-e-o-ministro-que-comprou-briga-com-colega-do-stf-e-liberou-entrevista-de-lula-etoc2qq0zneol4h659susbowp/
20 01/10/18	Defesas de Lula e Dilma garantem que “Palocci mentiu de novo” e fazem acusações a Sergio Moro	Da Redação com Estadão Conteúdo	7	JAMIL BITTAR	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/defesas-de-lula-e-dilma-garantem-que-palocci-mentiu-de-novo-e-fazem-acusacoes-a-sergio-moro-9wr2f7rtpk9efj90hp6ofc8ux/
21 01/10/18	Facada contra Bolsonaro não trouxe nem tirou votos, diz presidente do Ibope	Estadão Conteúdo	2	Reprodução	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/facada-contrabolsonaro-nao-trouxe-nem-tirou-votos-diz-presidente-do-ibope-4dqfcw1xrbjyud14os2g436c9/
22 01/10/18	Qual o efeito das acusações de Palocci na campanha de Haddad?	Evandro Éboli	66	Jonathan Campos /Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/qual-o-efeito-das-acusacoes-de-palocci-na-campanha-de-haddad-135x4jdytfe80ho7ocxcmc6xx/
23 01/10/18	Bolsonaro é outsider e eleva risco relativo à agenda econômica, diz S&P	Folhapress	99	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-e-outsider-e-eleva-risco-relativo-a-agenda-economica-diz-sp-

					1x4dh7x44rxnlu9u0ss6hb1sp/
24 01/10/18	Em vídeo ao lado do filho, Bolsonaro pede apoio para ‘quebrar a máquina do PT’	Folhapres s	5	Reprodução <i>Facebook</i>	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/em-video-ao-lado-do-filho-bolsonaro-pede-apoio-para-quebrar-a-maquina-do-pt-2nxw3dtyh1upwrjqjzbycyc9/
25 02/10/18	Bolsonaro sobe 6 pontos e vira líder entre mulheres no fim de semana do #EleNão	Da Redação, com Estadão Conteúdo	80	Lineu Filho/Tribuna do Paraná	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-sobe-6-pontos-e-vira-lider-entre-mulheres-no-fim-de-semana-do-elecao-6ho15t60smttzsq6vx4c1q6x/
26 02/10/18	Os detalhes da nova pesquisa para presidente. E um dia para o PT esquecer	Da Redação	5	ilustração (sem crédito)	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/os-detalhes-da-nova-pesquisa-para-presidente-e-um-dia-para-o-pt-esquecer-2iq4rlczs7m4zajwah1ob4zbt/
27 02/10/18	Presidente eleito terá 24,6 mil cargos à disposição	Estadão Conteúdo	0	Marcelo Elias/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/presidente-eleito-tera-246-mil-cargos-a-disposicao-2g004fl7yr19580ro9ro99ljx/
28 02/10/18	O que está em jogo na eleição sobre o futuro da Petrobras	Jéssica Sant’Ana	6	Vanderlei Almdeira/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/o-que-esta-em-jogo-na-eleicao-sobre-o-futuro-da-petrobras-8nstkerslpjuyzdl6o5j52me7/
29 02/10/18	6 pontos para entender o que Bolsonaro faria como presidente	Anderson Gonçalves	18	Igo Estrela/Estadão Conteúdo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/6-pontos-para-entender-o-que-bolsonaro-faria-como-presidente-4dlkzrjl7ffo74j2xar1zk3q1/

30 02/10/18	Rejeição a Haddad sobre 11 pontos e candidato diz que parte da elite adotou o 'fascismo'	Estadão Conteúdo	12	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/rejeicao-a-haddad-sobre-11-pontos-e-candidato-diz-que-parte-da-elite-adotou-o-fascismo-4abzx940u54iiew5xs2dg2aqh/
31 02/10/18	7 declarações de aliados de Haddad que colocam a democracia em xeque	Jéssica Sant'Ana	26	Albari Rosa/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/7-declaracoes-de-aliados-de-haddad-que-colocam-a-democracia-em-xeque-c3d3ns6wwixm6uaya7lpmx4gv/
32 02/10/18	Dirigentes do PT repreendem Dirceu por declarações polêmicas	Estadão Conteúdo	3	Marcelo Camargo/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/dirigentes-do-pt-repreendem-dirceu-por-declaracoes-polemicas-dh32gsub3y13dn4elx73ijz6h/
33 02/10/18	MPF denuncia agressor de Bolsonaro por crime contra a segurança nacional	Folhapress	0	Tomaz Silva/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/mpf-denuncia-agressor-de-bolsonaro-por-crime-contra-a-seguranca-nacional-elgcmkza1h5ddad7gocg0a1nd/
34 02/10/18	81% do STF será composto por indicações do PT caso Haddad vença eleição	Débora Álvares	32	Dorivan Marinho/STF	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/81-do-stf-sera-composto-por-indicacoes-do-pt-caso-haddad-venca-eleicao-0dyznnwak1xfvv1tuov8ufx9h/
35 02/10/18	Em debate, vices de Ciro e Alckmin atacam PT e garantem ser terceira via	Estadão Conteúdo	1	Marcelo Camargo/Agência Brasil-Edilson Rodrigues/Agência Senado-EVARISTO SA/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/em-debate-vices-de-ciro-e-alckmin-atacam-pt-e-garantem-ser-terceira-via-595lbvhet0wbvf44kxazezmh/
36 02/10/18	Cabo Daciolo se emociona com arco-	Folhapress	2	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/republi

	íris duplo à beira da estrada e viraliza nas redes sociais				ca/eleicoes-2018/cabo-daciolo-se-emocional-com-arco-iris-duplo-a-beira-da-estrada-e-viraliza-nas-redes-sociais-8rbg8n32o0dy147f65kt9vheh/
37 02/10/18	Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?	Flávia Pierry	288	Fernando Carvalho	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/por-que-mais-mulheres-declararam-voto-em-bolsonaro-depois-do-elecao-85n22iooz0kbxwpuwudme5p2d/
38 02/10/18	Lula encontra culpado por estagnação de Haddad e questiona: “Dirceu está jogando contra?”	Débora Álvares	58	Evaristo Sa/ AFP- NELSON ALMEIDA/AF P	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/lula-encontra-culpado-por-estagnacao-de-haddad-e-questiona-dirceu-esta-jogando-contra-4qhewkltdaphavqeiw2p0pgkl/
39 02/10/18	Maioria quer Lula condenado e preso, aponta Datafolha	Folhapress	6	Marcelo Andrade/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/maioria-quer-lula-condenado-e-preso-aponta-datafolha-6dnic8o8h7sfme80ybj0yruu1/
40 02/10/18	PT entra com reclamação no CNJ contra Moro após divulgação da delação de Palocci	Estadão Conteúdo	6	Marcelo Camargo/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/pt-entra-com-reclamacao-no-cnj-contra-moro-apos-divulgacao-da-delacao-de-palocci-9lilr49cmtrlp5dzzd50tir4p/
41 02/10/18	Debate Globo 2018 para presidente será realizado nesta quinta	Giorgio Dal Molin	3	Reprodução TV Globo 2014	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/debate-globo-2018-para-presidente-sera-realizado-nesta-quinta-9zu1e7urfe4kfaoaxj41jq2mx/
42 03/10/18	4 pontos para decifrar o que Haddad faria como presidente	Felipe Ribas	9	Jonathan Campos/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/4-

					pontos-para-decifrar-o-que-haddad-faria-como-presidente-1c9n3bvlcv6rfp5en3v5miaas/
43 03/10/18	Fernando Haddad: quem é e o que propõe o candidato do PT	Da Redação	3	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/fernando-haddadquem-e-e-o-que-propoe-o-candidato-do-pt-30g5xuo8q3b16wsgefmedw53t/
44 03/10/18	Corrupção não impede eleição. Mas custa caro para envolvidos em escândalos	Kelli Kadanus	5	Jonas Pereira/Agência Senado	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/corruptao-nao-impede-eleicao-mas-custa-caropara-envolvidos-em-escandalos-1riqel0e9e756zw55sc2vnpo9/
45 03/10/18	Médico veta participação de Bolsonaro em debate na Globo	Estadão Conteúdo e Folhapress	82	@jairbolsonaro/Divulgação	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/medico-veta-participacao-de-bolsonaro-em-debate-na-globo-1mx4q8dyze7kwwjvfjio0mc49/
46 03/10/18	De quantos votos Bolsonaro precisa para vencer no primeiro turno?	Jéssica Sant'Ana, com informações da Folhapress	103	Marcelo Andrade/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/de-quantos-votos-bolsonaro-precisa-para-vencer-no-primeiro-turno-dlcqdpalspech8gz48v7vg7t/
47 03/10/18	Governo deve estar atento sobre preço de combustíveis, diz técnico da energia de Alckmin	Flávia Pierry	1	Marcelo Camargo / Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/governo-deve-estar-atento-sobre-preco-de-combustiveis-diz-tecnico-da-energia-de-alckmin-8mruezmz5m5ykh1utridixfw2/
48 03/10/18	Partido de Bolsonaro cresce e rivaliza com PSDB na preferência	Folhapress	0	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/partido-

	do brasileiro				de-bolsonaro-cresce-e-rivaliza-com-psdb-na-preferencia-do-brasileiro-ehmjie4i7p6yeos2x4s8http/
49 03/10/18 chamada	Debate Globo com candidatos a presidente: veja em Tempo Real	Gazeta do Povo	59	Daniel Ramalho/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/debate-globocom-candidatos-a-presidenteveja-em-tempo-real-8g6ybehjsr4ymw5irqdw5ebix/
50 03/10/18	Bolsonaro pode vencer a eleição já no 1.º turno. Entenda por quê	Da Redação	134	Carl de Souza/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-pode-vencer-a-eleicao-ja-no-1-turno-entenda-por-que-ay8d3yg75533bqai0v66voue1/
51 03/10/18	Na reta final do 1º turno, campanha de Bolsonaro volta a creditar 'kit gay' a Haddad	Da Redação	18	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/na-reta-final-do-1-turno-campanha-de-bolsonaro-volta-a-creditar-kit-gay-a-haddad-6t23plm3u7yeml0mg6tci6n9/
52 03/10/18	Haddad versus Bolsonaro: que tipo de oposição o derrotado irá fazer?	Evandro Éboli	39	EVARISTO SA / AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/haddad-versus-bolsonaro-que-tipo-de-oposicao-o-derrotado-ira-fazer-0icp6cae2e0fu1suhy5takhlx/
53 03/10/18	Bolsonaro pede que empresários parem de solicitar votos para funcionários	Folhapress	1	Marcelo Andrade/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-pede-que-empresarios-parem-de-solicitar-votos-para-funcionarios-et3aswlvkt57ul04smorfzpi1/
54 04/10/18	Campanha de Haddad e Lula pagou quase R\$ 8 milhões a empresas ligadas à Lava Jato	Folhapress	10	Jonathan Campos/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/campanha-de-haddad-e-lula-pagou-quase-r-8-milhoes-a-

					empresas-ligadas-a-lava-jato-8bo5wmcaui479zqxzaujzyzd/
55 04/10/18	Lobby do funcionalismo já mostrou poder de fogo ao garantir reajuste em 2018	Kelli Kadanus	0	Fernando Frazão/ Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/lobby-do-funcionalismo-ja-mostrou-poder-de-fogo-ao-garantir-reajuste-em-2018-7nfj7s22g04n6snvrs01ofqq/
56 04/10/18	Veja a influência da bancada ruralista no Congresso Nacional	Kelli Kadanus	0	Jonathan Campos/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/veja-a-influencia-da-bancada-ruralista-no-congresso-nacional-4hs1cslz7sdc37o2875pzc4mq/
57 04/10/18	Bancadas da saúde e educação garantem verbas para os setores	Kelli Kadanus	0	Wilson Dias/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bancadas-da-saude-e-educacao-garantem-verbas-para-os-setores-00gg1z9f2zo4r5qq7kw36fhpu/
58 04/10/18	Bancada sindical sofre duro revés na aprovação de reforma trabalhista	Kelli Kadanus	0	André Rodrigues/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bancada-sindical-sofre-duro-reves-na-aprovacao-de-reforma-trabalhista-5jnff8ez2bzddy9ww1l5hlg1e/
59 04/10/18	Bancada evangélica é a terceira maior do Congresso e atua em bloco	Kelli Kadanus	1	Edilson Rodrigues/Agência Senado	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bancada-evangelica-e-a-terceira-maior-do-congresso-e-atua-em-bloco-3fipxwil0cmqqw7mgx6js3982/
60 04/10/18	Bancada da bala pode eleger um presidente da República em 2018	Kelli Kadanus	2	HEULER ANDREY/AF P	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bancada-da-bala-pode-eleger-um-presidente-da-republica-em-2018-

					5m11eeyph6qnrfiixk9z011f6/
61 04/10/18	Jair Bolsonaro: quem é e o que propõe o candidato do PSL	Da Redação	2	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/jair-bolsonaroquem-e-e-o-que-propoe-o-candidato-do-psl-2q48qd3pgl83itbs6yggk91nmh/
62 04/10/18	Bancada empresarial está entre as mais influentes do Congresso	Kelli Kadanus	0	Lucio Bernardo Jr/Câmara dos Deputados	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bancada-empresarial-esta-entre-as-mais-influentes-do-congresso-8ptzfbbftijthsqibra3dfsz6/
63 04/10/18	Conheça os lobbies mais poderosos do Brasil	Kelli Kadanus	4	Marcos Oliveira/Agência Senado	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/conheca-os-lobbies-mais-poderosos-do-brasil-efo1mg4p4qct9ne4aig7eut82/
64 04/10/18	Temor de derrota no 1.º turno leva PT a procurar culpados e a rever estratégia	Estadão Conteúdo	23	Marcelo Andrade/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/temor-de-derrota-no-1-turno-leva-pt-a-procurar-culpados-e-a-rever-estrategia-2fr04fxi669slrdzd2c2bknh5/
65 04/10/18	Globo faz último debate do 1.º turno e, pela 7ª vez, não haverá embate Haddad-Bolsonaro	Giorgio Dal Molin, com Folhapress	18	Reprodução Canal Livre e Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/globo-faz-ultimo-debate-do-1-turno-e-pela-7-vez-nao-havera-embate-haddad-bolsonaro-3bwfbx0kf0dvpuzxflnyhp9sp/
66 04/10/18	Tudo ou nada: Haddad quer parecer Lula e atacar Bolsonaro em debate	Débora Álvares	1	NELSON ALMEIDA AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/tudo-ou-nada-haddad-quer-parecer-lula-e-atacar-bolsonaro-em-debate-9ye3zrzd26l0d0kr1kr0pf8yt/

67 04/10/18	CNJ pede explicações a Moro sobre delação de Palocci	Folhapress	29	Marcelo Camargo/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/cnj-pede-explicacoes-a-moro-sobre-delacao-de-palocci-851iwa76g7psq2x9ijae0ayu1/
68 04/10/18	Após ruralistas, bancada evangélica formaliza apoio a Bolsonaro	Estadão Conteúdo	17	Daniel Castellano/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/apos-ruralistas-bancada-evangelica-formaliza-apoio-a-bolsonaro-3g3rnv14w1jcx6rytzylld/
69 04/10/18	Especulação não deve chegar à bomba de combustível, diz formulador do PT para a energia	Flávia Pierry	1	Marcelo Camargo / Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/especulacao-nao-deve-chegar-a-bomba-de-combustivel-diz-formulador-do-pt-para-a-energia-0mgu04r7r5q5h0na0m79rj2ud/
70 04/10/18	Bolsonaro faz aceno ao Nordeste e volta a bater em Lula	Folhapress	0	@jairbolsonaro Divulgação	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-faz-aceno-ao-nordeste-e-volta-a-bater-em-lula-3l916vqpwyvqswepmlgm97e3p/
71 04/10/18	Pós-marxista, Haddad fala em Deus pela primeira vez na TV	Folhapress	0	MAURO PIMENTEL/AF	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/pos-marxista-haddad-fala-em-deus-pela-primeira-vez-na-tv-80lsybcdrkjrhpz79iqixlb9/
72 04/10/18	Justiça absolve Dilma por uso irregular de cartão corporativo quando era ministra	Estadão Conteúdo	1	Wilson Dias/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/justica-absolve-dilma-por-uso-irregular-de-cartao-corporativo-quando-era-ministra-btgc36jxfdw7emmylodmfs9l/
73 04/10/18	Um mês após atentado, agressor de Bolsonaro tem 'status	Da Redação com	0	Divulgação	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/um-

	alterado' e vira réu	Estadão Conteúdo			mes-apos-atentado- agressor-de-bolsonaro- tem-status-alterado-e- vira-reu- d6catl0qzeu2bd0bbkx0cl ty1/
74 04/10/18	Em alta, Bolsonaro alcança 39% dos votos válidos no Datafolha	Folhapres s	13	Evandro Éboli/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/em-alta-bolsonaro-alcanca-39-dos-votos-validos-no-datafolha-3e96urs1hkcbzko3wa3tdknvd/
75 04/10/18	Debate Globo para presidente: quem ganhou e quem perdeu	Da Redação	116	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/debate-globo-para-presidente-quem-ganhou-e-quem-perdeu-0dpthwt4e657povsdne02imzd/
76 04/10/18	Record passa entrevista de Bolsonaro durante debate da Globo. Veja o que ele falou	Giorgio Dal Molin	103	Reprodução/T V Record	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/record-passa-entrevista-de-bolsonaro-durante-debate-da-globo-veja-o-que-ele-falou-6p79kvu9l5x8w1zl63i2qszx5/
77 05/10/18	Bolsonaro fica em casa e abre vantagem na reta final	Da Redação	0	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/bolsonaro-fica-em-casa-e-abre-vantagem-na-reta-final-477yer9i22e0i6dznv2oinahl/
78 05/10/18	Movimento a favor da união de centro com Ciro cresce nas redes	Estadão Conteúdo	2	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/movimento-a-favor-da-uniao-de-centro-com-ciro-cresce-nas-redes-dbckijdsjfs48sv9nvhp3iot/
79 05/10/18	Elas dizem 'Ele sim': o que pensam as mulheres que votam em Bolsonaro	Daiana Constantino, João Bandeira, Evandro Éboli e	64	Daiana Constantino/Jo ão Bandeira/Evan dro Éboli	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/elas-dizem-ele-sim-o-que-pensam-as-mulheres-que-votam-em-

		Fernando Martins Jaraguá do Sul, Rio de Janeiro, Brasília e Curitiba			bolsonaro-dkf7vuf6mgxf3sunyyuxc1715/
80 05/10/18	Facada 'exigiu reformulação de estratégias de campanha', diz juiz	Estadão Conteúdo	0	Lineu Filho/Tribuna do Paraná	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/facada-exigiu-reformulacao-de-estrategias-de-campanha-diz-juiz-91prlc1nlfedsqjc9dq138ztp/
81 05/10/18	3 estratégias do PT para levar Fernando Haddad ao segundo turno	Débora Álvares	3	Douglas Magno/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/3-estrategias-do-pt-para-levar-fernando-haddad-ao-segundo-turno-2bljfnph0u3y50jgg5iskw6sd/
82 05/10/18	Dinheiro, propostas, tempo de TV? O que faltou aos presidenciáveis com 0% no Ibope	Felipe Ribas	0	Nelson Almeida/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/dinheiro-propostas-tempo-de-tv-o-que-faltou-aos-presidenciaveis-com-0-no-ibope-1sxf9td6255gastz0zi5wn t21/
83 05/10/18	Grupos pró e contra Bolsonaro planejam manifestações na véspera do 1º turno	Da Redação	5	Lineu Filho/Tribuna do Paraná	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/grupos-pro-e-contra-bolsonaro-planejam-manifestacoes-na-vespera-do-1-turno-e5txxi5bywocwka3scm1mfvfd/
84 06/10/18	Ciro foi mais Brizola do que Haddad foi Lula. Agora, espera por um milagre	Giorgio Dal Molin	0	Daniel Remalho/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/ciro-foi-mais-brizola-do-que-haddad-foi-lula-agora-espera-por-um-milagre-6rb3yicbhjtia18j1zeiu3fd/
85 06/10/18	Urna eletrônica chega à 12ª eleição no país sob ataque inédito	Folhapress	0	DOUGLAS MAGNO/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/urna-eletronica-chega-a-12-

					eleicao-no-pais-sob-ataque-inedito-2cr052d03sr5zie0iyv6q6cih/
86 06/10/18	Ato pró-Bolsonaro em Curitiba tem bandeiras do Brasil e ofensas a eleitores de outros candidatos	Da Redação	0	Reprodução/Youtube-Fernando Zequinão/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/ato-pro-bolsonaro-em-curitiba-tem-bandeiras-do-brasil-e-ofensas-a-eleitores-de-outros-candidatos-av8a21jipqrw3sassqhbcnvfd/
87 06/10/18	Lula: ‘Pode ter igual, mas nesse país não tem ninguém melhor do que nós’	Estadão Conteúdo	8	MIGUEL SCHINCARIO L/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/lula-pode-ter-igual-mas-nesse-pais-nao-tem-ninguem-melhor-do-que-nos-9lp9ak5mxc91c12cl9dod87t/
88 06/10/18	Ciro diz que não tem mágoas do PT e lamenta ‘confrontação odienta’	Folhapress	8	DANIEL RAMALHO/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/ciro-diz-que-nao-tem-magoas-do-pt-e-lamenta-confrontacao-odienta-1qcdbimchhmwmon04z1pvjff89/
89 06/10/18	Brasília tem carreatas de Ciro e Bolsonaro	Da Redação com agências	0	Reprodução/Youtube	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/brasilia-tem-carreatas-de-ciro-e-bolsonaro-c1pvmeua1l2it0i8hio4380d5/
90 06/10/18	Sistema de votação é ‘ágil, seguro, confiável e auditável’, diz presidente do TSE	Estadão Conteúdo	0	Fabio Rodrigues Pozzebom/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/sistema-de-votacao-e-agil-seguro-confiavel-e-auditavel-diz-presidente-do-tse-b9wlrz4w64ezis5o009369om1/
91 06/10/18	Acompanhe a apuração das eleições 2018 em tempo real na Gazeta do Povo	Da Redação	0	DOUGLAS MAGNO/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/acompanhe-a-apuracao-das-eleicoes-2018-em-tempo-real-na-gazeta-do-povo-53neh25n1qg0y0nfqmp99d36l/

92 06/10/18	Acompanhe todas as notícias do primeiro turno das eleições em tempo real	Da Redação	0	MAURO PIMENTEL/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/acompanhe-todas-as-noticias-do-primeiro-turno-das-eleicoes-em-tempo-real-677a5decvwihr9ybmh6jg7fmh/
93 06/10/18	Decifrando os programas de governo: as ideias que definem cada um dos candidatos	Felipe Ribas, especial para a Gazeta do Povo	2	Daniel Ramalho/AFP	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/decifrando-os-programas-de-governo-as-ideias-que-definem-cada-um-dos-candidatos-eyh9nhew3tp4jii9uifl8a5ll/
94 06/10/18	Candidatos demonizam teto de gastos, mas ele não congela despesa com saúde e educação	Flávia Pierry	1	Marcelo Andrade / Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/candidatos-demonizam-teto-de-gastos-mas-ele-nao-congela-despesa-com-saude-e-educacao-6f9ejh01nvn9rr2jkyrp8uau5/
95 06/10/18 chamada	O que dizem as últimas pesquisas antes da eleição.	sem crédito	0	sem crédito	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/o-que-dizem-as-ultimas-pesquisas-antes-da-eleicao-6pr590sshw13j5h52uha5gwrdr/
96 06/10/18	Com viés de alta para Bolsonaro e Haddad estacionado, últimas pesquisas apontam 2.º turno	Jéssica Sant'Ana	28	TSE/Divulgação	https://www.gazetadopovo.com.br/politica/república/eleicoes-2018/com-vies-de-alta-para-bolsonaro-e-haddad-estacionado-ultimas-pesquisas-apontam-2-turno-aboy3gjks1hcnppwuttgtryx/

APÊNDICE D - QUADRO DATA/TÍTULO/AUTOR/COMENTÁRIOS/FOTO/LINK 2022

Data	Título	Autor	Comentários	Foto	Link
1 25/09/22	PM é acionada após confusão entre Boulos e integrantes do MBL	Gazeta do Povo	19	Marcello Casal Jr/Agência Brasil	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pm-e-acionada-apos-confusao-entre-boulos-e-integrantes-do-mbl/
2 25/09/22	Por que Lula está preocupado em evitar a abstenção de eleitores no dia da votação	Wesley Oliveira	97	Ricardo Stuckert/PT	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/por-que-lula-esta-preocupado-em-evitar-a-abstencao-de-eleitores-no-dia-da-votacao/
3 25/09/22	Ministro do TSE nega recurso de Bolsonaro e mantém proibição de lives no Alvorada	Gazeta do Povo	80	José Dias/PR	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/ministro-tse-nega-recurso-bolsonaro-mantem-proibicao-lives-alvorada/
4 25/09/22	Projetos para mudanças no STF se acumulam nas gavetas do Congresso	Olavo Soares	61	Nelson Jr./STF	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/stf-projetos-para-mudancas-no-supremo-se-acumulam-nas-gavetas-do-congresso/
5 26/09/22	Nova rodada da pesquisa BTG/FSB mostra intenção de voto para presidente	Gazeta do Povo	61	Montagem com fotos de: Fiep; Divulgação dos candidatos Flic kr Palácio do Planalto	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/btg-fsb-presidente-26-09-22/
6 26/09/22	Ciro Gomes reafirma candidatura e diz que campanha por voto útil “viola a vontade popular”	Guilherme Grandi	33	Keiny Andrade/divulgação PDT	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/ciro-gomes-mantem-candidatura/
7 26/09/22	TSE estreita diálogo com órgãos de segurança para prevenir violência na eleição	Renan Ramalho	13	LR Moreira /Secom/TSE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/tse-estreita-dialogo-com-orgaos-de-seguranca-para-prevenir-violencia-na-eleicao/

8 26/06/22	Amazônia do mundo ou do Brasil? O que os presidentiáveis propõem para o maior bioma do país	Ana Carolina Curvello	23	Alberto César Araújo/Amazônia Real	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/amazonia-do-mundo-ou-do-brasil-o-que-os-presidenciais-propoe-para-o-maior-bioma-do-pais/
9 26/09/22	Candidatos que tentam furar polarização buscam votos no Sudeste na última semana de campanha	Guilherme Grandi	2	Sebastião Moreira/EFE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/terceira-via-campanha-sudeste/
10 26/09/22	Presidentiáveis prometem benefícios generosos sem indicar fontes de recursos	Gabriel Sestrem	17	Renato Pizzutto/divulgação Band	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/presidenciais-prometem-beneficios-sem-mostrar-fontes-recursos/
11 26/09/22	Quais são as regras para o uso de celular nas seções eleitorais	Gazeta do Povo	23	Aniele Nascimento/Gazeta do Povo / arquivo	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/saiba-como-votar/celular-cabine-votacao/
12 26/09/22	Quais são as regras do TSE para o porte de arma de fogo no dia da eleição	Gazeta do Povo	6	Pixabay	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/saiba-como-votar/arma-cabine-votacao/
13 26/09/22	Padre Kelmon contesta afirmação de que não tem vínculo com Igreja Ortodoxa	Guilherme Grandi	5	Divulgação/SBT	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/padre-kelmon-igreja-ortodoxa/
14 26/09/22	Ipec: Confirma nova rodada da pesquisa para presidente da República	Gazeta do Povo	120	Divulgação/Band	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/ipecc-presidente-26-09-22/
15 26/09/22	Como serão os últimos dias de campanha de Lula antes do primeiro turno	Wesley Oliveira	56	Ricardo Stuckert/PT	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/como-serao-os-ultimos-dias-de-campanha-de-lula-antes-do-primeiro-turno/
16 30/09/22	Corregedor da Justiça Eleitoral diz que auditoria do PL sobre urnas tenta desacreditar eleição	Gazeta do Povo	36	Divulgação/STJ	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/corregedor-justica-eleitoral-auditoria-do-pl-sobre-urnas-tenta-desacreditar-eleicao/

17 30/09/22	Salário, estatais, reformas e mais: o que candidatos propõem para 15 temas econômicos	Vandré Kramer	21	Ricardo Stuckert/PT; André Coelho/EFE; Reprodução/Facebook; Jefferson Rudy/Agência Senado	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/propostas-de-ciro-gomes-lula-bolsonaro-simone-tebet-para-economia/
18 01/10/22	Nova rodada da pesquisa Atlas mostra números da corrida presidencial	Gazeta do Povo	0	Infografia/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/atlas-presidente-30-09-2022/
19 01/10/22	Nova pesquisa CNT/MDA mostra números da corrida presidencial	Gazeta do Povo	41	Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/cnt-mdapresidente-01-10-22/
20 01/10/22	Cobrança de mensalidade em universidades públicas é tema “esquecido” por presidentiáveis	Olavo Soares	14	Jonathan Campos/Arquivo/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/mensalidade-universidades-publicas-tema-esquecido-presidenciais/
21 01/10/22	Ipespe: confira nova pesquisa de intenção de voto para presidente	Gazeta do Povo	98	Infografia/Gazeta do Povo	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/ipespe-presidente-01-10-22/
22 01/10/22	Quais são as propostas dos presidentiáveis para desburocratização e governo digital	Olavo Soares	5	Wesley Tingey/Unsplash	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/quais-sao-as-propostas-dos-presidenciais-para-desburocratizacao-e-governo-digital/
23 01/10/22	TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar a auditoria das Forças Armadas	Renan Ramalho	190	Abdias Pinheiro/SECOM/TSE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/tcu-vai-conferir-4-mil-boletins-de-urna-e-fiscalizar-auditoria-das-forcas-armadas/
24 01/10/22	TSE emite relatório ‘zerésima’ e comprova que não há votos prévios nas urnas eletrônicas	Gazeta do Povo	19	Antonio Augusto/TSE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/tse-emite-relatorio-zeresima-e-comprova-que-nao-ha-votos-previos-nas-urnas-eletronicas/

25 01/10/22	Ipec: Confirma nova rodada da pesquisa para presidente da República	Gazeta do Povo	52	Gazeta do Povo (infográfico)	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/ipe-presidente-01-10-2022/
26 01/10/22	Datafolha: confirma os números da nova pesquisa para presidente da República	Gazeta do Povo	115	Gazeta do Povo (infográfico)	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/datafolha-presidente-30-09-2022/
27 01/10/22	O que o TSE fez para aumentar a confiança nas urnas eletrônicas	Renan Ramalho	46	Abdias Pinheiro/divulgação TSE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/o-que-o-tse-fez-para-aumentar-a-confianca-nas-urnas-eletronicas/
28 01/10/22	Lula encerra campanha e diz que festejará qualquer que seja o resultado do 1º turno	Fabio Calsavara	29	Fernando Bizerra/EFE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/lula-encerra-campanha-comemoracao-qualquer-que-seja-resultado-primeiro-turno/
29 01/10/22	Bolsonaro ou Lula? País chega ao 1.º turno polarizado e com dois projetos para escolher	Leonardo Desideri	118	EFE/Joédson Alves; Sérgio Dutti/PSB	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/bolsonaro-ou-lula-pais-chega-ao-1-o-turno-polarizado-e-com-dois-projetos-para-escolher/
30 01/10/22	Genial/Quaest: veja a nova rodada da pesquisa para presidente	Gazeta do Povo	15	Gazeta do Povo (infográfico)	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/genial-quaest-presidente-01-10-2022/
31 01/10/22	Ipec mostra como está a disputa para presidente da República em 16 estados na véspera das eleições	Gazeta do Povo	54	Divulgação/Band	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/pesquisa-eleitoral/ipe-mostra-como-esta-a-disputa-para-presidente-da-republica-em-16-estados-na-vespera-das-eleicoes/
32 01/10/22	Bolsonaro diz confiar em vitória no 1º turno “com margem superior a 60%” dos votos	Fabio Calsavara	113	Sebastião Moreira/EFE	https://www.gazetadopovo.com.br/eleicoes/2022/bolsonaro-diz-confiar-em-vitoria-no-1o-turno-com-

					margem-superior-a-60-dos-votos/
--	--	--	--	--	---------------------------------

APÊNDICE E - QUADRO DE LEVANTAMENTO DAS FONTES 2018

Data	Título	Plural.	Fontes Utilizadas	Fontes Mencionadas
1 30/09/18	Em baixa nas pesquisas, Alvaro Dias tem uma nova meta: ser o anti-Haddad	Não	0	1 Programas eleitorais mais recentes 2 Primeiros debates 3 Debate na TV Aparecida, 4 Debate no SBT 5 Pesquisa Datafolha
2 30/09/18	Aliados tucanos alvos da Polícia Federal complicam ainda mais a vida de Alckmin	Não	0	1 Decisão do STF 2 Pesquisa Ibope 3 Fala de Alckmin em debates
3 30/09/18	Efeito Bolsonaro? Em 24 anos, homens e mulheres nunca votaram de forma tão diferente	Sim	1 Flávia Biroli, cientista política da UnB 2 Beatriz Rodrigues Sanchez, cientista política da USP 3 Ludimilla Teixeira, criadora da página 4 José Luiz 5 Nilza Costa	1 O Estado analisou as pesquisas 2 Pesquisa Ibope 3 Flávia Biroli, cientista política da UnB 4 Paulo (nome fictício) 5 Ana (nome fictício) 6 Roberta (nome fictício) 7 Fábio (nome fictício) 8 Beatriz Rodrigues Sanchez, cientista política da USP 9 Grupo no <i>Facebook</i> "Mulheres Unidas Contra Bolsonaro" 10 Ludimilla Teixeira, criadora da página 11 José Luiz 12 Nilza Costa
4 30/09/18	Da prisão, Lula manda Haddad adiantar ataques contra Bolsonaro	Não	0	1 Conforme apurou a Gazeta do Povo 2 A reportagem conversou com mais de 15 pessoas 3 Propaganda eleitoral de Alckmin 4 uma das pessoas que conversou com a reportagem 5 Discurso anterior de Manuela 6 Discurso anterior de Haddad 7 Petista na disputa ao Senado 8 Petista antigo do partido 9 Contaram aliados de Lula 10 Declaração de bastidor do presidente do STF 11 Lava Jato 12 Levantamento jornal O Estado de S. Paulo 13 Assessoria Haddad
5 30/09/18	Debate Record para presidente: quem ganhou e quem perdeu	Não	0	1 Quadro da Gazeta do Povo Quem Ganhou e Quem Perdeu o Debate

6 30/09/18	Bolsonaro diz que não “teria nada a fazer” em caso de derrota	Não	0	1 Declaração de Bolsonaro a O Globo 2 Entrevista anterior de Bolsonaro ao Brasil Urgente, da TV Band 3 Página de grupo pró-Bolsonaro
7 30/09/18	Candidatos se unem contra Bolsonaro e cobram compromisso com democracia	Não	0	1 Debate Record
8 01/10/18	Em final de semana polarizado, Bolsonaro mostra capacidade de reação rápida	Não	0	1 A campanha de Bolsonaro tem destacado 2 Discurso deputado Eduardo Bolsonaro (PSL) em ato 3 Discurso candidato major Olímpio em ato 4 Vídeo de Bolsonaro exibido em manifestação e postado em redes sociais 5 Dados PM Brasília 6 Postagem de Bolsonaro no Twitter 7 Dados pesquisa CNT/MDA 8 Dados pesquisa Datafolha 9 Dados pesquisa Ibope
9 01/10/18	PT mantém apoio ao regime ditatorial de Nicolás Maduro	Não	0	1 Declaração anterior de Haddad 2 Declaração anterior Gleisi Hoffmann 3 Documento assinado por Gleisi 4 Texto assinado por Mônica Valente no site do PT 5 Vídeo de Lula elogiando Maduro 6 Declaração de Lula à Agência AFP
10 01/10/18	Candidatos réus no STF receberam quase R\$ 24 milhões dos fundos eleitoral e partidário	Não	1 Carlos Lupi, presidente PDT	1 Levantamento da Folha de S. Paulo 2 Carlos Lupi, presidente nacional do PDT 3 PSD 4 Direção do MDB 5 PT
11 01/10/18	Haddad vai à cadeia pela 15.ª vez para receber instruções de Lula	Não	0	1 Fernando Haddad, candidato 2 PM Curitiba 3 Organização de ato 4 Conforme apurou GP com mais de 15 pessoas
12 01/10/18	Campanha de Haddad gasta R\$ 2,1 milhões com empresa de réu da Lava Jato	Não	1 Giovanni Favieri, réu na Lava Jato	1 Dados do TSE 2 Dados Lava Jato 3 Procuradoria 4 Em inquérito na Justiça Federal de SP 5 Giovane Favieri, réu na Lava Jato
13 01/10/18	Moro levanta sigilo de parte da delação de Palocci. Leia os depoimentos	Não	0	1 Depoimento de Palocci em colaboração premiada 2 Despacho de Sérgio Moro derrubando sigilo da delação

14 01/10/18	Lewandowski manda cumprir decisão que autoriza jornal a entrevistar Lula	Não	0	1 Decisão do ministro do STF, Ricardo Lewandowski 2 Petição da Folha de S. Paulo
15 01/10/18	6 revelações de Palocci no primeiro depoimento da delação na Lava Jato	Não	0	1 Depoimento de Palocci em colaboração premiada 2 Nota Cristiano Zanin
16 01/10/18	Suspeitas de crimes eleitorais chegam a quase 2 mil: R\$ 10,7 mi já foram confiscados	Não	1 Thiago Borelli, delegado 2 Rogério Galloro, diretor-geral PF	1 Dados do CICCE da PF 2 Coletiva de imprensa CICCE 3 Thiago Borelli, delegado 4 Rogério Galloro, diretor-geral PF
17 01/10/18	Palocci diz que Lula sabia da corrupção na Petrobras desde 2007	Não	0	1 Depoimento de Palocci em colaboração premiada 2 Nota Cristiano Zanin
18 01/10/18	Haddad fala em regular meios de comunicação para garantir liberdade de imprensa	Não	0	1 Haddad em sabatina convocada pela Força Sindical 2 Especialistas avaliam (sem citar quem)
19 01/10/18	Quem é o ministro que comprou briga com colega do STF e liberou entrevista de Lula	Não	0	0
20 01/10/18	Defesas de Lula e Dilma garantem que “Palocci mentiu de novo” e fazem acusações a Sergio Moro	Não	1 Cristiano Zanin Martins, advogado de Lula	1 Cristiano Zanin Martins, advogado de Lula 2 Nota pública da defesa de Dilma 3 Colaboração premiada de Palocci 4 Twitter a presidente nacional do PT, Gleisi Hoffmann
21 01/10/18	Facada contra Bolsonaro não trouxe nem tirou votos, diz presidente do Ibope	Não	1 Carlos Montenegro, presidente do Ibope	1 Carlos Montenegro, presidente do Ibope
22 01/10/18	Qual o efeito das acusações de Palocci na campanha de Haddad?	Sim	1 Doacir Quadros, professor de ciência política da Uninter 2 Gilberto Carvalho, ex-ministro do PT 3 Marcus Pestana, secretário-geral do PSDB	1 Doacir Quadros, professor de ciência política da Uninter 2 Gilberto Carvalho, ex-ministro do PT 3 Despacho de Sérgio Moro derrubando sigilo da delação 4 Marcus Pestana, secretário-geral do PSDB
23 01/10/18	Bolsonaro é outsider e eleva risco relativo à agenda econômica, diz S&P	Não	1 Joydeep Mukherji, analista de ratings soberanos da S&P Global para a América Latina 2 Elijah Oliveros-	1 Agência de classificação de risco S&P Global 2 Joydeep Mukherji, analista de ratings soberanos da S&P Global para a América Latina 3 Elijah Oliveros-Rosen, economista-

			Rosen, economista-sênior para a região	sênior para a região
24 01/10/18	Em vídeo ao lado do filho, Bolsonaro pede apoio para 'quebrar a máquina do PT'	Não	0	1 Vídeo de Bolsonaro em redes sociais
25 02/10/18	Bolsonaro sobe 6 pontos e vira líder entre mulheres no fim de semana do #EleNão	Não	0	1 Dados pesquisa Ibope/Estado/TV Globo
26 02/10/18	Os detalhes da nova pesquisa para presidente. E um dia para o PT esquecer	Não	0	0
27 02/10/18	Presidente eleito terá 24,6 mil cargos à disposição	Não	0	1 Levantamento do Ministério do Planejamento 2 Informações O Estado de S. Paulo
28 02/10/18	O que está em jogo na eleição sobre o futuro da Petrobras	Não	1 Adilson de Oliveira, professor de Economia da UFRJ 2 Luiz Caetano, analista de investimento da Planner	1 Planos de governo dos candidatos Bolsonaro, Alckmin, Haddad, Ciro, Marina 2 Adilson de Oliveira, professor de Economia da UFRJ 3 Plano estratégico Petrobrás 4 Alckmin, em evento dia 13 setembro 5 Assessoria Petrobras 6 Luiz Caetano, analista de investimento da Planner
29 02/10/18	6 pontos para entender o que Bolsonaro faria como presidente	Não	0	1 Plano de governo de Bolsonaro registrado no TSE 2 Declaração anterior de Bolsonaro no Twitter 3 Declaração anterior de Paulo Guedes 4 Declaração anterior de Bolsonaro em Curitiba 5 Declaração anterior de Bolsonaro ao Jornal Nacional 6 Declaração de Bolsonaro interior de SP
30 02/10/18	Rejeição a Haddad sobe 11 pontos e candidato diz que parte da elite adotou o 'fascismo'	Não	0	1 Dados pesquisa Ibope 2 Depoimento de Haddad na Fiocruz
31 02/10/18	7 declarações de aliados de Haddad que colocam a democracia em xeque	Não	0	1 Declaração anterior José Dirceu 2 Declaração de José Dirceu ao portal 180graus 3 Declaração de José Dirceu ao El País

				4 Segundo o Estadão 5 José Dirceu em matéria da Folha de S. Paulo 6 Gilberto Carvalho, em entrevista ao Brasil de Fato 7 Entrevista Gleisi Hoffmann ao Poder 360 8 Gleisi Hoffmann no Twitter 9 Entrevista Rui Falcão ao Brasil 247
32 02/10/18	Dirigentes do PT repreendem Dirceu por declarações polêmicas	Não	0	1 Dirigentes do PT 2 Um interlocutor 3 Outro dirigente 4 Fala anterior de José Dirceu em São Luiz 5 José Dirceu em entrevista ao El País
33 02/10/18	MPF denuncia agressor de Bolsonaro por crime contra a segurança nacional	Não	0	1 Denúncia do Ministério Público Federal
34 02/10/18	81% do STF será composto por indicações do PT caso Haddad vença eleição	Não	0	0
35 02/10/18	Em debate, vices de Ciro e Alckmin atacam PT e garantem ser terceira via	Não	0	1 Debate UOL, Folha de S.Paulo e SBT
36 02/10/18	Cabo Daciolo se emociona com arco-íris duplo à beira da estrada e viraliza nas redes sociais	Não	0	1 Postagem do Cabo Daciolo no Twitter e Instagram
37 02/10/18	Por que mais mulheres declararam voto em Bolsonaro depois do #EleNão?	Não	1 Márcio Coimbra, estrategista político no Senado Federal 2 Eladio Oduber, sociólogo e professor do IESB	1 Dados pesquisa Ibope 2 Dados pesquisa Datafolha 3 Márcio Coimbra, estrategista político no Senado Federal 4 Levantamento do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da USP 5 Eladio Oduber, sociólogo e professor do IESB 6 Um aliado de Bolsonaro
38 02/10/18	Lula encontra culpado por estagnação de Haddad e questiona: “Dirceu está jogando contra?”	Não	0	1 Dados pesquisa Ibope 2 Dados pesquisa Datafolha 3 Segundo uma pessoa que conversou com Haddad 4 Mais de dez pessoas relataram à Gazeta do Povo 5 Declaração de José Dirceu ao El País

				6 Segundo as fontes ouvidas pela reportagem 7 Afirmou mais um integrante da legenda 8 Estrategista da campanha de Fernando Haddad 9 Senador que tenta reeleição
39 02/10/18	Maioria quer Lula condenado e preso, aponta Datafolha	Não	0	1 Dados pesquisa Datafolha 2 Dirigentes do PT 3 Entrevista anterior de Haddad
40 02/10/18	PT entra com reclamação no CNJ contra Moro após divulgação da delação de Palocci	Não	0	1 Reclamação do PT contra Moro no CNJ 2 Trecho de colaboração premiada de Palocci 3 Despacho de Sérgio Moro derrubando sigilo da delação
41 02/10/18	Debate Globo 2018 para presidente será realizado nesta quinta	Não	0	1 Regras do debate da Globo
42 03/10/18	4 pontos para decifrar o que Haddad faria como presidente	Não	1 Daniel Poit, consultor em Economia e professor da Universidade Tecnológica do Paraná	1 Plano de governo de Haddad 2 Dados do Instituto Socioambiental e do INCRA 3 Dados do Atlas da Terra Brasil 4 Daniel Poit, consultor em Economia e professor da Universidade Tecnológica do Paraná 5 Números do Tribunal de Contas da União (TCU) 6 Levantamento da consultoria KPMG
43 03/10/18	Fernando Haddad: quem é e o que propõe o candidato do PT	Não	0	1 Plano de governo de Haddad
44 03/10/18	Corrupção não impede eleição. Mas custa caro para envolvidos em escândalos	Não	1 Carlos Pereira, pesquisador e cientista político 2 Lucio Rennó, cientista político da UnB	1 Estudos mostram 2 Pesquisadores da área 3 Carlos Pereira, pesquisador e cientista político 4 Lucio Rennó, cientista político da UnB
45 03/10/18	Médico veta participação de Bolsonaro em debate na Globo	Não	1 Cirurgião Antônio Macedo	1 Cirurgião Antônio Macedo 2 Segundo um assessor da campanha
46 03/10/18	De quantos votos Bolsonaro precisa para vencer no primeiro turno?	Não	1 Mauro Paulino, diretor-geral do Datafolha 2 Marcia Cavallari, CEO do Ibope	1 Mauro Paulino, diretor-geral do Datafolha 2 Marcia Cavallari, CEO do Ibope 3 Dados pesquisa Ibope 4 Dados pesquisa Datafolha

47 03/10/18	Governo deve estar atento sobre preço de combustíveis, diz técnico da energia de Alckmin	Não	1 Paulo Pedrosa, técnico da energia da campanha de Geraldo Alckmin	1 Exclusiva de Paulo Pedrosa, técnico da energia da campanha de Geraldo Alckmin
48 03/10/18	Partido de Bolsonaro cresce e rivaliza com PSDB na preferência do brasileiro	Não	0	1 Dados pesquisa Datafolha
49 03/10/18	Debate Globo com candidatos a presidente: veja em Tempo Real	Não	0	1 Regras do debate Globo
50 03/10/18	Bolsonaro pode vencer a eleição já no 1.º turno. Entenda por quê	Não	0	1 Podcast Eleições, programa semanal da Gazeta do Povo
51 03/10/18	Na reta final do 1º turno, campanha de Bolsonaro volta a creditar 'kit gay' a Haddad	Não	0	1 Conta oficial de Bolsonaro no YouTube 2 Vídeo compartilhado por Bolsonaro 3 Outra publicação no Twitter de Eduardo Bolsonaro 4 Transmissão do Bispo Edir Macedo na internet 5 Segundo o jornal O Estado de S. Paulo 6 Publicação de Silas Malafaia no Twitter 7 Projeto Escola sem homofobia 8 Segundo o caderno de propostas da 3ª Conferência Nacional de Políticas LGBT 9 Vídeos de apoio citados na cartilha 10 Publicação anterior da GP sobre ideologia de gênero 11 Segundo o filósofo Ryan Anderson, autor de um livro sobre o tema
52 03/10/18	Haddad versus Bolsonaro: que tipo de oposição o derrotado irá fazer?	Não	1 André César, cientista político	1 André César, cientista político 2 Entrevista anterior Bolsonaro
53 03/10/18	Bolsonaro pede que empresários parem de solicitar votos para funcionários	Não	0	1 Live no <i>Facebook</i> de Jair Bolsonaro 2 Decisão da Justiça do Trabalho de SC
54 04/10/18	Campanha de Haddad e Lula pagou quase R\$ 8 milhões a empresas ligadas à Lava Jato	Não	1 Declaração de Giovane Favieri, por e-mail 2 Dono da Braspor, Paulo André dos Santos Gomes	1 Dados TSE 2 Segundo o Ministério Público 3 Dizem os procuradores da Lava Jato 4 Declaração de Giovane Favieri, por e-mail 5 Dono da Braspor, Paulo André dos Santos Gomes

55 04/10/18	Lobby do funcionalismo já mostrou poder de fogo ao garantir reajuste em 2018	Não	0	1 Levantamento do jornal O Estado de S. Paulo
56 04/10/18	Veja a influência da bancada ruralista no Congresso Nacional	Não	1 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) 2 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas
57 04/10/18	Bancadas da saúde e educação garantem verbas para os setores	Não	0	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap)
58 04/10/18	Bancada sindical sofre duro revés na aprovação de reforma trabalhista	Não	0	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap)
59 04/10/18	Bancada evangélica é a terceira maior do Congresso e atua em bloco	Não	0	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) 2 Dados oficiais da Câmara
60 04/10/18	Bancada da bala pode eleger um presidente da República em 2018	Não	0	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap)
61 04/10/18	Jair Bolsonaro: quem é e o que propõe o candidato do PSL	Não	0	0
62 04/10/18	Bancada empresarial está entre as mais influentes do Congresso	Não	1 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas	1 Dados do Departamento Intersindical de Assessoria Parlamentar (Diap) 2 Segundo o depoimento de executivos 3 Delação do ex-presidente da Andrade Gutierrez, Otávio Marques de Azevedo 4 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas
63 04/10/18	Conheça os lobbies mais poderosos do Brasil	Não	1 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas 2 Guilherme Cunha Costa, presidente da Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (Abrig)	1 Bruno Carazza, especialista em políticas públicas 2 Guilherme Cunha Costa, presidente da Associação Brasileira de Relações Institucionais e Governamentais (Abrig) 3 Segundo o depoimento de executivos 4 Delação do ex-presidente da Andrade Gutierrez, Otávio Marques de Azevedo 5 Projeto em tramitação que

				regulamenta lobista
64 04/10/18	Temor de derrota no 1.º turno leva PT a procurar culpados e a rever estratégia	Não	1 Carlos Árabe, secretário nacional de Comunicação do PT	1 Segundo relatos 2 Declaração anterior de Paulo Teixeira, deputado pelo PT-SP 3 Carlos Árabe, secretário nacional de Comunicação do PT 4 Entrevista de Haddad à Rádio Jornal de Pernambuco 5 Dados pesquisa Ibope 6 Dados pesquisa Datafolha
65 04/10/18	Globo faz último debate do 1.º turno e, pela 7ª vez, não haverá embate Haddad-Bolsonaro	Não	0	0
66 04/10/18	Tudo ou nada: Haddad quer parecer Lula e atacar Bolsonaro em debate	Não	0	1 Um dos nomes de relevância do PT 2 A reportagem falou com seis pessoas 3 Explicou outra fonte 4 Disse mais um líder petista 5 Uma das mulheres que integra a cúpula da campanha
67 04/10/18	CNJ pede explicações a Moro sobre delação de Palocci	Não	0	1 Decisão do CNJ de pedir esclarecimentos a Moro
68 04/10/18	Após ruralistas, bancada evangélica formaliza apoio a Bolsonaro	Não	1 Hidekazu Takayama, deputado do PSC-PR	1 Carta oficial da Frente Parlamentar Evangélica 2 Hidekazu Takayama, deputado do PSC-PR
69 04/10/18	Especulação não deve chegar à bomba de combustível, diz formulador do PT para a energia	Não	1 Mauricio Tolmasquim, formulador da proposta de energia para o PT	1 Exclusiva de Mauricio Tolmasquim, formulador da proposta de energia para o PT
70 04/10/18	Bolsonaro faz aceno ao Nordeste e volta a bater em Lula	Não	0	1 Entrevista de Bolsonaro à Rádio Jornal, do Recife 2 Mensagem postada no Twitter de Bolsonaro
71 04/10/18	Pós-marxista, Haddad fala em Deus pela primeira vez na TV	Não	0	1 Fala de Haddad no programa eleitoral 2 Dados pesquisa Datafolha
72 04/10/18	Justiça absolve Dilma por uso irregular de cartão corporativo quando era ministra	Não	0	1 Decisão desembargadores do TRF-4 2 Trechos de ação popular contra Dilma
73 04/10/18	Um mês após atentado, agressor de	Não	0	1 Decisão da Justiça Federal de aceitar denúncia

	Bolsonaro tem 'status alterado' e vira réu			
74 04/10/18	Em alta, Bolsonaro alcança 39% dos votos válidos no Datafolha	Não	0	1 Dados pesquisa Datafolha
75 04/10/18	Debate Globo para presidente: quem ganhou e quem perdeu	Não	0	1 Quadro da Gazeta do Povo Quem Ganhou e Quem Perdeu o Debate
76 04/10/18	Record passa entrevista de Bolsonaro durante debate da Globo. Veja o que ele falou	Não	0	1 Entrevista de Bolsonaro à Record
77 05/10/18	Bolsonaro fica em casa e abre vantagem na reta final	Não	0	1 Dados da pesquisa Datafolha
78 05/10/18	Movimento a favor da união de centro com Ciro cresce nas redes	Não	1 Marco Ruediger, diretor de análise da DAPP 2 Pedro Costa, cientista político das Faculdades Rio Branco	1 Dados da pesquisa da DAPP da FGV 2 Marco Ruediger, diretor de análise da DAPP 3 Dados pesquisa Ibope/Estadão/TV Globo 4 Pedro Costa, cientista político das Faculdades Rio Branco 5 Informações do Estado de S. Paulo
79 05/10/18	Elas dizem 'Ele sim': o que pensam as mulheres que votam em Bolsonaro	Sim	1 Giovana Schmidt Voltolini, catarinense 2 Maria Inês Fantinate, brasiliense 3 Salambô Farias, carioca	1 Dados pesquisa Datafolha 2 Giovana Schmidt Voltolini, catarinense 3 Maria Inês Fantinate, brasiliense 4 Salambô Farias, carioca
80 05/10/18	Facada 'exigiu reformulação de estratégias de campanha', diz juiz	Não	0	1 Decisão da Justiça Federal que aceita denúncia
81 05/10/18	3 estratégias do PT para levar Fernando Haddad ao segundo turno	Não	0	1 Um cacique do PT 2 Afirmou uma fonte do partido 3 Dados pesquisa Ibope 4 Dados pesquisa Datafolha 5 Mais um nome do partido 6 Vídeo contra Haddad
82 05/10/18	Dinheiro, propostas, tempo de TV? O que faltou aos presidenciáveis com 0% no Ibope	Não	1 Emerson Cervi, cientista político e professor da UFPR	1 Dados pesquisa Ibope 2 Planos de governo 3 Emerson Cervi, cientista político e professor da UFPR

83 05/10/18	Grupos pró e contra Bolsonaro planejam manifestações na véspera do 1º turno	Não	0	1 Movimento #EleNão internet 2 Mulheres contra Bolsonaro <i>Facebook</i> 3 Mulheres antifas no <i>Facebook</i> 4 De acordo com informações do <i>Facebook</i> 5 Segundo a Lei nº 9504/1997
84 06/10/18	Ciro foi mais Brizola do que Haddad foi Lula. Agora, espera por um milagre	Não	0	1 Dados pesquisa Ibope 2 Dados pesquisa Datafolha 3 Fala de Brizola em programa da TV Cultura 4 João Trajano Sento-Sé, escreveu em artigo 5 Dados do TSE 6 Escreveu Yan de Souza Carreirão, professor da UFSC 7 Plano de governo de Ciro 8 Fala de Ciro no debate da Globo
85 06/10/18	Urna eletrônica chega à 12ª eleição no país sob ataque inédito	Não	1 Giuseppe Janino, secretário de Tecnologia da Informação do TSE 2 Diego Aranha, professor da Universidade de Aarhus, na Dinamarca, defende o voto impresso	1 Dados TSE 2 Vídeo de Bolsonaro contra as urnas 3 O candidato, seus apoiadores e especialistas em segurança digital defendem 4 Giuseppe Janino, secretário de Tecnologia da Informação do TSE 5 Diego Aranha, professor da Universidade de Aarhus, na Dinamarca, defende o voto impresso
86 06/10/18	Ato pró-Bolsonaro em Curitiba tem bandeiras do Brasil e ofensas a eleitores de outros candidatos	Não	0	1 Uma das líderes do evento, discursando em cima de um carro de som 2 Nota de um shopping
87 06/10/18	Lula: 'Pode ter igual, mas nesse país não tem ninguém melhor do que nós'	Não	0	1 Declaração de Lula em redes sociais
88 06/10/18	Ciro diz que não tem mágoas do PT e lamenta 'confrontação odienta'	Não	0	1 Declarações de Ciro em Fortaleza
89 06/10/18	Brasília tem carreatas de Ciro e Bolsonaro	Não	0	1 Segundo a Polícia Militar Brasília 2 Organizadores estimaram 3 dizia um locutor em um carro à frente da passeata

90 06/10/18	Sistema de votação é 'ágil, seguro, confiável e auditável', diz presidente do TSE	Sim	1 Rosa Weber, presidente do TSE 2 Dias Toffoli, presidente STF 3 Raquel Dodge, procuradora-geral da República	1 Rosa Weber, presidente do TSE 2 Dias Toffoli, presidente STF 3 Raquel Dodge, procuradora-geral da República
91 06/10/18	Acompanhe a apuração das eleições 2018 em tempo real na Gazeta do Povo	Não	0	0
92 06/10/18	Acompanhe todas as notícias do primeiro turno das eleições em tempo real	Não	0	0
93 06/10/18	Decifrando os programas de governo: as ideias que definem cada um dos candidatos	Não	0	1 Planos de governo de 9 candidatos 2 Fala de 2017 de Cabo Daciolo 3 Depoimento anterior de Daciolo à GP
94 06/10/18	Candidatos demonizam teto de gastos, mas ele não congela despesa com saúde e educação	Não	1 Gabriel Leal de Barros, diretor da Instituição Fiscal Independente (IFI) do Senado 2 Marília Fontes, analista da Nord Research	1 Gabriel Leal de Barros, diretor da Instituição Fiscal Independente (IFI) do Senado 2 Dados do IFI 3 Dados do RREO do Tesouro Nacional 4 Ciro em debate anterior da Globo 5 Meirelles em debate anterior da Globo 6 Marília Fontes, analista da Nord Research
95 06/10/18	O que dizem as últimas pesquisas antes da eleição.	Não	0	0
96 06/10/18	Com viés de alta para Bolsonaro e Haddad estacionado, últimas pesquisas apontam 2.º turno	Não	0	1 Dados pesquisa Ibope 2 Dados pesquisa Datafolha

APÊNDICE F - QUADRO DE LEVANTAMENTO DAS FONTES 2022

Data	Título	Plural	Fontes Utilizadas	Fontes Mencionadas
1 25/09/22	PM é acionada após confusão entre Boulos e integrantes do MBL	Não	0	1 Informações da Folha de S. Paulo 2 Vídeo divulgado no Twitter por Arthur do Val 3 Outro vídeo divulgado na conta de Arthur do Val 4 Em um vídeo publicado no Twitter, Boulos explica 5 Augusto Botelho se manifestou nas redes sociais sobre o ocorrido 6 Cristiano Beraldo afirmou em vídeo no Twitter 7 Boletim de ocorrência 8 nota encaminhada a Gazeta do Povo pelo MBL
2 25/09/22	Por que Lula está preocupado em evitar a abstenção de eleitores no dia da votação	Não	1 Senador Randolfe Rodrigues	1 Articuladores do PT acreditam 2 Lula em entrevista anterior 3 Dados do TSE 4 Na avaliação da campanha do PT 5 Levantamento recente do Instituto FSB Pesquisa 6 De acordo com última pesquisa Datafolha 7 Senador Randolfe Rodrigues
3 25/09/22	Ministro do TSE nega recurso de Bolsonaro e mantém proibição de lives no Alvorada	Não	0	1 Decisão de Benedito Gonçalves, ministro do TSE 2 Equipe jurídica de Bolsonaro
4 25/09/22	Projetos para mudanças no STF se acumulam nas gavetas do Congresso	Não	0	1 Projeto Deputado Domingos Sávio 2 Projeto Deputado Paulo Eduardo Martins 3 Projeto Senador Lasier Martins 4 Projeto deputado Pedro Cunha Lima 5 Projeto deputado Paulo Ganime 6 Projeto ex-senadora Marta Suplicy 7 Projeto deputado Chris Tonietto 8 Projeto deputado Paulo Eduardo Martins 9 Projeto deputada Bia Kicis
5 26/09/22	Nova rodada da pesquisa BTG/FSB mostra intenção de voto para presidente	Não	0	1 Dados pesquisa FSB/BTG Pactual
6 26/09/22	Ciro Gomes reafirma candidatura e diz que campanha por voto útil “viola a vontade popular”	Não	0	1 Giro Gomes, durante leitura de manifesto

7 26/09/22	TSE estreita diálogo com órgãos de segurança para prevenir violência na eleição	Não	0	1 Declaração anterior de Alexandre Moraes, presidente TSE 2 Uma fonte do tribunal envolvida nas discussões 3 Entrevista de Randolfe Rodrigues na quinta
8 26/06/22	Amazônia do mundo ou do Brasil? O que os presidenciáveis propõem para o maior bioma do país	Sim	1 Bernardo Verano, especialista em sustentabilidade e diretor socioambiental do Gruppo Nicoletti Holding 2 Humberto Angelo, engenheiro florestal e professor da UnB 3 Candidato Ciro Gomes à GP 4 Candidata Simone Tebet à GP	1 Dados do Inpe 2 Bernardo Verano, especialista em sustentabilidade e diretor socioambiental do Gruppo Nicoletti Holding 3 Humberto Angelo, engenheiro florestal e professor da UnB 4 Discurso recente de Bolsonaro na ONU 5 Discurso anterior de Bolsonaro na Cúpula das Américas 6 Plano de governo de Bolsonaro 7 Declaração recente de Lula 8 Declaração de Lula em encontro com representantes europeus 9 Em vídeo da campanha de Lula 10 Plano de governo de Lula 11 Ciro Gomes à GP 12 Simone Tebet à GP
9 26/09/22	Candidatos que tentam furar polarização buscam votos no Sudeste na última semana de campanha	Não	1 Juliana Fratini, cientista política e mestre em ciências sociais da PUC 2 Achilles Batista Ferreira Junior, professor e especialista em marketing político	1 Informação da assessoria de Ciro 2 Coordenação de campanha de Simone Tebet 3 Dados da pesquisa BTG/FSB 4 Juliana Fratini, cientista política e mestre em ciências sociais da PUC 5 Achilles Batista Ferreira Junior, professor e especialista em marketing político 6 Dados pesquisa Datafolha
10 26/09/22	Presidenciáveis prometem benefícios generosos sem indicar fontes de recursos	Não	1 Alexandre Chaia, economista e professor do Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper) 2 Leandro Gabiati, doutor em ciência política Consultoria Tendências	1 Leandro Gabiati, doutor em ciência política Consultoria Tendências 2 À CNN, uma fonte da campanha disse 3 Publicação no Twitter no perfil “Lulaverso” 4 Também no “Lulaverso” foi divulgado 5 No começo de setembro, em ato de campanha, o candidato prometeu 6 Na quarta-feira passada o petista prometeu 7 Em propaganda eleitoral transmitida em 8 de setembro, a campanha de Bolsonaro 8 Outra promessa tem sido repetida durante a campanha 9 Em entrevistas recentes 10 propaganda eleitoral da campanha de Bolsonaro anunciou 11 Ciro tem explicado em entrevistas

				à imprensa 12 Em entrevistas posteriores ela passou a explicar 12 Outro compromisso assumido pela emedebista durante a campanha 13 Soraya Thronicke passou a afirmar 14 Desde o final de agosto, a candidata também tem prometido 15 Alexandre Chaia, economista e professor do Instituto de Ensino e Pesquisa (Insper)
11 26/09/22	Quais são as regras para o uso de celular nas seções eleitorais	Não	0	1 Segundo o TSE
12 26/09/22	Quais são as regras do TSE para o porte de arma de fogo no dia da eleição	Não		1 De acordo com a nova redação da resolução 23.669/2021 do TSE 2 De acordo com a Justiça Eleitoral
13 26/09/22	Padre Kelmon contesta afirmação de que não tem vínculo com Igreja Ortodoxa	Não	1 Caio Queiroz, padre representante do patriarcado de Antioquia no Brasil, disse à reportagem 2 Paulo Gonet, vice-procurador-geral eleitoral	1 Nota da Igreja Sirian Ortodoxa de Antioquia no Brasil, passou a circular nas redes sociais 2 Campanha de Padre Kelmon disse à GP 3 Na última semana, a arquidiocese da ordem emitiu uma nota 4 Caio Queiroz, padre representante do patriarcado de Antioquia no Brasil, disse à reportagem 5 Em um documento enviado à reportagem 6 Paulo Gonet, vice-procurador-geral eleitoral
14 26/09/22	Ipec: Confirma nova rodada da pesquisa para presidente da República	Não	0	1 Dados da pesquisa Ipec
15 26/09/22	Como serão os últimos dias de campanha de Lula antes do primeiro turno	Não	0	1 De acordo com integrantes do PT 2 Disse Lula, no fim de semana, comício no RJ 3 Dados do TSE 4 Disse Lula durante ato com apoiadores em SP 5 Felipe Neto publicou nas redes sociais uma foto ao lado de Lula 6 Aliados de Lula acreditam 7 Grupo da campanha batizado de "Verdade na Rede" no Telegram 8 Diz uma das mensagens 9 Líderes petistas acreditam 10 Dados pesquisa FSB 11 Dados pesquisa Ipespe
16	Corregedor da Justiça	Não	1 Benedito Gonçalves,	1 Benedito Gonçalves, corregedor-

30/09/22	Eleitoral diz que auditoria do PL sobre urnas tenta desacreditar eleição		corregedor-geral eleitoral	geral eleitoral 2 Informou a Folha de S. Paulo 3 Nota oficial do TSE
17 30/09/22	Salário, estatais, reformas e mais: o que candidatos propõem para 15 temas econômicos	Não	0	1 Planos de governo de Bolsonaro, Ciro, Lula e Simone Tebet 2 Em abril, Ciro disse 3 O plano de governo não menciona este ponto, mas a candidata fala 4 O programa de governo não trata da questão. Publicamente, o candidato tem defendido 5 Em campanha, o candidato diz 6 O atual presidente já indicou 7 Defendeu, em campanha 8 Cita pesquisa BTG/FSB
18 01/10/22	Nova rodada da pesquisa Atlas mostra números da corrida presidencial	Não	0	1 Dados pesquisa Atlas divulgada pela CNN
19 01/10/22	Nova pesquisa CNT/MDA mostra números da corrida presidencial	Não	0	1 Dados da pesquisa MDA/CNT
20 01/10/22	Cobrança de mensalidade em universidades públicas é tema “esquecido” por presidencialistas	Não	1 Bruna Brelaz, presidente da UNE	1 Cita pesquisa FSB e Ipespe 2 A GP entrou em contato com quatro candidaturas e recebeu o retorno de Tebet 3 Os defensores da iniciativa alegam 4 Quem é contra a cobrança de mensalidades diz 5 Fala anterior de Alckmin, vice de Lula, recuperada pela oposição 6 PEC apresentada pelo deputado General Peternelli 7 Relatório de Kim Kataguiri divulgado em maio 8 Bruna Brelaz, presidente da UNE 9 Planos de governo dos candidatos
21 01/10/22	Ipespe: confira nova pesquisa de intenção de voto para presidente	Não	0	1 Dados pesquisa Ipespe
22 01/10/22	Quais são as propostas dos presidencialistas para desburocratização e governo digital	Não	0	1 Cita pesquisa FSB/BTG 2 Planos de governo dos candidatos 3 Texto publicado em 2018 pela GP 4 Plano de governo de Bolsonaro 5 Hoje, segundo o governo 6 Lula em discurso de posse de seu segundo mandato, em 2007 7 A Confederação Nacional da Indústria cobrou publicamente em 2006

				8 Programa de governo de Lula 9 Plano de governo de Ciro 10 Plano de governo de Simone Tebet
23 01/10/22	TCU vai conferir 4 mil boletins de urna e fiscalizar a auditoria das Forças Armadas	Não		1 Nota à imprensa do TCU 2 Bruno Dantas, ministro do TCU, tem apresentado 3 Dione Mary de Cerqueira Barbosa, secretária do TCU, em ofício do dia 21 4 os militares ainda avaliavam 5 Entrevista recente de Alexandre Moraes, presidente TSE
24 01/10/22	TSE emite relatório 'zerésima' e comprova que não há votos prévios nas urnas eletrônicas	Não	1 Júlio Valente, secretário de TI do TSE	1 De acordo com o TSE 2 Júlio Valente, secretário de TI do TSE
25 01/10/22	Ipec: Confirma nova rodada da pesquisa para presidente da República	Não		1 Dados pesquisa Ipec
26 01/10/22	Datafolha: confira os números da nova pesquisa para presidente da República	Não		1 Dados pesquisa Datafolha
27 01/10/22	O que o TSE fez para aumentar a confiança nas urnas eletrônicas	Não		1 Informações do TSE
28 01/10/22	Lula encerra campanha e diz que festejará qualquer que seja o resultado do 1º turno	Não	0	1 Lula em coletiva de imprensa
29 01/10/22	Bolsonaro ou Lula? País chega ao 1.º turno polarizado e com dois projetos para escolher	Sim	1 Christian Lohbauer, cientista político 2 Paulo Kramer, cientista político da Fundação da Liberdade Econômica 3 Lucas Azambuja, sociólogo e professor do Ibmecc-BH	1 Declaração antiga de Bolsonaro à GP 2 Christian Lohbauer, cientista político 3 Paulo Kramer, cientista político da Fundação da Liberdade Econômica 4 Lucas Azambuja, sociólogo e professor do Ibmecc-BH
30 01/10/22	Genial/Quaest: veja a nova rodada da pesquisa para presidente	Não	0	1 Dados pesquisa Genial/Quaest
31	Ipec mostra como está	Não	0	1 Dados pesquisa Ipec em 16 estados

01/10/22	a disputa para presidente da República em 16 estados na véspera das eleições			
32 01/10/22	Bolsonaro diz confiar em vitória no 1º turno “com margem superior a 60%” dos votos	Não	0	1 Bolsonaro em transmissão ao vivo na internet