

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO

JULIA ALVARENGA MARQUES

**FLUXOS DESINFORMATIVOS NO TWITTER: DISPUTAS NARRATIVAS E  
PERFORMÁTICAS EM TORNO DA VACINA DE COVID-19**

UBERLÂNDIA

2023

JULIA ALVARENGA MARQUES

**FLUXOS DESINFORMATIVOS NO TWITTER: DISPUTAS NARRATIVAS E  
PERFORMÁTICAS EM TORNO DA VACINA DE COVID-19**

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Jornalismo no ano de 2023.

Orientação: Prof. Dr. Nuno Manna

Co-orientação: Prof. Dr<sup>a</sup>. Nicoli Tassis

UBERLÂNDIA

2023

## Agradecimentos

Dizem que quanto mais velho a gente fica, mais rápido o tempo passa. Por vezes, os acontecimentos nos atravessam voando, mas não as pessoas. Elas nos marcam e deixam rastros que levamos conosco para o resto da vida. É a partir desse conjunto de pessoas que consegui chegar onde cheguei e escrever o que escrevi. É por elas que faço, por elas que sigo, por elas que luto.

Esse trabalho é para as minhas Vózinhas. O apoio delas desde sempre foi imensurável. A minha felicidade é a delas e a delas é a minha. Suas alegrias ao me verem construir um futuro são uma das minhas maiores motivações. Todos os dias, busco dar orgulho a elas. Obrigada Vovó Lucy, Vovó Luísa e Vovó Mônica.

Esse trabalho é pra quem está comigo todos os dias, a família “de casa”. Mãe e Pai, pra mim é um alívio poder recorrer a vocês com minhas dúvidas e ser acolhida com carinho. O caminho que vocês trilharam me inspira. Eu tenho orgulho em ser filha do Cristiano e da Maria.

Precisamos de um espaço separado para minha luz, minha irmã. Ela é a razão pela qual busco ser a melhor pessoa que consigo ser. Você, Isabella, me lembra todos os dias o quão grande é meu amor por você e como eu faria de tudo pela sua felicidade. Você me ilumina, principalmente nos momentos em que eu mais preciso. Esse trabalho é especialmente para você, Isinha.

E também é para o meu amor. Aquele que me acompanhou desde o início, que fez questão de ler minhas palavras e me ajudar em todo o processo. Foi você que viu os medos, os erros e as preocupações, assim como as felicidades, as vitórias e as comemorações. Nunca esperei receber tanto carinho de alguém como recebo de você. Obrigada, Pedro, por estar ao meu lado e me incentivar a entregar o melhor de mim.

Me sinto muito sortuda em poder contar com amigos que me apoiaram nesse processo. Olívia, minha companheira de vida e de pesquisa, quem eu seria sem você do meu lado? Obrigada por me ouvir, por estar comigo e por compartilhar erros e acertos durante a escrita deste trabalho. E também um grande obrigada a todos que me acompanharam neste percurso, seja de perto ou de longe. Vocês têm espaço especial no meu coração. Obrigada por todos os instantes juntos.

À minha família materna e paterna, também dedico este trabalho. São eles que me apoiam desde pequenininha a seguir meu próprio caminho. Meu sonho de ser jornalista foi celebrado por vocês e agora finalmente posso concretizá-lo. Obrigada por sempre torcerem por mim.

Um enorme obrigada ao meu orientador Nuno. As vezes sinto que ganhei na loteria acadêmica por encontrar um orientador tão bom quanto você. Obrigada por ser minha base e por me guiar nos caminhos acadêmicos. Nicoli, minha co-orientadora, também foi uma figura muito importante nesse processo. Obrigada por se dispor a entrar nessa jornada comigo e ser tão prestativa. Agradeço aos dois por me possibilitarem entrar no grupo de pesquisa Narra e reviver meu amor pela pesquisa. Obrigada ao João, que também é membro do Narra, por participar dessa aventura que é o começo da minha carreira acadêmica.

Foi um desafio escrever essa monografia mas graças a todos vocês, aqui estamos. Só tenho a agradecer.

ALVARENGA, Julia. **Fluxos Desinformativos No Twitter**: disputas narrativas e performáticas em torno da vacina de covid-19. 73 p. Monografia (curso: Jornalismo). Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2023.

### **Resumo**

O presente trabalho busca compreender os fluxos desinformativos presentes no Twitter sobre a suposta existência de chips nas vacinas contra covid-19. Para esta pesquisa, discute-se, a partir da perspectiva da narrativa e da performance, a credibilidade nos processos comunicacionais em torno dos fluxos audioverbovisuais existentes em ambiências digitais, com enfoque no contexto de desinformação no Twitter. Na análise, os conceitos são articulados por meio da performance do usuário da rede na coleta de tuítes sobre o tópico estudado, com o objetivo de explorar qualitativamente os fluxos encontrados no ambiente digital. O trabalho navegou nos emaranhados de imagens, sons e textos que consumimos nas redes sociais enquanto tramas audioverbovisuais em trânsito permanente. Em oposição ao jornalismo moderno e ocidental, em que a objetividade jornalística é defendida como essencial para o dever de informar a sociedade de maneira nua e crua, reconhecemos a subjetividade do fazer jornalístico, bem como a fluidez e relacionalidade do conceito de verdade, elementos que fazem parte da construção da credibilidade. Consideramos o digital como um entorno comunicativo sem início ou fim, pois representa um elemento constitutivo das interações e vivências humanas. Por meio da investigação, é possível compreender que a desinformação é composta por conteúdos que mimetizam o jornalismo, mas essa é apenas uma das estratégias encontradas na pesquisa, que está ao lado de fluxos que contribuem para a desinformação a partir de relações estabelecidas na rede, por uma pluralidade de questões como políticas, religiosas e até mesmo através da ironização da temática. Portanto, os fluxos desinformativos compõem os processos comunicacionais e são interpretados em suas relações cultural, temporal e historicamente estabelecidas.

**Palavras-Chave:** Desinformação; Credibilidade; Narrativa; Performance; Covid-19.

## **Abstract**

The present work seeks to understand the disinformation flows present on Twitter regarding the alleged existence of microchips in covid-19 vaccines. For this research, credibility in communication processes surrounding the audioverbalvisual flows in digital environments is discussed from the perspective of narrative and performance, with a focus on the context of disinformation on Twitter. In the analysis, the concepts are articulated through the performance of network users in collecting tweets on the topic under study, with the aim of qualitatively exploring the flows found in the digital environment. The work navigated through the tangles of images, sounds, and texts that we consume on social media as ever-transient audioverbalvisual narratives. In contrast to modern western journalism, where journalistic objectivity is advocated as essential to the duty of informing society in a straightforward manner, we recognize the subjectivity of journalistic practice, as well as the fluidity and relational nature of the concept of truth, elements that are part of credibility construction. We consider the digital realm as a communicative environment without a beginning or an end, as it represents a constitutive element of human interactions and experiences. Through investigation, it is possible to understand that disinformation consists of contents that mimics journalism, but this is only one of the strategies found in the research, which is accompanied by flows that contribute to disinformation through network-established relationships, influenced by a plurality of issues such as politics, religion, and even through the use of irony. Therefore, disinformation flows are part of communication processes and are interpreted within their culturally, temporally, and historically established relationships.

**Keywords:** Desinformation; Credibility; Narrative; Performance; Covid-19.

## Sumário

<b>1 Introdução</b> .....	<b>9</b>
<b>2 De onde partimos?</b> .....	<b>14</b>
2.1 Narrativas jornalísticas .....	14
2.2 Performance .....	18
2.3 Credibilidade .....	21
<b>3 Para onde olhamos?</b> .....	<b>27</b>
3.1 Fluxos audioverbovisuais no contexto digital .....	27
3.2 Twitter.....	30
3.3 Desinformação .....	33
<b>4 O que analisamos?</b> .....	<b>37</b>
4.1 O chip na vacina.....	41
<b>5 Considerações finais</b> .....	<b>69</b>
<b>Referências</b> .....	<b>72</b>

## 1 Introdução

Mais de um século após a Revolta da Vacina<sup>1</sup>, passamos por mais um momento de desconfiança na ciência, pautado em boatos, falta de conhecimento e questões políticas. Enquanto em 1904 a população se recusou a tomar a vacina contra a varíola, em 2020 isso ocorreu com a vacina de covid-19, responsável pela pandemia cujo fim só viria a ser decretado cerca de 3 anos depois<sup>2</sup>, em maio de 2023, pela Organização Mundial da Saúde (OMS).

Se a Revolta do século XX envolvia rumores como o de quem se vacinava ganhava feições bovinas, agora no século XXI a vacina era responsável por nos transformar em jacarés. Apesar de similares em teoria, os dois fenômenos são extremamente diferentes, já que falamos de aspectos temporais e culturais distintos, principalmente em razão de um fator determinante: a internet.

A pandemia de coronavírus movimentou o mundo e foi pauta discutida diariamente nos jornais brasileiros. De acordo com dados do Sistema Único de Saúde (SUS) até maio de 2023, o país já acumula cerca de 37 milhões de casos de covid-19 e quase 703 mil mortos. Foram desenvolvidas vacinas que combatem a doença, estas que representaram a grande solução ao combate à covid-19 e resultaram na diminuição drástica de mortes nos locais em que foram amplamente aplicadas<sup>3</sup>.

Dados do consórcio de veículos de imprensa a partir de números fornecidos pelas secretarias estaduais de Saúde afirmam que mais de 500 milhões de doses de vacinas contra o coronavírus foram aplicadas em território brasileiro. De um total de mais de 200 milhões de brasileiros, cerca de 80% já tomaram duas doses ou a dose única da vacina. Entretanto, durante esses anos de pandemia, diversas notícias falsas sobre o vírus, e as formas de combatê-lo - como as vacinas, circularam pela internet. A agência Lupa, ao lado de outros veículos de comunicação, realizaram de maneira incansável a checagem de informações relacionadas à pandemia em busca de combater a desinformação. Através do buscador da agência, encontramos mais de 70 notícias de checagem apenas sobre vacinas, por exemplo.

---

<sup>1</sup> <https://portal.fiocruz.br/noticia/cinco-dias-de-furia-revolta-da-vacina-envolveu-muito-mais-do-que-insatisfacao-com-vacinacao>

<sup>2</sup> <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>

<sup>3</sup> <https://www.cnnbrasil.com.br/saude/estudo-vacinas-evitaram-quase-20-milhoes-de-mortes-por-covid-no-1o-ano-das-campanhas/>

Diante dessa conjuntura preocupante, é essencial que as pesquisas busquem entender como chegamos a um número de casos e mortes tão expressivos e a comunicação deve assumir as responsabilidades enquanto parte desse cenário. A pandemia trouxe consigo uma série de desafios e incertezas, e a rápida disseminação de informações falsas pela internet e nas redes sociais<sup>4</sup> se tornou um obstáculo significativo na luta contra a doença.

As movimentações de notícias falsas cresceram nos últimos anos em razão das dinâmicas estabelecidas pela internet e principalmente pelas redes sociais, mas também pela construção da narrativa que os veículos de comunicação não nos informam a verdade, discurso frequentemente propagado pelo ex-presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores, ao exemplo da associação da vacina de covid-19 à Aids. As críticas à mídia e tentativas de boicote à imprensa foram constantes nos quatro anos de mandato do governo Bolsonaro e criaram um imaginário de desconfiança no jornalismo por parte da população.

É importante que nós, enquanto jornalistas, reforcemos a relevância da comunicação e da disseminação de informações baseadas em veridicidades, estimulando o pensamento crítico sobre um cenário tão complexo em suas disputas culturais, políticas e nas próprias contradições do jornalismo. A pesquisa em questão elucida um dos diversos movimentos que vem acontecendo na mídia e enfatiza a necessidade de que profissionais da comunicação acompanhem e se adaptem a essa realidade em constante mudança.

O mundo em que nos inserimos - onde o digital não tem início ou fim, mas é o meio em que nos encontramos - permite que a comunicação seja cada vez mais ampla e utilize de conexões múltiplas para compartilhar informações em todos os cantos do planeta. Não somente os veículos de comunicação detém a informação, mas toda a população tem a possibilidade de participar ativamente dos processos comunicativos.

Seguindo esse raciocínio, entendemos que a internet é um meio em que é possível enxergar uma multiplicidade de vozes, onde cientistas, jornalistas, celebridades e pessoas comuns compartilham e disputam o mesmo território. Especialmente no período da pandemia de covid-19, as ditas “*fake news*” ocuparam grande espaço no debate sobre maneiras de lutar contra o coronavírus e impactaram

---

<sup>4</sup> Utilizamos a terminologia “redes sociais” porque reconhecemos esses espaços enquanto locais de interação, de relacionamento, não somente de exposição de conteúdos.

diversas decisões políticas feitas pelo governo do país, visto que a desinformação foi disseminada das mais diversas maneiras.

Nos deparamos, então, com uma onda de desconfiança e anti cientificismo. Essas dinâmicas se materializaram especialmente em aplicativos de mensagens como WhatsApp e em redes sociais como Instagram e Twitter. Neste último, encontramos de maneira mais evidente as relações supracitadas, onde notícias e informações são publicadas por diversas pessoas, sejam elas fontes confiáveis ou não.

Com esses elementos em vista, buscamos, nesta monografia, compreender melhor os fluxos desinformativos presentes no Twitter, a partir de uma análise específica sobre conteúdos relacionados à presença de chip nas vacinas de covid-19, um boato que reverberou desde 2020 e ainda é repercutido até os dias de hoje com novos conteúdos e fabulações. Reconhecemos as complexidades da rede e a presença de uma gama de narrativas constituídas culturalmente, por isso respeitamos os fluxos e navegamos entre os conteúdos como os usuários da rede para a realização desta análise, de maneira a atingir conclusões mais assertivas e coerentes com uma rede social extremamente dinâmica.

Nessa pesquisa, propomos entender de que maneira as narrativas e performances colocam relações de credibilidade em disputa, tendo em vista os fluxos verboaudiovisuais sobre a vacina da covid-19 no Twitter. Portanto, ao identificar quais são esses fluxos, como eles se relacionam com a credibilidade e de que maneira contribuem para o cenário de desinformação, compreendemos um pouco mais sobre as dinâmicas que acontecem no Twitter, que incluem aspectos culturais, históricos, estéticos, temporais, entre outros.

A investigação é composta por diversos tuítes encontrados por meio da busca por palavras-chave no Twitter, mas, para desenvolver a análise crítica, elencamos apenas alguns para elucidar as descobertas em relação aos processos comunicacionais. Incluímos conteúdos publicados em qualquer momento desde o início da pandemia até os dias atuais, pois consideramos que as dinâmicas não se resumem apenas a um recorte temporal, assim como são narrativas produzidas por todos os tipos de usuários da rede e aparecem de maneiras diferentes.

A partir da observação sobre os processos comunicativos em torno da desinformação sobre covid-19 no Twitter, vamos explorar as narrativas sobre a temática, compreender as relações entre performance e a credibilidade, contribuindo

para a discussão de *fake news* no cenário brasileiro. Analisar a construção da credibilidade no processo comunicativo e demonstrar como isso é performedo nas narrativas sobre as vacinas contra coronavírus no Twitter. A pergunta que nos norteia é: De que maneira se materializam os fluxos desinformativos no Twitter e como eles se relacionam com a performance da credibilidade?

Apoiando-se nos estudos de narrativa e performance, o trabalho surge com o objetivo de estimular curiosidades e inquietudes, indo contra entendimentos simplistas sobre os processos comunicacionais. Não pretendemos sintetizar as ações analisadas e encontrar uma conclusão fechada, mas, considerando as multiplicidades, propomos entender as dinâmicas que se estabelecem no universo contemporâneo da comunicação.

No primeiro capítulo, “De onde partimos?”, buscamos apresentar as bases conceituais que norteiam a pesquisa. Dividimos em três subtópicos: “Narrativas jornalísticas”, “Performance” e “Credibilidade”, onde, em cada seção, nos debruçamos nos conceitos enquanto importantes embasamentos teóricos para o estudo. “Para onde olhamos?”, o segundo capítulo, busca trazer as temáticas relacionadas ao fenômeno particular do trabalho, os fluxos desinformativos sobre vacina de covid-19 no Twitter. Por isso, também temos três subtópicos: “Fluxos audioverbovisuais no contexto digital”, “Twitter” e “Desinformação”.

Em seguida, o capítulo três é onde se encontram nossas discussões. “O que analisamos?” se debruça sobre o objeto de estudo e mostra qual o caminho metodológico que realizamos. Na subseção “Tem chip na vacina?”, mergulhamos no contexto desinformativo sobre a vacina no Twitter e analisamos a partir dos conceitos anteriormente mencionados. Por fim, as considerações finais fazem um apanhado geral do que foi desenvolvido e mostram as contribuições do trabalho para o campo da pesquisa e da comunicação sobre desinformação e credibilidade.

A pesquisa colabora com o fazer jornalístico, já que é papel da comunicação entender o cenário em que nos inserimos. Resumir o fenômeno das *fake news* simplesmente em notícias falsas, exime os jornalistas da sua responsabilidade no contexto desinformativo. Precisamos entender as complexidades presentes nas dinâmicas comunicativas, a fim de compreender e, se possível, combater de maneira mais efetiva a desinformação. A maneira como nos informamos atualmente não é a mesma que anos atrás, por isso, é necessário que os jornalistas acompanhem essa realidade. E é para contribuir com esse processo que desenvolvemos este estudo.

Durante minha jornada enquanto estudante de jornalismo, tive contato com diversas áreas, mas a que mais me interessou foi a comunicação científica. A partir de uma experiência como estagiária para a Divisão de Divulgação Científica do setor de Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), pude trabalhar com ciência de maneira muito próxima. Juntamente com a vontade de me desenvolver enquanto pesquisadora, entrei para o Grupo de Pesquisa Narra, que estuda Narrativa, Cultura e Temporalidade no campo da Comunicação. A iniciação científica que desenvolvi abordou a performance de cientistas, analisando três principais nomes da ciência na mídia atual, utilizando o recorte da pandemia de coronavírus.

A presente tese pretende continuar minhas contribuições para os campos da narrativa, cultura, temporalidade e dos estudos performáticos, assim como da comunicação de ciência e pesquisas sobre ambientes digitais. Busco ampliar a discussão sobre disseminação de notícias falsas e o papel da internet nesse processo, realizando um debate a partir da perspectiva narrativa de pesquisa. Sobretudo, viso desenvolver um debate interseccional entre as duas áreas de pesquisa, incentivando novos estudos a estabelecerem relações em torno dos processos comunicacionais.

## 2 De onde partimos?

Neste trabalho, de modo geral, nos guiamos pelos estudos narrativos e de performance, de maneira entrelaçada, na tentativa de compreender as dinâmicas presentes em ambiências digitais a partir de conteúdos audioverbovisuais. A discussão da credibilidade também é um grande pilar para o estudo. Para iniciar, buscamos trazer um panorama geral sobre as três vertentes e mostrar a partir de qual perspectiva desenvolvemos a pesquisa.

### 2.1 Narrativas jornalísticas

Ao falarmos sobre narrativa, a associação mais comum é a que remete a ficção e às histórias como um todo, entendida de maneira linear e fortemente vinculada às formas de se contar histórias. Frequentemente confundida com o aspecto ficcional, a narrativa é resumida, muitas vezes, à ideia de invenção e de uma construção fraudulenta, desta forma, sendo entendida como manipulativa. Sua deslegitimação enquanto processo de comunicação faz com que o termo “narrativa” seja visto de maneira simplória, colocando em risco a capacidade social de compreender suas características, bem como potências e limitações (MANNA, 2020). Entretanto, não devemos considerar a narrativa como fundada em um caráter superficial.

Isso não significa ignorar as fabulações e as relações de poder em disputa, as fragilidades e contradições das narrativas que construímos; ao contrário, significa apreender essas características como partes sempre constitutivas desse processo. Qualquer crítica da narrativa que se julga acima dessas disputas incorre no (esse sim) perigoso engodo da neutralidade ideológica. (MANNA, 2020, p.46).

Partindo das ideias de Agnes Heller, Bruno Leal (2022) afirma que contar uma história significa estar no mundo. Aqui, enxergamos o narrar como uma maneira em que as experiências são organizadas e compartilhadas. É uma forma de dar sentido ao mundo, aos acontecimentos e às pessoas, contribuindo para as dinâmicas de relações culturais e também das experiências humanas.

Nós vivemos simultaneamente diversas narrativas, seja exercendo papéis de protagonistas, coadjuvantes ou de meros observadores. Ao enxergar o cotidiano como heterogêneo e hierárquico, estratégico e tático, habitual e criativo, conseguimos

compreender um pouco mais as narrativas como um recurso que nos ajuda a entender, interpretar e agir diante das multiplicidades existentes.

A narrativa oferece uma resposta às aporias do tempo e da vida sem efetivamente solucioná-las, ou seja, dar-lhes um ponto final ou explicá-las a partir de relações de causa e efeito, totalizadoras etc. Porque essa solução é provisória, continuamos então a contar histórias. (LEAL, 2022, p.36).

A partir dessas dinâmicas, conversamos com a temporalidade, historicidade e especialmente a cultura, visto que “os modos de conformação das experiências temporais e espaciais são parte das relações de poder que constituem as relações e os mundos humanos e se caracterizam pelos seus embates e contradições”. (LEAL, 2022, p.28).

Vamos de encontro à ideia de que informação é pura e imparcial, pois o ato de narrar carrega um teor opinativo e contrário a essa posição pragmática muitas vezes adotada pelo jornalismo. A notícia, por exemplo, mesmo que seguindo fórmulas rígidas do jornalismo tradicional, é por si mesma uma narrativa.

Se, como dizem os estadunidenses Kovach e Rosenstel (2003), o jornalismo opera uma concepção “pragmática” da verdade (ou seja, não baseada em um conceito filosófico ou científico específico), o reconhecimento de seu vínculo com a narrativa explicita as tensões que envolvem a verificação, a autenticidade e mesmo a legitimidade das histórias que nos conta. (LEAL, 2022, p.44).

Os estudos de narrativas têm como um de seus principais nomes o francês Paul Ricoeur, que propôs o conceito de tríplice mimese. Para o autor, existem três mimesis, a primeira delas sendo o substrato ético-cultural, aquele dos “mundos prefigurados”, ou seja, das condições que tornam possível qualquer narrativa. A segunda mimese é o mundo narrativo ou configurado, que representa essa seleção de elementos existentes na realidade, quando combinados para produzir uma história.

Por fim, a terceira mimese é o mundo refigurado, onde, ao ouvirmos a história, a colocamos na nossa realidade e a tornamos nossa, ou seja, a refiguramos - mesmo que seja para esquecer-la ou lembrá-la para sempre. O conceito de tríplice mimese é importante para a análise sob a perspectiva narrativa porque deixa claro que narrar não é um ato preto e branco, mas que possui muitos elementos que ajudaram em sua construção e que não são finitos, pois contamos histórias porque já refiguramos muitas outras.

É a partir dessa perspectiva não-linear que entendemos os processos comunicacionais aqui estudados: narrar é um ato comunicacional.

No instante que começo a narrar uma história, continuo sendo parte de outras que se desenvolvem na realidade cultural; “eu” só posso narrar porque estou, no próprio ato criativo de compor uma narrativa, refigurando algumas das histórias com as quais tive contato. Quem (seja uma pessoa ou uma empresa, por exemplo) conta uma história é também um “destinatário” dessa mesma narrativa, pois interage com o mundo configurado no exato instante em que ele é posto em cena. (LEAL, 2022, p.34).

Indo além, consideramos a narrativa como mediação da experiência do tempo. Aproximando o narrar e a dimensão histórica concebida por Ricoeur, a narrativa é relacionada às intrigas articuladoras do tempo e o espaço de experiência é composto por fontes de sentidos e verdades, configurando o agir no presente. Assim, o consideramos vivo e histórico, pois possibilita a constante refiguração do passado e do futuro, compreendendo que o narrar, ou seja, o esforço em configurar a experiência do tempo, resulta desta ação (LEAL; GOMES; RIBEIRO, 2017).

Compreendemos o presente não apenas como aquilo que vivenciamos no momento, mas o que carregamos do passado e também o que esperamos do futuro. O entrelaçar dos tempos é parte importante do entendimento do presente e, a partir da consciência histórica que o sujeito se percebe impactado pelo tempo, sendo capaz de dar sentido ao que já foi e criar expectativas sobre o que virá.

Reduzir problemas da historicidade dos processos comunicacionais ao presentismo é ignorar as dinâmicas de temporalidade e narrativa, por isso, “pensar historicamente atos comunicacionais (jornalísticos, por exemplo) significa reconstruir, interpretar, dar um sentido presumido a essas questões numa dimensão espaço-temporal”. (LEAL; GOMES; RIBEIRO, 2017).

De acordo com Nuno Manna (2020), a sensação de estar presente simultaneamente em vários lugares faz parte das dinâmicas atuais de narrativas midiáticas que constituem a vida cotidiana por meio dos dispositivos da era digital. Na sociedade contemporânea, a mídia assumiu o lugar de narradora dos fatos históricos e essas narrativas têm passado por um processo de capitalização.

Nos inserimos em um contexto político, econômico e social contemporâneo onde a narrativa é enxergada instrumentalmente, ou seja, é utilizada para fins estratégicos e adquirem grande relevância no debate. A partir desse panorama, entendemos que, através do *storytelling* em áreas como marketing e coaching, as narrativas se conectam com uma ocorrência frequente e de grande amplitude: a propagação de notícias falsas pela internet, em que o autor comenta que “Fenômenos

como esses possuem papel crucial na maneira como antigos dilemas em torno das noções de verdade e de fato se atualizam nos modos como compreendemos a realidade e a história por meio de narrativas”. (MANNA, 2020, p.41).

Desta forma, a desinformação disseminada hoje é atravessada por diversas narrativas, cada qual com suas questões temporais, culturais, espaciais e corporais. De maneira a entender essa e outras relações entre as experiências humanas e o tempo, partimos do entrelaçar entre presente, passado e futuro, já que esses aspectos fundamentam a maneira com que as sociedades se concebem e se modificam - e apoiando-se nesses pontos que enxergamos a centralidade da comunicação nessas dinâmicas.

Um olhar complexificador sobre o tema na cultura das mídias envolve, de tal maneira, não apenas observar quais usos são feitos da narrativa ou qual a qualidade das histórias que circulam, mas tentar alcançar o que nossas narrativas contextualmente observadas dizem das nossas condições de compreender e agir sobre a nossa própria historicidade. (MANNA, 2020, p.50).

Portanto, é sob a perspectiva dos estudos narrativos que conseguimos encontrar maneiras para compreender o tempo histórico e os fenômenos da contemporaneidade, especialmente os jornalísticos, pois é uma área múltipla que é constantemente atravessada por disputas, contradições e mudanças ao longo de sua história.

O estudo dos processos comunicativos abre portas para entendê-los enquanto teatrais, por isso, de maneira a complexificar ainda mais nossa análise, também analisamos a forma com que os elementos são performados, mais especificamente a performance da credibilidade nas dinâmicas de desinformação. A performance se vincula à maneira com que fazemos intervenções no mundo e como transmitimos conjuntos de conhecimentos. Além disso, somado à narrativa, buscamos entender o elemento performático da existência humana, ou seja, o ser e existir das pessoas e de suas ações como forma de compreender os fluxos presentes nas redes sociais.

## **2.2 Performance**

Performar pode ser interpretar algo, alguém, ou simplesmente realizar uma ação. Fazer uma performance pode significar fazer um show ou se exhibir para o público. Porém, podemos ir um pouco além para compreender o que é esse conceito. Pela visão de Schechner (2006), performar marca questões identitárias, temporais, corporais e também conta histórias. Sejam artísticas, ritualísticas ou do próprio

cotidiano, as performances partem do pressuposto que são ações em que as pessoas treinam e ensaiam.

Assim, fica claro que, para realizar arte, isto envolve treino e ensaio. Mas a vida cotidiana também envolve anos de treino e de prática, de aprender determinadas porções de comportamentos culturais, de ajustar e atuar os papéis da vida de alguém em relação às circunstâncias sociais e pessoais. (SCHECHNER, 2006, p.3).

Mesmo ações do dia-a-dia como cozinhar, se vestir ou conversar com um conhecido são atos construídos a partir de comportamentos já vividos anteriormente, constituindo a ideia de “comportamentos duas vezes vivenciados” ou “comportamento restaurado” (SCHECHNER, 2006), conceito que reconhece o caráter ritualístico da vida cotidiana e suas repetições. Suas origens podem ser desconhecidas, perdidas no tempo ou até ignoradas, podendo ser de longa ou curta duração e abrangendo até gestos rápidos como um “tchau”. Este comportamento restaurado é a essência da performance.

Colocando em palavras próprias, o comportamento restaurado “sou eu me comportando como se fosse outra pessoa”, ou “como me foi dito para fazer”, ou “como aprendi”. Mesmo se me sentisse completamente como sou, atuando independentemente, apenas um pouco de investigação revelaria que as unidades de comportamento que contém meu “eu” não foram por “mim” inventadas. Ou, bastante ao contrário, posso experimentar ser “além do que sou”, “não eu mesmo”, ou “dominado” em transe. O fato de que existem múltiplos “eus” em cada pessoa não é um sinal de distúrbio, mas simplesmente o jeito como as coisas são. As maneiras como uma pessoa desenvolve sua própria vida estão conectadas com as maneiras como as pessoas vivenciam outras em dramas, danças e rituais. (SCHECHNER, 2006, p.8-9).

Porém, é importante lembrar que não devemos considerar os comportamentos como iguais, eles não são tais quais aqueles que os antecedem, por exemplo. Sua generalização pode ser feita a nível teórico quando tratamos sobre restauração do comportamento, mas de maneira prática, toda performance é específica e acontece a partir de aspectos históricos, culturais, temporais, corporais, entre outros.

Audiovisual em Rede, de Juliana Gutmann (2021), é um livro que propõe discutir as intrigas em torno do audiovisual que se articula em rede nas ambiências digitais, nas tessituras entre performances, narrativas, plataformas e sujeitos em suas expressões comunicacionais, inseridos em uma produção, circulação e consumo em fluxo. Em sua discussão sobre performance, a autora afirma que elas constituem identidades por meio de ações variadas que envolvem imitações, ensaios, repetições e treinamentos que são incorporados ao longo do tempo, se alteram e reconfiguram modos de agir. O acesso a essas desestabilizações da performance pode ser feito através da identificação de padrões e ações que se repetem, sendo esse o movimento

que constitui os comportamentos restaurados enquanto dimensão analítica das performances (GUTMANN, 2022).

A partir dessa complexidade de fatores e do entendimento que performar ocorre enquanto ação, interação, e relação, ou seja, se encontra no “entre”, podemos enxergar relações com a comunicação. A teatralização da performance se faz presente nas análises dos processos comunicacionais a partir de constantes acionamentos do corpo, como em fotos, sites e nas próprias redes sociais. Entretanto, discutir esse tópico vai muito além do cênico, mas também entender o que se faz, como se faz e em que contexto.

Ao debater o tema, buscamos pensar em performance enquanto uma episteme:

Ao reivindicar a performance como um “modo de conhecer”, portanto, um campo do saber, Taylor (2013) reconhece que “a abertura e a multivocalidade dos estudos de performance são um desafio administrativo” (p.36), na medida em que os limites disciplinares são constantemente tensionados e revistos, limitados e ampliados. Compreender as diferentes articulações e fenômenos relacionados à performance constitui um campo do saber e que requer métodos próprios na especificidade dos seus objetos. Temos aqui, portanto, a construção dos estudos de performance em seu estatuto interdisciplinar. (AMARAL; SOARES; POLIVANOV, 2018).

Ao trazer essa concepção para textualidades audioverbovisuais, observamos que os corpos que o atravessam e configuram materializam performances que se entrecruzam, conectam-se e constituem fluxos (identitários, temporais, geográficos, etc.) (GUTMANN, 2021), portanto, podemos considerar a performance como perspectiva para reflexão do fazer e consumir audioverbovisual em rede. Gutmann afirma que os estudos sobre performance vêm ganhando força em pesquisas sobre cultura pop, cultura digital e também estudos de gênero e

Apesar de reconhecerem o status polissêmico do conceito, esses autores e autoras argumentam a favor da produtividade da performance como agenciadora (em termos analíticos) do estudo dos processos de interação, de visibilidades, das disputas em torno das identidades que atravessam e constituem as ambiências digitais (nas palavras do nosso debate: que configuram nosso entorno tecnocomunicativo). (GUTMANN, 2021, p.82).

O corpo é assimilado como forma material primeira das mediações culturais/comunicacionais e é por ele que habitamos tempos e espaços, configurando as “figuras de identidades”, termo proposto por Martín-Barbero, que se fazem pelo jogo de relações e distinções, desta maneira, as performances podem ser pensadas como a dinâmica através do qual enxergamos essas relações (GUTMANN, 2021).

Schechner (2006) propõe que as transformações no campo do audiovisual, que consequentemente também são transformações das performances, são um processo que acontece continuamente de maneira repetida, dinâmica e simultânea de naturalizações e desnaturalizações, dominâncias e rupturas, de convenções e conflitos por novas convenções.

A performance, então, é definida por Gutmann (2021) como uma forma expressiva das memórias, ritualidades e identidades das sociedades, processos que se tornam ainda mais complexos nos ambientes digitais. Não reduzimos a performance apenas à observação de corpos e seus atos, mas compreendemos os processos de interação que esses corpos e suas incorporações movimentam, apostando no conceito de performance como episteme e entendendo que essa forma que se dá enquanto ação, um processo complexo de incorporação e interação.

[...] A performance vai adquirindo no campo das ciências sociais aplicadas, a forte influência da virada pragmática dos estudos de linguagem, que põe acento na situação e nos usos para os estudos dos processos de significação com franca valorização do lugar do receptor e do contexto comunicativo. John Longshaw Austin (1975) desempenhou importante papel nesse sentido ao valorizar a ação, no lugar da norma a priori, e a dimensão performática na relação com a linguagem, que será fundamental para os *performance studies*. (GUTMANN, 2021, p. 82).

A autora também menciona Judith Butler e Paul Zumthor, sugerindo uma abordagem para compreender o corpo como a essência material fundamental das interações culturais/comunicacionais. É através dele que experimentamos tempos e espaços, dando forma à expressão ou "figuras de identidades", conforme descrito por Martín-Barbero, que são sempre criadas por meio de um jogo de conexões e diferenças. As performances podem ser consideradas como o dispositivo, a dinâmica pela qual podemos observar essas interações (GUTMANN, 2021).

Apoiados nesse campo do saber, adentramos na jornada de desvendar os processos comunicacionais, onde a performance é operada, por exemplo, por 280 caracteres máximos de cada publicação no Twitter<sup>5</sup>. A utilização de palavras, sons, imagens e vídeos são maneiras de articular e de performar, que corroboram para a busca da compreensão das narrativas da comunicação e criam um imaginário da credibilidade, já que quando falamos sobre notícias e o próprio fazer jornalístico, a "verdade nua e crua" é aquela que as pessoas buscam, comprovada através de elementos que performam a credibilidade, seja ela real ou não.

---

<sup>5</sup> Nos tuítes analisados, era possível utilizar apenas 280 caracteres, mas hoje, para aqueles que compram o Twitter Blue, é possível chegar até quatro mil caracteres.

A teatralidade no modo de narrar e consumir informações estabelece relações complexas com a ideia de verdade nos debates em rede e, especialmente em uma era em que a comunicação se vincula à urgência de visibilidade, a performance se relaciona com a maneira com a qual os sujeitos compartilham conhecimentos, especulações e fabulações, ou seja, com a maneira pela qual eles se inserem nos processos comunicativos.

### **2.3 Credibilidade**

O jornalismo moderno e ocidental é historicamente cheio de disputas e contradições e defendido como simples e hegemônico, apoiando-se na ideia de que é dever daqueles que exercem a profissão entregar para a população uma informação puramente verdadeira e imparcial, ou seja, apenas os “fatos”. A partir da complexificação desse conceito e entendendo a presença de controvérsias, como isso é possível se os acontecimentos são narrados através da perspectiva dos sujeitos?

Encontramos, então, uma contradição estabelecida na relação entre notícia e a figura do jornalista. A dita “crise” do jornalismo surge em torno de disputas como essa, envolvendo fatores como os modelos de negócio da comunicação, questões políticas, a performance da verdade e a utilização da internet como agente importante nas dinâmicas jornalísticas. Nessa perspectiva, nos perguntamos: afinal, como lidar com os processos comunicacionais envolvidos na construção da credibilidade jornalística a partir desses questionamentos?

Pensando a credibilidade e a subjetividade jornalística pelo signo da catástrofe, Igor Lage e Valéria Vilas Bôas propõem entender o jornalismo como um rio para observar as tentativas de controlá-lo. A metáfora é proposta para refletir sobre o caráter temporal e contextual dessa disputa entre as margens e o curso, comparando o jornalismo ao fluxo do rio, que faz curvas e se transforma mesmo entre limites definidos.

A história que se costuma contar repetidamente sobre o jornalismo de tradição moderna e ocidental é, à primeira vista, linear, coerente, sem ranhuras ou disputas, como um rio cujo fluxo corre naturalmente entre margens bem definidas. Ao olhar para um rio, contudo, geralmente perdemos de vista o processo de definição do seu curso, de erosão em uma margem e depósito de sedimentos em outra para formação das curvas que se mostram na superfície. Tampouco vemos, inseridos no curso, sua nascente. (LAGES; VILAS BÔAS, 2020, p.149).

Os autores propõem, neste trabalho, olhar para as "práticas vivas" do jornalismo e de que maneira elas fazem parte da construção de um curso que transcenda o que o discurso dominante e hegemônico tenta impor. Por isso, é analisada uma iniciativa que discute aspectos relacionados à confiança jornalística. Existem muitos elementos que podemos elencar enquanto componentes da credibilidade. A partir de uma pesquisa realizada nos Estados Unidos e Europa, que consultou jornalistas, veículos midiáticos e o público consumidor de notícias, o The Trust Project<sup>6</sup> listou oito "indicadores de credibilidade".

Entre eles, temos desde o compromisso ético firmado pelo veículo de comunicação até questões informativas no próprio texto, como quem o escreveu, quais as fontes, como ocorreu a apuração e também o objetivo do texto, de maneira a entregar aos leitores (ouvintes ou telespectadores) um panorama mais completo sobre a notícia. Além disso, ainda é enfatizada a importância de mostrar diferentes perspectivas e estimular a participação do público como elementos constituintes da credibilidade.

Em uma análise deste projeto, Lage e Vilas Bôas (2020) buscam avaliar quais são as ferramentas de identificação do repórter propostas pelo *The Trust Project*, quais os argumentos que as justificam como reafirmadoras da confiabilidade do jornalismo e de que maneira elas se aproximam e se distanciam do discurso normativo da profissão. O artigo questiona a valorização da subjetividade do jornalista, já que as relações de autoridade em textos jornalísticos são marcadas por dinâmicas singulares e bastante afetadas pelo modelo estadunidense de produção de notícias, aquele em que a imparcialidade e objetividade são as principais preocupações.

Para esse modelo, especialmente naquelas narrativas noticiosas consideradas mais "factuais" (também chamadas de hard news), pouco importa quem é a pessoa que escreve o texto, pois entende-se que tais narrativas são representações textuais dos fatos, relatos imparciais e descomprometidos daquilo que aconteceu. Aqui, a assinatura do repórter aparece como um lugar pouco valorizado, um receptáculo vazio, no qual o nome que assina é um acessório de importância relativizada, pois a responsabilidade do texto – e, conseqüentemente, seu potencial de credibilidade – recai mais sobre a mídia que o público do que sobre o sujeito que o escreve. (LAGE, VILAS BÔAS, 2020).

É essencial que as complexidades da sociedade em que nos inserimos sejam levadas em consideração nas análises dos processos comunicacionais, inclusive a forma com que os sujeitos performam. No jornalismo, por exemplo, existe a

---

<sup>6</sup> <https://www.credibilidade.org/indicadores>

performance da figura do jornalista em si, bem como da verdade, da credibilidade e da estrutura jornalística audioverbovisual socialmente considerada como “regra”. Diante do reconhecimento de tantas variáveis, considerando que em nossas próprias vidas existem diferentes histórias, por que só no jornalismo seria necessária uma única verdade acima de tudo (e todos)? “Trata-se, portanto, da necessidade de se pensar não um jornalismo certo ou errado, tampouco um jornalismo relativizador, mas relacionado a um mundo comum possível e coerente com valores sociais mais justos e diversos.” (TAVARES, 2023, s/p).

O ideal de um jornalismo correto e isento foi construído a partir de elementos do âmago da comunicação, como os próprios formatos jornalísticos, onde, a partir das padronizações, desconsideram as dinâmicas de produção de sentido que estão envolvidas nos processos desde a produção até sua circulação, estabelecendo discursos fixos.

A padronização textual e os imaginários em constituição sobre um jornalismo moderno, objetivo e imparcial, são eixos que caminham juntos no ideário da profissão e da relação da sociedade com ela. Porém, tal ideia sobre “ser isento” significa assumir uma neutralidade perigosa; já que qualquer escrita, relato ou narrativa trazem consigo um autor, uma perspectiva de mundo e/ou linha editorial, um conjunto de interações subjetivas e sociais, um caldo cultural e contextual. (TAVARES, 2023, s/p).

A consolidação do padrão jornalístico otimizou a produção e o consumo de notícias, já que nos inserimos em um contexto capitalista, mas obteve como efeitos colaterais a facilitação de cópias, abrindo espaço para o surgimento de paródias, mimetizações amadoras e relatos noticiosos inverídicos, de forma a reproduzir o formato jornalístico (CASADEI; PAGANOTTI, 2020).

A presunção de imparcialidade da imprensa tradicional se enraizou nas técnicas da escrita jornalística, que supostamente obedece a padrões de narrativas, estratégias textuais e proposição de discursos. Essas regras estão diretamente ligadas às características culturais de cada espacialidade e temporalidade, e formam um sistema de escrita amplamente utilizado mesmo sem reconhecimentos formais.

A escrita jornalística, entendida nesses termos, não é senão um conjunto de características formais padronizadas e historicamente marcadas que transformam um acontecimento acontecido em um acontecimento narrado de acordo com certas regras de escrita anteriormente postas. (CASADEI; PAGANOTTI, 2020, p.263).

Desta maneira, além de narrativas jornalísticas serem impactadas pela figura subjetiva de quem escreve as notícias, também se vêem presas pelas amarras da prática jornalística, nos levando a entender que o jornalista, na verdade, organiza

diversos códigos na produção de conteúdos. As narrativas não dizem respeito apenas a uma reprodução pura de acontecimentos, mas de uma “construção complexa que envolve os códigos socialmente compartilhados que dotam uma estória de sentido e que são atualizados em um texto particular” (CASADEI; PAGANOTTI, 2020). Narrativas, estas, que atravessam necessariamente os sujeitos que as configuram e, conseqüentemente, suas performances - que indicam as maneiras pelas quais existimos e estamos no mundo.

Nesse emaranhado, a autoridade do discurso jornalístico, ou seja, sua credibilidade, utiliza de estratégias discursivas fundamentadas em códigos de narrativas socialmente válidas, na tentativa de se firmar enquanto crível. Uma das táticas que encontramos especialmente na internet é a validação a partir de republicação de uma matéria, por exemplo. Ao fazer isso, o autor, dependendo de sua posição e considerando as diversas possibilidades de alcance, “concede credibilidade” àquilo que compartilha e recebe reconhecimento nas redes sociais, assim como, ao reverberar um conteúdo, as redes sociais “concedem credibilidade” para a informação (RECUERO, 2009, p.12).

Raquel Recuero e Elisa Stumpf (2021) desenvolveram uma pesquisa sobre o discurso desinformativo no Twitter específico de vacinas de covid-19. Referenciando Van Leeuwen (2007), as autoras listam quatro principais estratégias de legitimação do discurso: autorização, avaliação moral, racionalização e mitopoesia. A primeira tática, autorização, diz respeito a utilização da sua figura pessoal ou de posições institucionais, por exemplo, para reafirmar o conhecimento. A partir de comprovação de capacidade ou de comportamento exemplar, o sujeito “ganha” o direito de ter credibilidade, assim como mencionado no último parágrafo.

Já a avaliação moral, estratégia dois, trata sobre valores morais aludidos no discurso, como na utilização de adjetivos que carregam em si valores. Próxima a ela, a número três, racionalização, onde as questões morais continuam implícitas, dando destaque ao esforço em atestar práticas fazendo referência aos seus objetivos e efeitos. Enfim, a mitopoesia, a última tática, propõe a criação de narrativas em que existem recompensas àqueles que têm atitudes consonantes com as normais sociais e que evidenciam as conseqüências negativas de não as realizarem.

O estudo desenvolvido por Recuero e Stumpf discute os modos pelos quais a desinformação busca legitimação no Twitter, especificamente sobre a vacina de

coronavírus. As táticas de legitimação foram encontradas nos tuítes analisados pelas autoras e foram importantes para desvendar as práticas presentes nessa rede social.

Essas estratégias são relevantes porque auxiliam a compreender como determinados discursos podem ser legitimados no espaço da mídia social. Em nosso caso, buscamos entender como elas se manifestam no e servem de suporte ao discurso desinformativo sobre as vacinas contra o vírus causador da covid-19". (RECUERO; STUMPF, 2021, p.118).

A legitimação se relaciona com o próprio conceito da verdade, portanto, a credibilidade é estabelecida a partir de métodos como as estratégias da legitimação. A verdade, de acordo com Cantuário (2020), é um feito humano, fortalecido por atos comunicacionais. Assim, entendemos, a partir dos elementos apresentados, que ela não se reduz a uma coisa específica, mas se insere em sistemas compostos por discursos, técnicas, maneiras de apropriações e sanções do que é considerado verdadeiro, representando uma entre as diversas ideias produzidas por diferentes sociedades, em diferentes momentos da história, com diferentes propósitos e diferentes resultados.

A credibilidade é, então, o principal capital simbólico do jornalista (SODRÉ, 2019) e acontece a partir de um "pacto" entre o profissional e o leitor, estabelecido de maneira implícita, impessoal e induzido pelo simbolismo da objetividade que, como discutido, tem raízes fincadas na cultura jornalística. A "verdade" jornalística não se posiciona enquanto oposição à desinformação, já que também é uma estratégia discursiva que "é capaz de distorcer fatos, a depender dos interesses momentâneos de sua organização corporativa. Nada mais 'fake', portanto, que a pretensão de verdade absoluta da *news*". (SODRÉ, 2019).

Neste estudo, inserimos todo o contexto na ambiência digital, especificamente no Twitter. Reconhecemos, portanto, as narrativas e performances em torno da credibilidade nas redes sociais enquanto constitutivas dos fluxos jornalísticos ali presentes. Diante de um panorama grave de disseminação de desinformação sobre a vacina de coronavírus - entre diversas outras temáticas - é importante entender o que permeia essas relações e de que maneira podemos lidar com essas dinâmicas.

### 3 Para onde olhamos?

Após mergulharmos no alicerce conceitual mais geral do trabalho, agora direcionamos o nosso olhar para o fenômeno particular de estudo: as dinâmicas da credibilidade que atravessam a desinformação presente no Twitter, especificamente sobre a vacina de covid-19. Aqui, nos interessamos em entender os fluxos presentes na rede social e a maneira pela qual entendemos o conceito de desinformação, muitas vezes também chamado de *fake news*.

#### 3.1 Fluxos audioverbovisuais no contexto digital

Quando tratamos de internet, o popular e clássico discurso da hiperconexão do (e no) meio digital nos mostra o quanto as dinâmicas estabelecidas nesta rede exercem um papel de estabelecer novas e complexas relações. Por isso, propomos compreender os fluxos audioverbovisuais presentes nesses ambientes digitais.

No livro já supracitado de Juliana Gutmann, *Audiovisual em Rede*, expandimos o conceito para “audio(verbo)visual”, de maneira que seja ainda mais coerente com a análise que propomos. Assim, entendemos que, de acordo com a autora, nos encontramos em uma realidade em que não “entramos” na internet, nem “saímos”. Nós não simplesmente desligamos a televisão e nos desconectamos do mundo digital, pois o fato de ficar longe destes aparelhos não nos distancia ou exclui nossa participação na estrutura do audiovisual em rede. Dessa forma, seguimos a proposta de compreender o audioverbovisual por meio de suas articulações e das movimentações do tempo que constituem relações permanentes, mas descontínuas, entre passado, presente e futuro.

O “virtual” já não é suficiente para abranger um mundo real experienciado e impregnado por formas materiais, uma realidade em que somos atravessados por “estarmos” nas redes sociais, não por “entrarmos”. Por isso, Gutmann (2021) utiliza “digital” para falar sobre a internet, em uma abordagem historicizada do audioverbovisual que leva em conta os processos comunicacionais, considerando o termo não como oposto à “analógico”, mas como constituinte grande parte da nossa vivência no mundo, fortemente articulada numa ambiência dessas dimensões.

Reconhecemos as ambiências digitais como lugares de fluxos e trânsitos de corpos que se articulam e se autodifundem; lugares pelos quais nos colocamos enquanto sujeitos em relação a outros tantos corpos que se oferecem ao

consumo, através de vídeos, stories, paródias, desafios etc. (GUTMANN, 2021, p.79).

Os emaranhados de imagens, sons e textos que consumimos nas redes sociais são tramas audioverbovisuais em trânsito permanente: “Eu não vejo um recorte do mundo, uma tela ou um terceiro olho, eu vejo mundos, contextos variados que atravessam essas materialidades e as conformam”, afirma Gutmann (2021, p.63).

Desta maneira, como analisar um ambiente digital tão heterogêneo, múltiplo e conectado? É por meio da desestabilização da concepção do audiovisual enquanto “produto” e “formato” que entendemos a rede como um “tecido social de nossa experiência comunicacional, que ocorre de modo disseminado, multicêntrico, pelo qual se constitui narrativas diversas e, muitas vezes, divergentes”. (GUTMANN, 2021).

Para a autora, o entorno tecnocomunicativo se inscreve na designação do contexto das relações comunicacionais, culturais, sociais e sensíveis dos dias atuais, em que as mediações não se constituem nos e nem pelos meios, mas enquanto tramas de imagens, sons e textos, nos fazendo ver desestabilizações nos tempos e espaços e deslocamentos identitários.

Trata-se de uma ambiência conformada por um processo complexo de interação e contaminação entre meios, gêneros e formas, especialmente audiovisuais, que desestabilizam os discursos próprios de cada meio e respondem por transformações nos nossos modos de fazer/ver/interagir/sentir. (GUTMANN, 2021, p.24).

As mediações são entendidas como mutações e transformações do tempo-espaço, ligadas aos fluxos e migrações, compreendidos pela ideia de mobilidade, onde são articuladas imagens, linguagens e matrizes. Citando Martín-Barbero, Gutmann (2021) defende que os fluxos - culturais - se relacionam com “modos específicos de sentir, ver e fazer que põem em articulação sensibilidades, afetos e políticas através não apenas de imagens e informações, mas de audiovisuais”.

A tecnicidade e a ritualidade são locais de análise para perceber locomoções nos tempos e espaços no marco no que definimos como fluxo. Nas redes sociais digitais (GUTMANN, 2021), temos operadores perceptivos, as tecnicidades, os corpos em associação com elementos como imagens, *likes*, *views*, *links*, compartilhamentos, entre outros, enquanto constituidores e constituídos por expectativas de uso e trajetórias de leitura, as ritualidades, dos usuários.

Fundamentando-se nessa concepção, é importante estabelecer que as análises de performances em ambientes audioverbovisuais não são feitas de maneira simplória, pois aqui não enxergamos tais relações como rasas. Portanto, devemos ir

além de conclusões básicas que se apoiam em investigações resumidas aos movimentos, gestualidade ou termos materiais no geral. Buscamos, então, transcender as barreiras da atuação do produto em uma tela, pois propomos articular memórias e identidades, bem como aspectos histórico-culturais.

Vistos enquanto formas em ação, os corpos que atravessam e configuram o audiovisual em rede materializam performances que se entrecruzam, conectam-se e constituem fluxos (identitários, temporais, geográficos etc.). A performance, nessa perspectiva, apresenta-se como potente objeto para reflexão desse modo de fazer e consumir audiovisual em rede. (GUTMANN, 2021, p.79).

Isto posto, entendemos que o mundo digital está inscrito de maneira intrínseca na experiência temporal dos dias de hoje, desta maneira, compreendemos que a tentativa de entender as dinâmicas audioverbovisuais e seus processos comunicativos constitui-se a partir das relações do tempo e de seus enlaces e movimentações.

As redes sociais configuram espaços públicos mediados, onde é possível interagir sobre qualquer assunto com outras pessoas enquanto participantes ou observadores. Fazendo referência a Boyd (2007) Raquel Recuero e Elisa Stumpf (2021) listam quatro características essenciais das redes sociais, que englobam: persistência das publicações, já que permanecem na internet; capacidade de busca, que permite rastreamento de pessoas e informações; replicabilidade daquilo publicado no ambiente digital e; por fim, as audiências invisíveis, ou seja, aqueles que estão presentes nos diálogos, mas não por meio de uma participação ativa.

Na interseção entre a ambiência digital e o jornalismo, entendemos inicialmente três tipos diferentes de relações: redes sociais enquanto fontes, filtros e/ou espaços de reverberação de informações (RECUERO, 2009). Mesmo tomando como base um estudo já antigo, ainda conseguimos enxergar atualmente essas dinâmicas nas redes sociais, inclusive (e especialmente) no Twitter, onde identificamos essas movimentações de notícias de maneira bem clara, sejam elas feitas por veículos de comunicação ou meramente compartilhadas pela população informalmente.

### 3.2 Twitter

Criado em 2006 nos Estados Unidos, atualmente o Twitter ocupa a posição de uma das redes sociais mais utilizadas no mundo, com mais de 19 milhões<sup>7</sup> de usuários apenas no Brasil. A plataforma é multimídia e possibilita a publicação de textos, imagens, vídeos e até áudios, estabelecendo, ao longo dos anos, um local de diálogo que possibilitou que a população compartilhe suas opiniões e interaja entre si, criando espaço para conversas entre figuras públicas, governamentais, entre outros.

No Twitter, apesar das diversas mudanças que a plataforma teve - e continua tendo, observamos que as movimentações em torno da informação são similares às propostas por Recuero e Stumpf (2021): entendemos essa rede social como fonte, filtro e espaço de reverberação. As redes sociais podem ser produtoras de informação através da perspectiva do capital social. Atuando como fontes, observamos que as redes circulam informações, gerando mobilizações e diálogos que podem ser de interesse jornalístico - desde que essas discussões refletem desejos dos próprios grupos sociais - e façam parte do agendamento de notícias e criação de pauta dos veículos jornalísticos (RECUERO, 2009).

Quanto à filtragem de informações, as redes coletam coletar e republicam informações obtidas pelos veículos de comunicação, assim como informações observadas dentro da própria rede. Conseguimos enxergar essa dinâmica explicitada no retuíte, ferramenta do Twitter onde os usuários republicam um conteúdo publicado originalmente por outra pessoa, demonstrando que, de alguma forma, consideram a informação relevante e colaboram para sua reverberação.

As redes sociais se caracterizam como espaços de circulação de informações, permitindo reverberações por meio da disseminação de conteúdos, bem como de discussões e debates sobre os mais diversos tópicos, expandindo e complexificando ainda mais o que encontramos nas redes.

Ainda que repleta de conteúdos como memes e paródias, o Twitter possui um caráter informativo muito importante, já que, por ser rápido e hiperconectado, produz notícias com agilidade e pode, em segundos, alcançar um público significativo. Além disso, a partir de ferramentas como os *Trending Topics*, os sujeitos se informam sobre o que está acontecendo no mundo e em suas regiões.

---

<sup>7</sup> <https://www.statista.com/statistics/242606/number-of-active-twitter-users-in-selected-countries/>

A partir disso, há o estabelecimento de um comportamento extremamente ligado ao agora e a urgência de saber informações atuais. Por que demorar horas para consumir um conteúdo jornalístico mais completo, se posso ter acesso em “primeira mão” nas redes sociais? Fundamentado no fantasma da novidade, que persegue os usuários das redes ao criar um imaginário de urgência no consumo de notícias, percebemos que se cria uma confusão generalizada do senso comum entre fatos e *fakes*, considerando, claro, as diversas intrigas e disputas historicamente estabelecidas em torno da ideia de factualidade.

Informações falsas ocupam grande espaço no Twitter, assim como em outras redes, justamente por serem novidades mais “interessantes” e “inusitadas” do que as notícias pautadas em elementos comprovados como verdadeiros. Isso ocorre porque, sem uma maneira confiável de afirmar a veracidade dos conteúdos e colocando todos em um mesmo nível, compartilhar (e aceitar) a notícia se relaciona a questões psicológicas dos sujeitos e também aos locais onde a informação ressoa (SODRÉ, 2019).

O que nos leva a outro importante elemento que se faz presente nesta rede: as dinâmicas excludentes. Os usuários se inserem em uma bolha temática pelo simples fato de seguir outras pessoas, outros tópicos e até mesmo outras hashtags. Se, hipoteticamente, alguém consome conteúdos somente sobre a cor verde, esse sujeito não entrará em contato - pelo menos não com muita frequência - com outras cores. Esse exemplo simples é uma forma de explicar as polarizações políticas que podem afetar diversas temáticas, como aconteceu de maneira agressiva durante os anos iniciais da pandemia de covid-19.

Assim, entendemos que se estabelece, no Twitter, um espaço de interações sociais onde certos discursos são reverberados e outros são silenciados, de acordo com os grupos que os sujeitos estão inseridos, contribuindo para o compartilhamento de desinformações, especialmente pelo caráter de disseminação rápida de conteúdos.

Nessa perspectiva, percebemos diferenciações entre as redes sociais e o jornalismo, pois, no Twitter, as informações não precisam, necessariamente, representar um valor de notícia ou um compromisso social, enquanto nas notícias jornalísticas, identificamos essa necessidade (RECUERO, 2009). Nas redes sociais, os conteúdos podem ter um forte caráter social, sendo comum a circulação de piadas, comentários e outras informações que não se enquadram na caixinha característica do texto jornalístico.

Entretanto, as redes atuam de forma próxima ao jornalismo e impactam o meio comunicativo, já que podem complementar suas funções ao filtrar matérias relevantes, “concedendo” ou não importância para as matérias jornalísticas através das diferentes reverberações. “Redes sociais, portanto, podem também construir capital social para as matérias publicadas pelos veículos” (RECUERO, 2009, p.12).

A presença de um público tão diverso em uma rede social que permite o desenvolvimento de redes complexas tão diferentes entre si, apresenta o Twitter como uma boa forma de entender os processos comunicacionais na atualidade. Ela é, inclusive, utilizada diversas vezes como ferramenta governamental, se tornando um espaço importante para compreender os discursos reverberados e seus respectivos processos de legitimação (RECUERO; STUMPF, 2021). Isso nos prova a riqueza das tessituras realizadas ali: Em que outro momento tivemos interações tão próximas de líderes de governo, por exemplo, com a população do país?

O artigo de Recuero e Stumpf (2021), aborda especificamente o discurso antivacina em relação ao imunizante contra o coronavírus e, a partir desse olhar, entende que ferramentas como o Twitter “permitem que discursos produzidos ou reproduzidos ali sejam rapidamente espalhados e legitimados pelos atores sociais, nos termos de Boyd (2010)”.

Por isso, esse tipo de suporte é bastante importante para que se compreenda também como esses discursos circulam e impactam a sociedade. Aqui, estudos sobre desinformação têm apontado questões centrais, como aquela da polarização. Essa polarização, compreendida como a emergência de grupos opostos em conversações na mídia social, limita a circulação de certos discursos que não se enquadram em suas perspectivas ideológicas. Em cenários polarizados de discussão na mídia social, estudos têm mostrado que o discurso desinformativo tende a circular mais nos núcleos onde há um viés que o confirme. (RECUERO; STUMPF, 2021, p. 115).

Na situação específica da pandemia de coronavírus, conseguimos enxergar essa relevância com ainda mais clareza, já que figuras como o ex-presidente Jair Bolsonaro, uma das figuras mais emblemáticas do anticientificismo da pandemia, estabeleceram múltiplos diálogos em torno da temática no Twitter, ao lado dos diversos outros fluxos presentes na rede que também contribuíram para o cenário de descrença na ciência.

### 3.3 Desinformação

A desinformação brinca com a credibilidade e com o próprio fazer jornalístico. Notícias falsas não são novidade para a população brasileira, ocorrências como a grávida de Taubaté<sup>8</sup> e a suposta morte do humorista Amin Khader<sup>9</sup> fazem parte dos muitos exemplos presentes na mídia tradicional brasileira, que, agora são entendidos como memes, mas na época foram notícias falsas de grande repercussão.

Mas, com a possibilidade de obter e compartilhar informações muito rapidamente por meio da internet, especialmente em razão das redes sociais, o chamado “fenômeno das fake news” ganhou muito espaço. Em relação a própria pandemia de covid-19, rumores como a produção do vírus em laboratório na China e a presença de chips nas vacinas foram “notícias” com destaque ao redor do mundo.

Assim, percebemos que houve queda de confiança nos veículos de imprensa e também do conhecimento científico, criando brechas para a disseminação desse tipo de conteúdo. Aliados ao crescimento de movimentos populistas, das mídias informais e de discursos com tons autoritários, os processos desinformativos se consolidaram ao longo dos anos (CANTUÁRIO, 2020).

Para começar a entender o que é desinformação e também fake news, partimos do fato de que existem diversas maneiras pelas quais esses termos foram conceituados. Para Cantuário (2020), fake news são conteúdos formados, produzidos e divulgados intencionalmente com o objetivo de desinformar.

De acordo com Dentith (2017) e Levinson (2019), fake news são notícias em que de maneira intencional e não por acidente ou algum tipo de falha humana ao longo do processo de coleta e edição de uma dita matéria falsidades são reportadas a fim de causar confusão e induzir ao erro, já que esse tipo de notícia não guarda nenhum compromisso com a verdade, afinal, o objetivo de quem produz e divulga tal conteúdo é propositalmente desinformar. (CANTUÁRIO, 2020, p.6).

Acrescentando ainda mais um elemento no conceito de fake news, Recuero e Stumpf (2021) enfatizam que esse tipo específico de desinformação é focada na produção de conteúdos que mimetizam o material jornalístico. Ao fabricar e se apropriar de narrativas jornalísticas, as notícias falsas se mascaram na legitimidade

---

<sup>8</sup> <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2022/01/11/10-anos-da-gravida-de-taubate-relembre-o-episodio-em-que-o-pais-inteiro-foi-trolado.ghtml>

<sup>9</sup> <https://extra.globo.com/famosos/david-brazil-conta-detalhes-sobre-falsa-morte-de-amin-khader-2127014.html>

da imprensa (CASEDEI; PAGANOTTI, 2020), característica que nos apresenta uma crítica sobre a superficialidade da credibilidade da imprensa tradicional, que se vê atrelada a códigos narrativos e técnicas de apuração.

Assim, além de fraude e dissimulação, o fenômeno das fake news pode ser visto como uma forma de contrabando; invade espaço privilegiado que se pretende restrito na esfera pública sem pagar tributo a princípios éticos e práticas de apuração próprias do campo jornalístico. (CASEDEI; PAGANOTTI, 2020, p. 278).

Por outro lado, Muniz Sodré (2019) nos questiona sobre a expressão *fake news*, traduzida em português para notícia falsa. Seu raciocínio retorna ao próprio conceito de fato, resgatando os pensamentos de Kant e Wittgenstein. Para o primeiro, fatos são objetos que podem ser provados a partir de uma realidade objetiva, onde os objetos do conhecimento são representações que envolvem as relações de espaço e tempo, sendo comuns a todos, como as leis de experiência. Quanto ao segundo, existe uma diferenciação entre coisa (objeto) e fato: coisa é o que o homem identifica como resistente a variação e a heterogeneidade, enquanto fato é a junção de coisas, ou seja, uma combinação das unidades de resistência.

No senso comum, o entendimento do fato inclui ocorrências gerais, casos, observação, dados da experiência e coisas que existem, conceito que se atrela ao fenômeno sensível, de algo “puro” à percepção e também considera a visão objetiva como conceito de inteligibilidade. Aqui, entendemos que não apenas a ciência se baseia em fatos, mas também o senso comum, visto que existe uma definição da moderna racionalidade (SODRÉ, 2019).

No jornalismo, existe a incorporação do senso comum sobre o conceito de fato, partindo de objetos tidos como factuais para obter, através da ocorrência, um esclarecimento do fato social. Na modernidade, a informação jornalística é construída pela subjetividade de outros relatos - as fontes - e da própria subjetividade de quem escreve, mas a presunção de imparcialidade é supostamente garantida pelo estatuto profissional, onde a notícia é produzida a partir da presunção de que o acontecimento adquira estatuto de fato.

Sodré (2019) cita, inclusive, a pesquisa de Roy e Sina, que conclui que, no Twitter, rumores falsos circulam mais rápido e mais longe, alcançando mais pessoas do que informações verdadeiras. Na terminologia “*fake news*” já existe embutida uma contradição, pois presumimos que notícias são verídicas, juízo que se relaciona a tecnicidade do jornalismo. Porém, o que temos constantemente constatado é que,

apesar de seguir as regras objetivas do código jornalístico, não necessariamente os conteúdos são verdadeiros.

Por isso, o autor propõe que o fenômeno das fake news seja mais próximo, na verdade, de rumores, pois estes podem ser totalmente falsos. Assim, é possível estabelecer uma diferença mais clara entre eles e as notícias jornalísticas, enfatizando então, que “mais do que o contrário de ‘notícias’ (supostamente verdadeiras), as fake news equivalem, portanto, a boatos, fenômeno muito acima dos interesses de determinação do verdadeiro ou do falso” (SODRÉ, 2019, p.99).

Importante reconhecer que a fabricação de boatos é feita a partir de interesses conscientes e, muitas vezes, em prol de lucratividade. Boatos podem ser aleatórios, assim como podem ser estratégicos - o que acontece especialmente nas redes sociais, onde o contexto de novidade e emoção exercem papel essencial:

A novidade mobiliza inicialmente a atenção do interlocutor, suscitando uma espécie de alerta. A emoção represada, em que atuam fortemente resquícios de imaginário coletivo, leva à aceitação acrítica do fato embutido na novidade e epidemicamente acelerado pela velocidade circulatória das redes. O efeito é análogo ao da contaminação viral. E havendo gratificação afetiva ou auto satisfação narcísica, desaparece a antinomia entre verdade e mentira. (SODRÉ, 2019, p.99).

Diante desse entendimento, consideramos os processos “desinformativos” em suas diversas facetas. Muitos deles mimetizam as regras jornalísticas, mas as dinâmicas virtuais transcendem barreiras. Os boatos são propagados a partir de um contexto em que se fazem propícias, onde mesmo conteúdos que podem parecer muito longe da verdade são tratados como críveis. Assim, mesmo sem seguir os códigos de credibilidade estabelecidos pelo jornalismo, a informação vira notícia e depois se torna “verdade”. Desde rumores confundidos com notícias até simples comentários sem rigor com o fazer jornalístico fazem parte das dinâmicas de desinformação.

Nesta pesquisa, propomos a utilização do termo “fluxos desinformativos” para definir as ocorrências na ambiência digital. Diante dos elementos expostos ao longo do trabalho, consideramos o contexto de desinformação nas redes sociais como múltiplo e atrelado a diversas narrativas culturalmente constituídas. Os fluxos são articulados a partir da interseccionalidade de “imagens, sons, corpos, narrativas, identidades, sensibilidades, modos de ser e habitar o mundo” (GUTMANN, 2021). Somado a isso, adotamos a terminologia porque, de acordo com o dicionário

Priberam, o sufixo “ivo” indica capacidade, possibilidade, utilidade ou relação, ou seja, são aqueles fluxos que se relacionam com a desinformação.

(...) plataformas digitais não são tomadas como “suportes” ou “meios”, mas como ambiências tecidas em rede (retomo a proposição na seção seis), atravessadas por tempos e espaços diversos, por fluxos, por continuidades e descontinuidades de relações comunicacionais, culturais, identitárias e políticas. (GUTMANN, 2021, p. 62).

O “fenômeno das fake news” ocorre sobre diversas temáticas e em diferentes locais, mas, neste estudo, definimos o boato sobre o chip na vacina no Twitter como ponto de partida para compreendermos as dinâmicas de desinformação presentes nessa ambiência. É necessário adentrar de maneira profunda nas circunstâncias do hoje e é isso que buscamos fazer no próximo capítulo.

#### 4 O que analisamos?

Em face do alicerce teórico que apresentamos, buscamos compreender os fluxos desinformativos presentes no Twitter, por meio de uma análise sobre a presença de chip em vacinas de covid-19, por meio de um levantamento de tuítes que tratam especificamente sobre informações falsas veiculadas na rede social. A presente pesquisa propõe fazer essa análise a partir da perspectiva da narrativa e da performance, assim como do estudo crítico de temas como credibilidade, desinformação e da ambiência digital, inclusive onde tudo nosso objeto de estudo se insere: o Twitter.

A partir de notícias de checagem publicadas pela Agência Lupa, rastreamos tuítes com palavras-chave referentes a cada ‘fake news’ para realizar o estudo. Iniciamos a pesquisa a partir da Lupa justamente porque é uma agência que diz ser um “hub de soluções de combate à desinformação”, reafirmando sua transparência e apartidarismo a partir da participação no *The Trust Project* e no *International Fact-Checking Network (IFCN)*<sup>10</sup>. A Lupa surgiu em 2015 e faz parte do conglomerado de iniciativas da UOL, maior empresa brasileira de conteúdo, serviços e produtos na internet<sup>11</sup>.

Tomar a Lupa como ponto de partida dessa pesquisa é uma escolha baseada no que o senso comum define como verdade. Entendemos que a vinculação da agência a instituições de renome e especialmente a defesa ao apartidarismo são elementos importantes na narrativa de credibilidade de veículos jornalísticos, assim como enxergamos as contradições com o que temos discutido durante o trabalho, já que a suposta verdade é uma construção baseada nas relações em torno dela. Apesar das tensões que essa definição abriga, decidi iniciar por meio de conteúdos da Lupa porque, além da agência também atuar no Twitter, ela foi constantemente utilizada pela mídia como fonte de informação e também pela população como refúgio do contexto de desinformações que circularam - e ainda circulam - nas redes.

Depois de definidas as duas matérias da Agência Lupa para análise, ambas em torno do chip na vacina, assumimos o papel de usuário da rede, ou seja, performamos o sujeito que utiliza o Twitter e navega entre seus conteúdos. O objetivo não é analisar todos os tuítes sobre a temática, mas entender as dinâmicas presentes

---

<sup>10</sup> [Lupa | Institucional](#)

<sup>11</sup> [História - Sobre UOL.](#)

a partir de alguns deles. É importante mencionar que o Twitter é uma rede social do agora e, acima de tudo, personalizada para cada usuário. Portanto, é impossível afirmar que a análise feita aqui neste trabalho contempla tudo o que está presente na rede social, mas buscamos identificar e entender alguns destes fenômenos.

A ação de navegar na rede não quer dizer analisar o máximo de tuítes possíveis, pois essa pesquisa não tem uma ambição quantitativa e se diferencia de outras que utilizam coletas automáticas, por exemplo. O estudo se trata sobre o que acontece no Twitter e quem vivencia os diversos fenômenos que se abrigam lá são seus usuários, por isso enfatizamos a importância em performar o sujeito que se insere nessa ambiência.

Seu caráter pessoal é uma das principais características do Twitter, já que a rede é tratada, muitas vezes, como uma espécie de diário, onde as pessoas compartilham momentos de suas vidas, desabafos e opiniões. Pela sensação de proximidade estabelecida, são criadas diversas comunidades que se dividem por pessoas, localidades e interesses em comum, possibilitando a inserção de sujeitos em diferentes temáticas.

Portanto, a experiência dos sujeitos na rede social é diferente para cada um. Ela se diferencia pela maneira com a qual interagimos com os conteúdos, pelas pessoas que seguimos, assim como por aquelas que deixamos de seguir - ou até mesmo bloqueamos. Podemos, inclusive, silenciar pessoas e até mesmo palavras, o que já nos mostra o quão personalizável a rede é. Além disso, o algoritmo do Twitter também impacta os conteúdos aos quais consumimos, já que se baseia em nossas interações e no que a rede considera fazer sentido para cada usuário, especialmente com a atualização realizada em 2023, que separa os conteúdos em duas abas: “Para Você”, que inclui conteúdos diversos selecionados pelo algoritmo, e “Seguindo”, onde estão as publicações daqueles que você segue.

Diante de tudo isso, é impossível afirmar que a minha experiência, no meu perfil pessoal, representa a totalidade do Twitter. Enquanto pesquisadora, ao reconhecer uma ambiência digital heterogênea e múltipla, entendo que a análise aqui proposta é pessoal e se faz relevante justamente porque faz parte dos fluxos presentes na rede social. Não busco afirmar que conheço o Twitter como um todo, muito menos que conheço ou participo de todas as articulações ali presentes, mas analisar o que enxergo neste emaranhado complexo e confuso de conteúdos, procurando desvendar as maneiras com as quais eles se conectam com o jornalismo e processos

comunicacionais, tendo em vista miha questão norteadora e a base conceitual que apresentei anteriormente.

Ao rolar o feed do Twitter, encontramos desde memes até debates filosóficos, traço que demonstra a diversidade de conteúdos presentes na plataforma. As temáticas são vastas e as portas estão sempre abertas para uma busca personalizada, que faça sentido com os interesses de cada um. Diversos tópicos encontram espaço nesta rede social, inclusive o jornalismo, já que o Twitter também se apresenta como grande fonte de informações, ao possuir uma aba específica de notícias e com atualizações constantes dos trending topics (TTs), que formam uma lista dos 20 assuntos mais comentados no momento. Além disso, os grandes veículos jornalísticos do mundo têm seus perfis na rede e compartilham notícias, veiculadas por texto, imagem, vídeo ou áudio.

Mas a grande diferença das redes sociais para a mídia tradicional é a possibilidade de qualquer um compartilhar notícias, desta maneira, se na televisão a autoridade, do ponto de vista do público, é o jornalista da TV Globo, no Twitter, além deste mesmo jornalista, também temos diversas outras pessoas compartilhando a mesma informação e, possivelmente, também ocupando um lugar de autoridade. Porém, também existem muitas outras compartilhando desinformação, e é daí que partimos para a nossa análise.

Desde o princípio, como temos enfatizado no decorrer do trabalho, a proposta foi desenvolver uma pesquisa que não se baseasse em números, mas que buscasse compreender os fluxos desinformativos da credibilidade presentes no Twitter, especificamente sobre a vacina de covid-19. Diante de uma grande quantidade de desinformação em torno desta temática, nosso ponto de partida foram as matérias publicadas na Agência Lupa, veículo que propõe desmentir informações falsas que circulam na internet em plataformas como o Twitter, bem como outras redes sociais - Instagram, Facebook, WhatsApp.

De início, utilizamos da pesquisa no próprio site da Lupa para coletar os conteúdos de combate às fake news, porém, percebemos que muitas matérias sobre a temática de vacina de coronavírus não necessariamente apareciam ao pesquisarmos alguns termos. Ao buscar apenas “vacina” encontramos certos conteúdos, diferentes de quando pesquisamos “coronavírus”, “covid-19”, “covid-19” ou até mesmo quando utilizamos duas palavras juntas. Por isso, decidimos usar “vacina” e “covid” e filtrar para as mais lidas. Dessa maneira, encontramos a notícia com o título

“É falso que vacina da Pfizer terá ‘chip da Microsoft’<sup>12</sup> para prevenir efeitos colaterais”, publicada em 11 de maio de 2021.

O assunto “chip na vacina” é recorrente desde a aplicação das primeiras doses. De 2020 a maio de 2023, quando finalizamos essa pesquisa, o tema continua sendo reverberado nas redes sociais. Ao buscar “chip” na Agência Lupa, encontramos muitas matérias sobre a vacina de covid-19 e, entre as mais lidas, temos uma publicação do dia quatro de agosto de 2020: “É falso que vacinas contra a covid-19 contêm microchip que permite controle externo a partir de antenas 5G”<sup>13</sup>, que decidimos incluir na análise

A escolha dessa amostra se dá pela relevância do tema, que perdura já há cerca de três anos enquanto tópico no Twitter, além da similaridade entre elas: mesmo com quase um ano de diferença, as notícias se assimilam. Na publicação de 2020, a informação de que existem microchips nas vacinas de covid-19 foi inicialmente compartilhada no Facebook, a partir da afirmação de que seríamos controlados por chineses através da vacina lá produzida. Em 2021, a fake news desmentida pela Lupa teve início no Whatsapp, a partir de um link de um site falso que declarava a presença de um chip da Microsoft - chamado Pluton - na vacina de covid da Pfizer, inserido em nova atualização da fórmula.

Apesar de ambas terem surgido em outras redes, o Twitter também participou da disseminação dessa informação falsa. A partir da ferramenta de pesquisa avançada, utilizei as palavras-chave “vacina” “covid” “chip” “microchip” “vachina” e “5g”, coletando conteúdos postados desde 2020 até maio de 2023. Enfatizo, aqui, que não foram definidos caminhos certos ou errados para a coleta de tuítes, pois segui os fluxos presentes na própria rede, que nos levou a novas palavras-chave e conteúdos, de maneira a contribuir para o entendimento das dinâmicas da rede.

As redes sociais representam um espaço onde as notícias podem se originar, assim como obter relevância - ou serem ignoradas. Especialmente no Twitter, observamos que a rede funciona como fonte, filtro e também reverbera informações. Alguns tópicos recebem grande destaque, enquanto outros são silenciados. Tudo isso, somado ao fato de que existem múltiplas narrativas, portanto, certos temas podem ser importantes para alguns grupos e, simultaneamente, serem totalmente

---

<sup>12</sup> [É falso que vacina da Pfizer terá ‘chip da Microsoft’ para prevenir efeitos colaterais](#)

<sup>13</sup> [É falso que vacinas contra a Covid-19 contêm microchip que permite controle externo a partir de antenas 5G](#)

irrelevantes para outros. Quando falamos sobre desinformação, é importante reconhecer esse sistema como constitutivo dos fluxos aqui identificados, porque o alto consumo dela, nas suas diversas formas, colabora para que ela se torne ainda mais verdadeira sob o olhar daqueles que a acompanham.

O gesto de identificar fluxos desinformativos leva em consideração o entorno comunicativo, que não tem mais início ou fim, pois não “entramos” e “saímos” das redes, “estamos” nelas. Reconhecendo essa materialidade, chamamos atenção para o fato de que as dinâmicas citadas a seguir transcendem as barreiras do Twitter e não “nascem” ou “morrem” na rede social, mas são uma dimensão tangível de fluxos existentes no mundo contemporâneo.

#### **4.1 O chip na vacina**

Para iniciar a análise, o primeiro fluxo - e um dos mais comuns na internet - se relaciona ao pertencimento de grupos. A pluralidade das redes sociais permite que grupos distintos se unam e discutam, paralelamente, as mesmas coisas, assim como cheguem a conclusões distintas. No caso da pandemia, nitidamente haviam dois grupos diferentes: aqueles que confiavam nas vacinas versus aqueles que defendiam sua ineficácia e até mesmo sua nocividade. Utilizo “versus” justamente porque foi um embate, uma disputa, que resultou no fechamento ainda mais rígido de bolhas sociais.

Essa oposição foi, sobretudo, política. No Brasil, observamos a esquerda e a direita em uma luta contínua de ideais, acalorados pela situação grave da pandemia ao redor do mundo. A polarização se fez ainda mais intensa em razão de pronunciamentos polêmicos de Jair Bolsonaro, presidente da república na época, ao descredibilizar a pandemia, incentivando o uso de medicamentos não recomendados, como a hidroxiquina, e também colaborando para a disseminação de desinformações, como o caso da Aids, quando o ex-presidente reproduziu uma informação falsa que relacionava a vacina ao desenvolvimento de HIV<sup>14</sup>.

Postos os lados, a disputa também dominou as redes sociais: “esquerdistas” de um lado, “bolsominions” de outro, de acordo com os termos utilizados pelos grupos em questão. Dessa maneira, observei algumas dinâmicas coletivas, a exemplo do tuíte abaixo. Muitos usuários utilizaram de uma bandeira do Brasil para comprovar sua

---

<sup>14</sup> [É falso que vacinados contra a Covid-19 estão desenvolvendo aids](#)

posição, neste caso, os apoiadores do ex-presidente Jair Bolsonaro se apropriaram da bandeira do país e a traziam como forma de identificação. A credibilidade, então, é performada por meio de um símbolo, ou seja, a autoridade do “fato” recai em um ícone específico que remete a um grupo político específico. Desta maneira, a fake news se torna relevante para esse grupo e se insere na narrativa de polarização política brasileira, se relacionando mais com a ação de pertencer a um grupo do que de compartilhamento de informações. Assim, o conteúdo é tratado como verdade ao ser compartilhado por sujeitos que dividem as mesmas opiniões.

Isso se relaciona a estratégia de legitimação da autoridade, que é o uso de figuras pessoais ou instituições como forma de afirmação, ou seja, aqueles que possuem a bandeira do Brasil em seus nomes recebem o “selo” de autoridade, semelhante ato selo de verificação do próprio Twitter, já que representam um grupo e, mais importante ainda, são apoiadores de Jair Bolsonaro, uma das figuras que teoricamente possuía uma das maiores autoridades do país como presidente da República.

Nas figuras 1, 2 e 3, percebi que os usuários tentaram estabelecer um diálogo com aqueles pertencentes ao seu grupo político, por meio de perguntas, que incitam a participação de outras pessoas, e também “avisos”, uma forma de alertar o grupo sobre a vacina, incentivando a narrativa de existência de um chip. Além disso, os tuítes também contribuem para discursos xenofóbicos, a partir do termo “vachina”, e para a polarização ainda maior da política brasileira, por meio da utilização da associação de “comunistas” à aplicação das vacinas.

Figura 1 - Utilização do símbolo da bandeira do Brasil (1)<sup>15</sup>



<sup>15</sup> <https://twitter.com/DonaBelinhaBR/status/1329713273130901504>

Fonte: Twitter

Figura 2 - Utilização do símbolo da bandeira do Brasil (2)<sup>16</sup>



Fonte: Twitter

Figura 3 - Utilização do símbolo da bandeira do Brasil (3)<sup>17</sup>

<sup>16</sup> <https://twitter.com/LUIZPATRIOTA39/status/1475161757417095170>

<sup>17</sup> <https://twitter.com/JoyJoyNumber2/status/1372193417292304386>



Fonte: Twitter

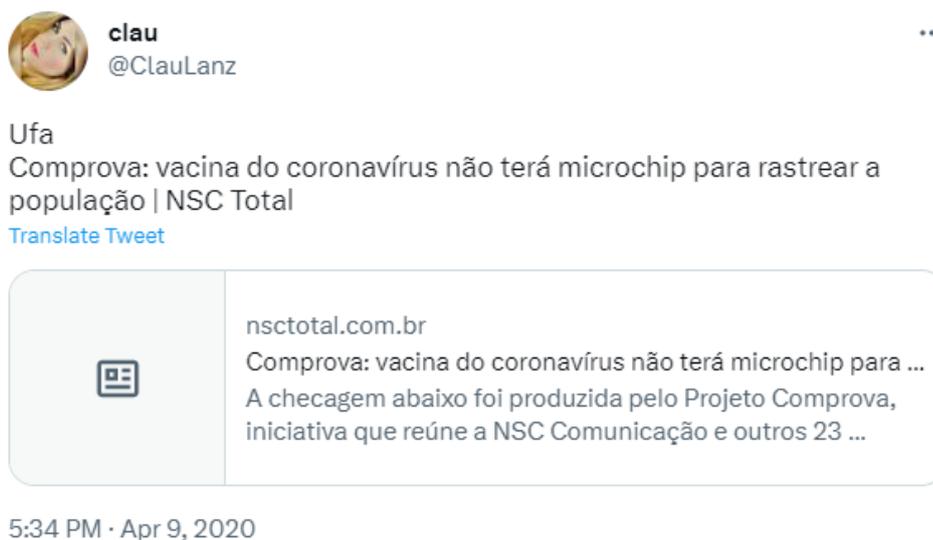
Por se tratar de uma rede social bastante informal, o ato de publicar informações e notícias perdeu, em parte, seu caráter técnico. Muitas vezes, fatos compartilhados no Twitter não seguem o *ethos* jornalístico, ou seja, não possuem fontes específicas, não seguem um lead, nem sequer tem fotos ou vídeos. O jornalismo tradicional se vê preso às amarras do padrão clássico da objetividade, mas, nesta rede social, observamos de maneira evidente a fluidez do conceito de verdade. Não existem elementos específicos que nos digam, necessariamente, que algo é verídico. Aqueles recursos que ainda tentavam exercer esse papel de comprovação da verdade, como o selo de verificação dos perfis, podem ser facilmente copiados de maneira a enganar os usuários e, a partir de atualizações como o Twitter Blue (que dá direito ao selo azul de verificação), também é possível “comprar” essa dita credibilidade.

Nesse momento, podemos retomar o conceito de comportamento restaurado, proposto por Schechner, onde os sujeitos têm atitudes que absorveram e aprenderam culturalmente, seja isso ensinado por outros ou observado em outros. No caso da

notícia jornalística, a população consome esse tipo de conteúdo de maneira frequente. Cada tópico tem suas especialidades, mas, de maneira geral, é possível identificar elementos que compõem o fazer jornalístico e o próprio ser jornalista. Desta maneira, a partir da utilização desses fatores constituintes do jornalismo, as notícias falsas conseguem construir uma performance que se aproveita da relacionalidade da verdade. Assim como performar algo não te torna algo, a performance da credibilidade nos conteúdos não necessariamente significa que eles são verídicos.

Nas figuras 4 e 5, temos, de um lado, uma notícia com informações falsas, e de outro uma notícia com informações verdadeiras. Percebemos que elas seguem o mesmo padrão: o título vem no início do tuíte, seguido de um link que supostamente nos direciona para a matéria jornalística. Em uma hipótese que o sujeito que consome ambos os conteúdos não reconhece nenhum dos veículos de informação, como definir o que é ou não verídico? Já que são conteúdos publicados por pessoas comuns e seguem o mesmo padrão, é possível haver confusão. Esse é apenas um exemplo de como a subjetividade da verdade é utilizada no contexto da desinformação, já que o “parecer verdadeiro” abre brechas para enganações, pois se relaciona com julgamentos e apropriações culturalmente localizadas.

Figura 4 - Notícia com informações verdadeiras<sup>18</sup>



Fonte: Twitter

Figura 5 - Notícia com informações falsas<sup>19</sup>

<sup>18</sup> <https://twitter.com/ClauLanz/status/1248348602558304257>

<sup>19</sup> [https://twitter.com/ale\\_giseli/status/1389741987042103297](https://twitter.com/ale_giseli/status/1389741987042103297)



**Alessandra Giseli**  
@ale\_giseli



Pfizer anuncia atualização de vacina COVID-19, agora inclui chip da Microsoft para reduzir sintomas

[valuewalk.com/pfizer-announc...](https://valuewalk.com/pfizer-announc...)

[Translate Tweet](#)

9:41 PM · May 4, 2021 from Brasília, Brazil

Fonte: Twitter

Ao analisar esses conteúdos, fica ainda mais claro a fragilidade do conceito da verdade. Como afirmar que um conteúdo é verídico e outro é falso, se o próprio conceito de verdade é relacional? Nas publicações da Agência Lupa, como na figura 6, noto que existe um grande esforço em seguir os parâmetros clássicos do jornalismo, nos apresentando vários elementos que afirmam que o que eles fazem é confiável. A credibilidade vem da presença de um lead, da utilização de fontes especialistas, do design do site e até mesmo de selos internacionais como a participação da agência no The Trust Project. Tantas confirmações são apresentadas que fica “impossível” duvidar da Lupa.

Esses elementos da credibilidade também estão presentes nos tuítes da Agência. Na notícia sobre a presença de um chip da microsoft na vacina da Pfizer, a agência fez uma thread bastante explicativa, mostrando qual era a fake news, como ela surgiu, como se espalhou e porque era falsa. Tudo isso, utilizando ferramentas que colaboram para o imaginário da verdade, como fotos, links e marcações de perfis mencionados na matéria, além dos outros elementos também presentes no texto publicado em seu site, já que nas redes encontramos uma versão levemente adaptada dele.

Figura 6 - Tuíte da Agência Lupa<sup>20</sup>

Fonte: Twitter

Mas só porque é “verdade”, significa que o conteúdo não contribui com a desinformação? Neste tuíte da Gazeta Brasil, observamos uma notícia verídica que se perdeu entre as fake news e foi interpretada como mais uma comprovação de que realmente haviam chips nas vacinas. Por isso, apesar de realmente existir um chip implantado no corpo, não relacionado ao imunizante, utilizado como passaporte vacinal, essa publicação contribuiu para os fluxos desinformativos por ter se desvirtuado do fato, tanto pela forma que foi escrita quanto pela maneira com que foi lida.

Figura 7 - Notícia tirada de contexto<sup>21</sup>

<sup>20</sup> <https://twitter.com/agencialupa/status/1393295655163027457>

<sup>21</sup> <https://twitter.com/SigaGazetaBR/status/1473030230109478912>



Fonte: Twitter

Porém, mesmo notícias que não são mal interpretadas podem contribuir para esse cenário. O ator José Bezerra fez uma declaração contrária à vacinação de covid-19, afirmando que não participaria por conta da presença de chip na vacina. Pode parecer apenas mais uma notícia, mas acaba contribuindo para a disseminação de desinformação e mostrando que existem muitos apoiadores dessa teoria conspiratória.

Figura 8 - Notícia que cita exemplos de uma figura pública que acredita no chip na vacina<sup>22</sup>

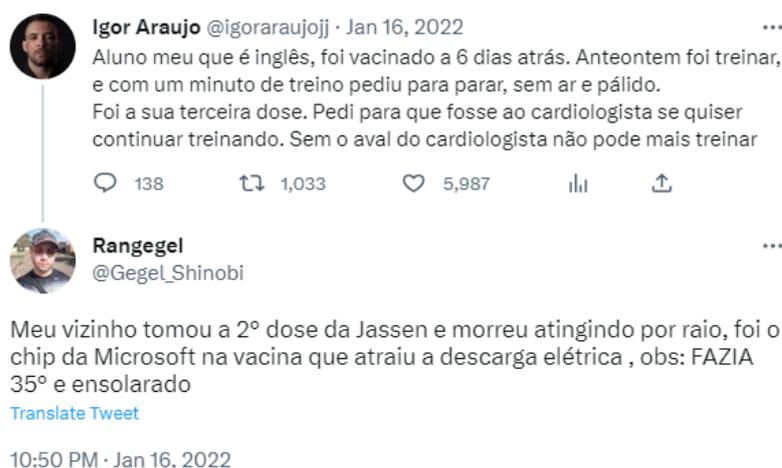


<sup>22</sup> <https://twitter.com/Metropoles/status/1420406911321706502>

Fonte: Twitter

A utilização de exemplos, inclusive, é uma das estratégias desinformativas, desde figuras famosas como o caso do ator, como também de pessoas de dentro das nossas casas. A personalidade do Twitter permite que sejam compartilhados relatos particulares, fazendo desta mais uma maneira de disseminar notícias falsas. Nesse momento de pandemia, observamos nas redes que um primo, uma tia ou até mesmo um conhecido de alguém com certeza foram prejudicados pelo suposto chip presente na vacina. Pela presunção de que são pessoas reais atrás das telas comandando os perfis, as histórias de certa maneira tocantes compartilhadas nas redes são entendidas como verdadeiras. Isso ocorre pela intensa relação que estabelecemos com a internet atualmente, que não tem começo e fim - por estarmos conectados o tempo todo, não há a diferenciação do real para o virtual.

Figura 9 - Tuíte relatando um caso próximo sobre o chip<sup>23</sup>



Fonte: Twitter

Como percebemos o quão fácil é estabelecer relações que buscam estabelecer enganosamente uma suposta credibilidade, são frequentemente utilizados links diversos como fontes da desinformação. O site Value Walk foi encontrado de maneira recorrente e, na reportagem da Lupa, é este mesmo link que foi identificado como fonte compartilhada pelo Whatsapp. Observamos, em conjunto com outros tuítes, uma grande frequência na utilização de fontes estrangeiras e sites em inglês para “embasar” falsidades. Nomes diferentes de supostos doutores e pesquisadores (figura

<sup>23</sup> [https://twitter.com/Gegel\\_Shinobi/status/1482892964506570753](https://twitter.com/Gegel_Shinobi/status/1482892964506570753)

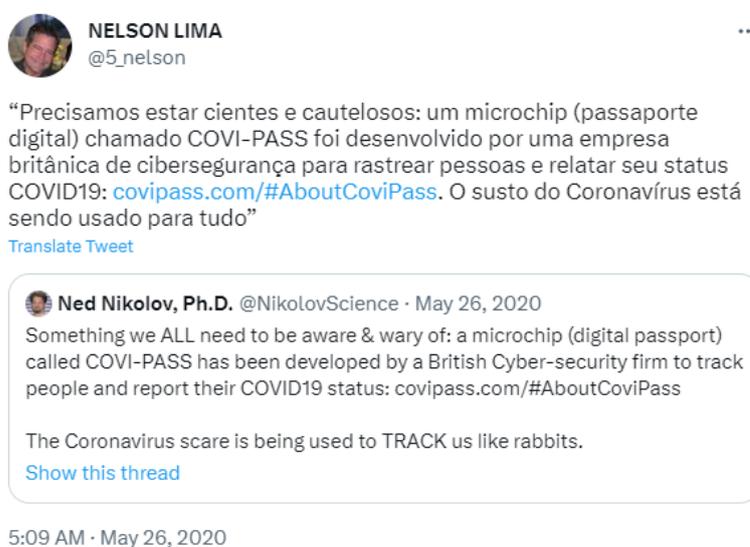
10), textos traduzidos para o português (figura 11) e links que levam a sites não brasileiros (figura 12) foram grandes ferramentas de divulgação desse tipo de conteúdo. Esse sintoma da dita “síndrome de vira-lata<sup>24</sup>” é visto como apenas mais uma forma de convencer o público da veracidade das informações, ou seja, é tratado como um elemento de credibilidade. Se é em inglês, é verdade. Se a opinião é gringa, ela vale mais.

Figura 10 - Notícia com informações falsas e nome estrangeiro de pesquisador<sup>25</sup>



Fonte: Twitter

Figura 11 - Tuíte traduzido do inglês e tirado de contexto<sup>26</sup>



<sup>24</sup> Originalmente proposto por Nelson Rodrigues, a “síndrome de vira-lata” diz sobre a posição de inferioridade que o brasileiro se coloca em relação ao resto do mundo.

<sup>25</sup> <https://twitter.com/livioloiveira/status/1476897698129272834>

<sup>26</sup> [https://twitter.com/5\\_nelson/status/1265193325902036993](https://twitter.com/5_nelson/status/1265193325902036993)

Fonte: Twitter

Figura 12 - Tuíte que utiliza de uma “fonte” estrangeira<sup>27</sup>



Fonte: Twitter

A urgência em estar atualizado, somada à instabilidade política do país na época, levaram grande parte da população a confiar em notícias de outros países e alimentar o imaginário de que a mídia e, por vezes, também os governos ao redor do mundo, estavam escondendo informações do povo. Alimentados por discursos como o de Jair Bolsonaro, que já afirmou, em 2021, que a imprensa é o maior problema do Brasil<sup>28</sup>, os veículos de comunicação brasileiros passaram por um momento de forte descredibilização, fato que contribuiu para que parte da população buscasse se informar por outros meios, principalmente online, seja através de sites diversos ou nas próprias redes sociais.

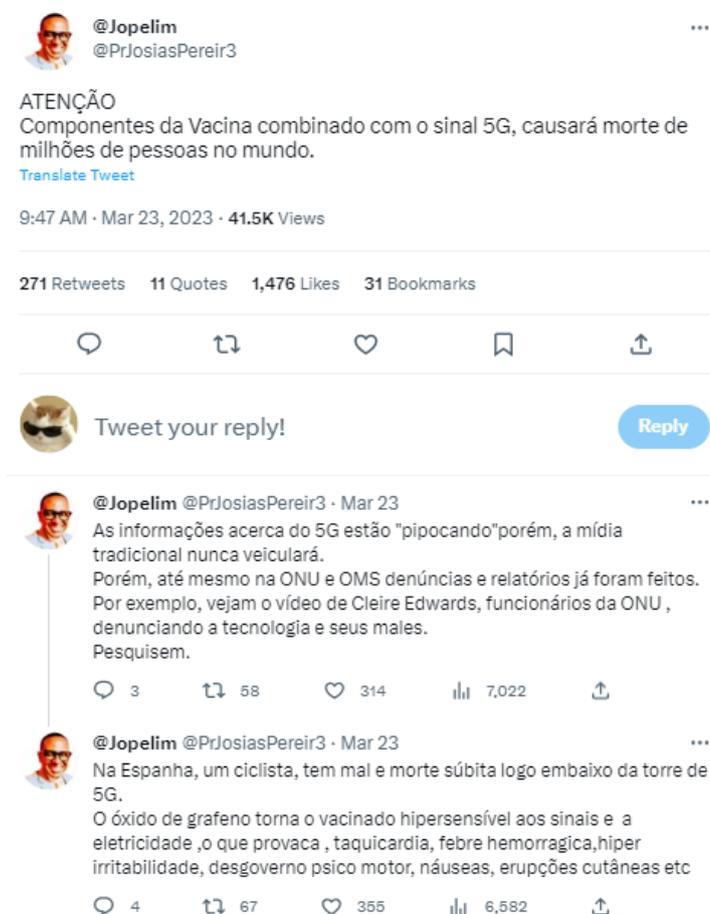
Percebemos, então, que muitos usuários da rede performam a figura do jornalista, ou seja, aquele que entrega informações e dados para a população, já que existe uma lacuna, um vazio - na perspectiva do discurso de que a mídia esconde a verdade - a ser ocupado. Partindo do pressuposto do jornalismo moderno de que o profissional da área é aquele que leva para a população a informação nua e crua, os sujeitos tomaram para si esse “ato heróico” e utilizaram discursos que afirmavam a parcialidade da mídia e reafirmavam eles mesmos enquanto possuintes da “verdade”. Mesmo sem credenciais que comprovem credibilidade, observamos aqui a

<sup>27</sup> <https://twitter.com/associacaoascol/status/1432458958745243655>

<sup>28</sup> <https://economia.uol.com.br/noticias/reuters/2021/01/06/imprensa-e-o-maior-problema-do-brasil-diz-bolsonaro-a-apoiadores.htm>

performance daquele que detém o conhecimento e que vai levá-lo para o povo, como observado na figura 13.

Figura 13 - Tuíte que supõe que a mídia esconde as informações da população<sup>29</sup>



Fonte: Twitter

Portanto, outro grande elemento constitutivo das dinâmicas desinformativas no Twitter foi a suspeita. A mera dúvida se algo é verdade já abre brecha para questionamentos. Posts com “e se’s”, “será’s”, duvidando da veracidade de informações, foram encontrados constantemente durante a análise. Na figura 14, vemos o usuário se colocando como pró-vacina, mas mesmo assim “temendo” a presença do chip nela. Nas figuras 15 e 16, os usuários demonstram dúvida e fazem perguntas, questionando até se o chip na vacina não seria uma *fake news*. Já que o Twitter é um espaço de compartilhamento de opiniões dos usuários, um comentário que pode parecer inofensivo acaba contribuindo para a descredibilização do jornalismo e da ciência.

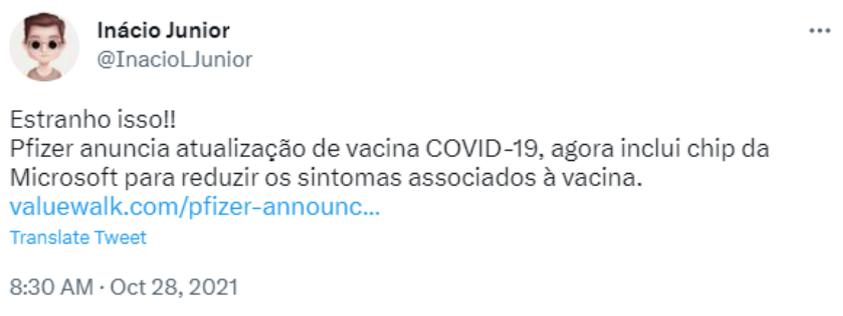
<sup>29</sup> <https://twitter.com/PrJosiasPereir3/status/1638885101571284993>

Figura 14 - Tuíte que representa suspeita sobre o chip na vacina (1)<sup>30</sup>



Fonte: Twitter

Figura 15 - Tuíte que representa suspeita sobre o chip na vacina (2)<sup>31</sup>



Fonte: Twitter

Figura 16 - Tuíte que representa suspeita sobre o chip na vacina (3)<sup>32</sup>

<sup>30</sup> <https://twitter.com/LuizCamargoVlog/status/1268268034776608771>

<sup>31</sup> <https://twitter.com/InacioLJunior/status/1453685563555418119>

<sup>32</sup> <https://twitter.com/simonesys/status/1256445957060857863>



Fonte: Twitter

Mas não podemos ignorar os conteúdos que possuíam informações claramente falsas com o intuito de enganar aqueles que os consomem. Já citamos o site estrangeiro “Value Walk”, mas outras ferramentas também foram utilizadas para reverberar a desinformação. Tido como o mais próximo do real possível e o mais difícil de ser adulterado, os vídeos se tornaram grande aliado do discurso anti-vacina.

Por se tratar de um tema complexo, uma das estratégias observadas foi o compartilhamento de conteúdos com linguagens complexas e não muito acessíveis. No post abaixo, os vídeos são em inglês, legendados em português, e possuem um vocabulário bastante técnico, fator que acaba distanciando aqueles que assistem e dificultando o entendimento da temática. Publicado em fevereiro de 2023, o vídeo mostra imagens que simulam uma pesquisa científica sobre a suposta descoberta de uma nanotecnologia nas vacinas, considerada como um “ataque à humanidade”.

Cenas comuns em documentários científicos são copiadas nos vídeos e o discurso negativista é levado ao extremo, dando a entender que “cientistas psicopatas” estão conduzindo um experimento humano com todos aqueles que tomam a vacina desenvolvida pela Pfizer. Quando tratamos sobre a linguagem audioverbovisual, elementos pequenos podem, juntos, fazerem a diferença. A performance da credibilidade nesse vídeo começa pelo próprio linguajar, mas perpassa a voz de quem narra, as imagens que passam ao fundo e até mesmo a trilha sonora. Tudo isso mimetiza um documentário, formato que geralmente é associado à credibilidade, fator utilizado aqui como estratégia desinformativa.

Figura 17 - Tuíte que compartilha vídeo supostamente científico sobre o chip na vacina<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> <https://twitter.com/tucabr54/status/1620833032705024001>



Tuca

@tucabr54



@DaAcervo

Nanotecnologia baseada em óxido de grafeno e 5G encontrada na vacina da Pfizer.

Vídeo 1 e 2

[Translate Tweet](#)



2:14 PM · Feb 1, 2023 · 27.4K Views

192 Retweets 14 Quotes 303 Likes 41 Bookmarks

Fonte: Twitter

É interessante perceber que aqui, existe uma junção de elementos que imitam o que é entendido como verdadeiro. A ciência, reconhecida como aquela que busca a verdade, é retratada de maneira fraudulenta: cientistas estão pesquisando os chips nas vacinas, mas a informação não está sendo divulgada pela mídia, inclusive porque os pesquisadores estão sendo mortos. Em síntese, é isso que entendemos ao assistir o vídeo. A racionalização do conteúdo também é uma forma de legitimá-lo, aqui feito a partir de uma explicação detalhada da situação, abordando os objetivos ao colocar o chip na vacina, onde exatamente ele foi encontrado e utilizando nomes de instituições e de pesquisadores reais.

A partir disso, é comum que muitas pessoas fiquem alarmadas, justamente porque esse é o objetivo de quem criou esse conteúdo. “Se alarmem! Tomem cuidado! Não confiem no que vocês vêem na TV!” são discursos comuns que incitam a

desconfiança na mídia tradicional e deixam o público à deriva, em busca de algo para acreditar, algo para entender como verdade.

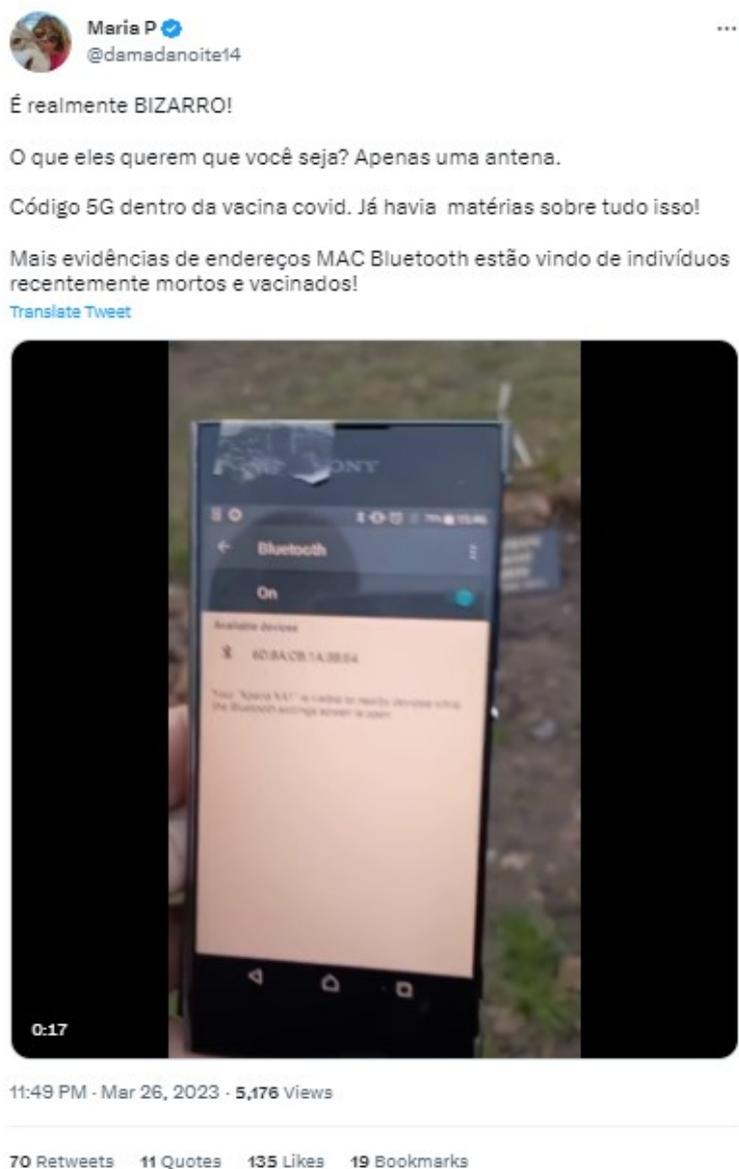
Além da utilização de estratégias desinformativas como a mimetização da credibilidade, muitos vídeos brincam com a verdade por serem utilizados fora de contexto, pois, a partir disso, fortalecem o discurso negacionista. Contribuindo para essa conjuntura, em diversas redes sociais, circularam vídeos que “comprovavam” a presença do chip da vacina a partir da magnetização de objetos ao braço daqueles que já haviam se vacinado. Nesses casos, ao contrário do vídeo anterior, o discurso informal foi utilizado para mostrar a proximidade dos acontecimentos àqueles que assistiam. Aqui, fica ainda mais óbvio que a produção de conteúdos desinformativos é feita de formas diferentes, assim como atinge públicos diferentes. Por vezes, se alguém ver esse vídeo informal, feito por brasileiros, não acredite que tem chip na vacina, mas a partir do vídeo “técnico”, em inglês, leve a informação mais a sério. O caminho inverso também acontece.

Na figura abaixo, temos o print de um tuíte que continha um vídeo que mostra, de início, um papel com informações de alguém que tomou a vacina e um “código” de conexão 5G. Depois, a filmagem é feita em um cemitério e, em um telefone, é mostrado que é possível se conectar com um dispositivo pelo bluetooth, o que, neste caso, busca afirmar a presença de um chip em um ser humano, que foi colocado através da vacina. No comentário do usuário que compartilhou o vídeo, observamos que o conteúdo é tratado como mais um indício do chip nas vacinas.

Figura 18 - vídeo prova<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> <https://twitter.com/damadanoite14/status/1640184350741499904>



Fonte: Twitter

Dentre as diversas abordagens, temos mais uma que se faz muito presente: a religiosa. A vacina, para certos grupos, se tornou a marca da besta, a maneira pela qual o diabo vai entrar nas nossas mentes e, sobretudo, vacina virou coisa de quem “não é de Deus”. As vezes, naquilo que a ciência não toca, entra o divino. Se a partir de “comprovações científicas” alguém não acredita na presença de chip nas vacinas, talvez isso aconteça por “comprovações religiosas”. A estratégia de legitimação encontrada aqui é a da avaliação moral, onde o discurso se afirma a partir de valores morais. Se tomar a vacina é sinônimo de “compactuar com o diabo” ou meramente “não fazer as vontades de Deus”, o sujeito “temente” a Deus pode utilizar dessa

justificativa para não se vacinar, nesse caso, para acreditar na presença de um chip nela.

Importante entender que essa dinâmica está atrelada ao momento de confusão sobre a verdade que enfrentamos hoje. Se os elementos da confiabilidade estabelecidos pelo jornalismo estão enfraquecidos e podem ser facilmente copiados, muitos sujeitos recorrem aquilo que muitas vezes é entendido como “sem explicação”, onde a racionalidade não necessariamente toca. Por isso, a religião também se torna uma ferramenta forte de disseminação de informação no geral, verídicas ou não. Percebemos, inclusive, que a busca pela salvação é uma grande justificativa para convencer o público, discurso que aparece especialmente em perfis pessoais, em tuítes próprios ou em comentários de publicações de terceiros.

Novamente, encontramos conteúdos em que as estratégias desinformativas são múltiplas. A religião não necessariamente se distancia de fatores como a ciência, mas age como mais um elemento de comprovação da informação falsa, utilizado em conjunto, por exemplo, de sites, figuras de identificação como a bandeira do Brasil e vídeos, como vemos em exemplos abaixo.

Nas figuras 19 e 20, os usuários compartilharam o mesmo link do site Value Walk que mencionei anteriormente, e relacionam a vacina à religião, por meio de termos como “marca da besta” e “biblicamente chipado”. Mas na figura 21, tuíte publicado em maio de 2023, vemos que mesmo em publicações de terceiros, as pessoas demonizam a vacina como forma de lutar contra ela.

Figura 19 - Tuíte que relaciona a vacina à religião (1)<sup>35</sup>

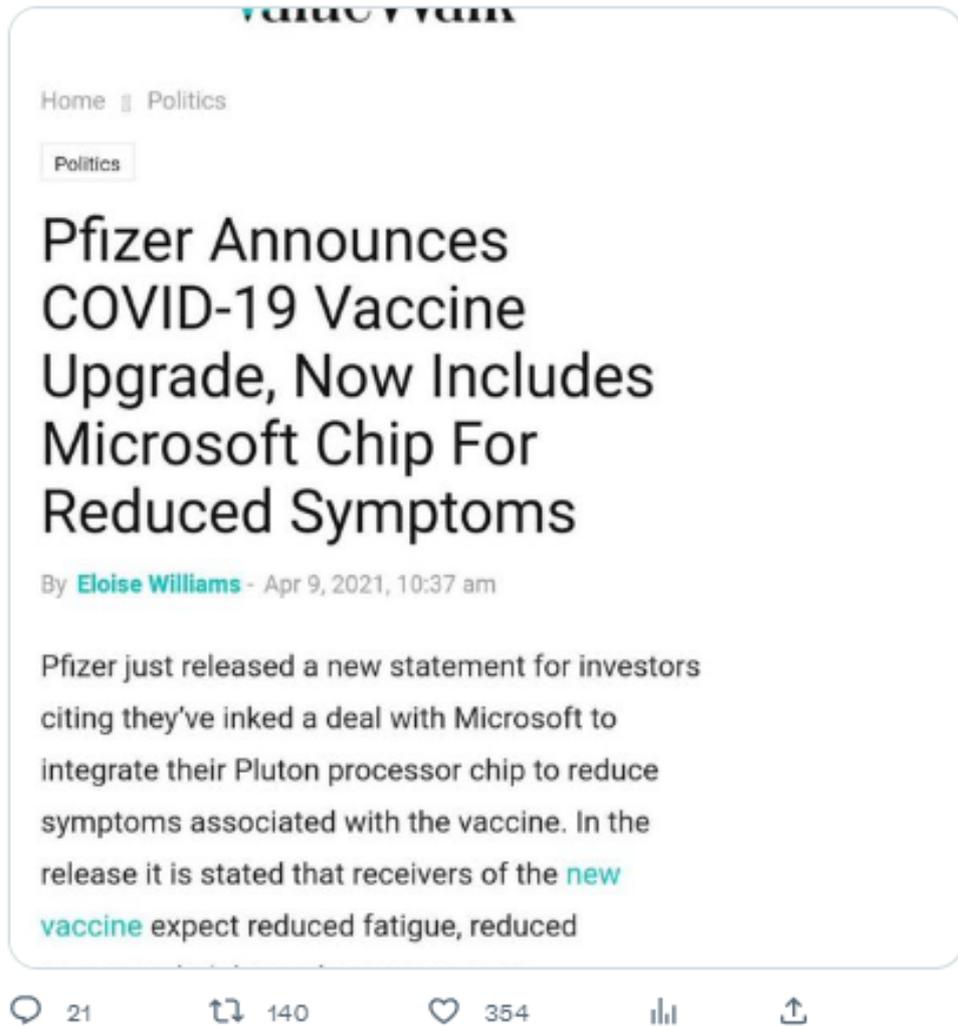


<sup>35</sup> <https://twitter.com/MarleneFFL/status/1382568402590502912>

 **MFF RJ** 🇧🇷 ❤️ ⚡️ ⚙️ **Deus Amor Pátria L...** @Marle... · Apr 15, 2021 ...  
Pluton para reduzir os sintomas associados à vacina. No comunicado, afirma-se que os receptores da nova vacina esperam redução da fadiga, redução da dor, aumento da consciência etc.

Marca da besta ?? Microchip na pele ?! Coisa de conspiradores 🤪

@blackbirduncensored



The screenshot shows a tweet from @blackbirduncensored. The tweet content is a screenshot of a news article from 'POLITICS TODAY'. The article title is 'Pfizer Announces COVID-19 Vaccine Upgrade, Now Includes Microsoft Chip For Reduced Symptoms'. The author is 'Eloise Williams' and the date is 'Apr 9, 2021, 10:37 am'. The article text states: 'Pfizer just released a new statement for investors citing they've inked a deal with Microsoft to integrate their Pluton processor chip to reduce symptoms associated with the vaccine. In the release it is stated that receivers of the new vaccine expect reduced fatigue, reduced'.

21    140    354    [Bar chart icon]    [Share icon]

Fonte: Twitter

Figura 20 - Tuíte que relaciona a vacina à religião (2)<sup>36</sup>

<sup>36</sup> <https://twitter.com/Jostorquatoyma1/status/1452991912579846158>



Fonte: Twitter

Figura 21 - Tuíte que relaciona a vacina à religião (3)<sup>37</sup>

<sup>37</sup> <https://twitter.com/overdadeiro111/status/1653856774812835844>



Fonte: Twitter

A partir da perspectiva narrativa, entendemos que devemos analisar não de maneira isolada, mas enxergando o todo. Por isso, conseguimos observar que as dinâmicas desinformativas não são formadas apenas por conteúdos que buscam informar, mas por tudo aquilo em torno da temática que escolhemos direcionar nosso olhar. Um simples meme que inicialmente é visto como leve e busca ridicularizar a fake news pode, na verdade, ajudar a propagá-la ainda mais.

Ao discutir desinformação e fake news, muito se fala da mimetização dos conteúdos jornalísticos e da busca consciente em enganar. Mas não podemos ter um olhar tão reduzido em uma dinâmica tão ampla como a dos processos

comunicacionais. Assim, não achamos justo afirmar que a população só é desinformada por aqueles conteúdos que buscam ativamente produzir “falsidades”, mas consideramos como até meros comentários como o cerne dos fluxos desinformativos.

Na busca realizada no Twitter, o que mais encontramos foram comentários irônicos, em seus mais variados tipos. De primeira, nos deparamos com um tipo de ironia que eu identifico como mentira descarada, aquela que não se apoia em nenhum outro elemento para se provar como verdade. Um dos mais reconhecidos sites que produz conteúdo irônico é o Sensacionalista, criando mentiras dentro de verdades e se aproveitando de fake news para produzir materiais de comédia. Pode ser que, por ser um site famoso e de muitos anos de história, muitas pessoas já identificam de início ao ver quem foi o autor do tuíte. Mas como definir o que é ironia sem esse tipo de parâmetro? Na figura abaixo, vemos uma foto real de Mônica Calazans, a primeira enfermeira vacinada de covid-19 no Brasil, mas ela não fez nenhum tipo de declaração sobre chip na vacina. Essa mistura de elementos verdadeiros e enganosos pode confundir a população.

Figura 22 - Notícia do Sensacionalista<sup>38</sup>



Fonte: Twitter

<sup>38</sup><https://twitter.com/sensacionalista/status/1351132653844574209>

Repleto de conteúdos pessoais, o compartilhamento de relatos é parte importante do Twitter, mas nem todos são verdade. Nesta análise, consegui identificar certos conteúdos como irônicos a partir de elementos que ultrapassam os 240 caracteres dos tuítes. Um comentário de um terceiro ou uma outra publicação do autor do tuíte me ajudaram a fazer esse tipo de definição. Do contrário, fica difícil afirmar o que é real e o que é brincadeira para os sujeitos que escrevem na rede social. Isso ocorre pela complexidade da ironia, como percebemos na definição do substantivo no dicionário Michelin:

Figura pela qual se faz uso de palavras que são o contrário do que realmente se quer dizer, geralmente para demonstrar humor, irritação ou aborrecimento; considerada uma das formas mais complexas de expressão literária, é tida não apenas como uma figura de linguagem ou de pensamento, mas um hábito mental que implica diversas nuances de significados simultâneos ou, ainda, múltiplos significados de uma afirmação ou de um comentário (MICHELIN VER REFERÊNCIA - <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/ironia/>)

Observamos, então, tuítes que demonstram a crença da presença no chip da vacina e trazem experiências relacionadas a ele. Nas figuras 23 e 24, encontramos afirmações de que as pessoas estão sendo vigiadas, bem como a identificação de um sinal transmitido pelo chip e até mesmo defesa de como eles são implantados. Não existe expressão facial ou corporal que nos dê algum indício de ironia, então nos resta apenas ater às palavras que, como já sabemos, podem ser interpretadas das mais diferentes formas.

Figura 23 - Tuíte que contém ironia (1)<sup>39</sup>

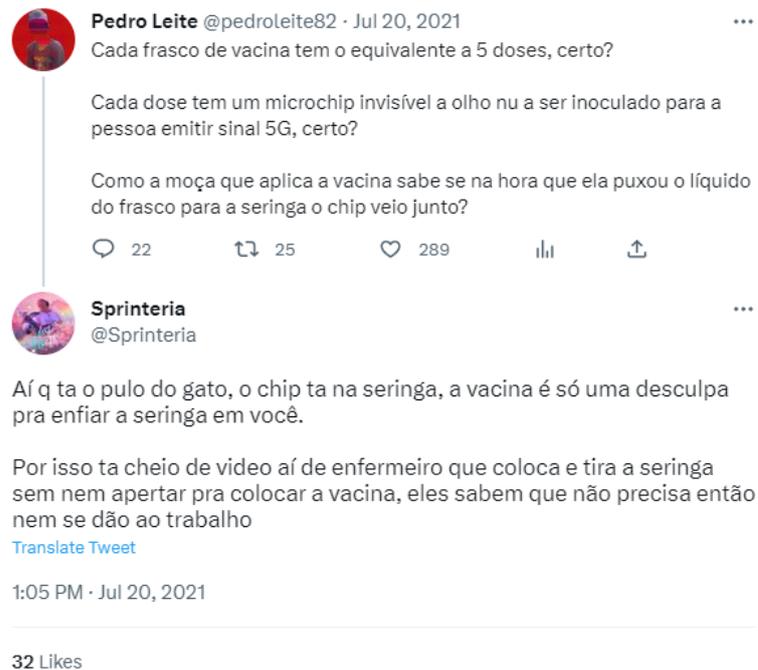
---

<sup>39</sup><https://twitter.com/cotaamariana/status/1497030315641950215>



Fonte: Twitter

Figura 24 - Tuíte que contém ironia (2)<sup>40</sup>



Fonte: Twitter

<sup>40</sup><https://twitter.com/Sprinteria/status/1417515917945212929>

Esses tuítes têm um formato bastante similar àqueles não-irônicos, por isso se misturam e geram um conflito de entendimento. É importante tratar com bastante atenção conteúdos como estes, pois essa é uma das principais maneiras de iniciar a propagação de uma informação enganosa. No caso da notícia publicada pela Lupa sobre a o chip da Microsoft presente na Pfizer, a matéria explica que a fake news foi inicialmente publicada de maneira satírica por um site de humor chamado The Stonk Market<sup>41</sup>. O material foi tirado de contexto e compartilhado como verdadeiro por usuários italianos, americanos e russos.

Mais uma categoria bastante presente é o comentário irônico, aquele despretensioso mas que continua colaborando com os fluxos desinformativos. Abaixo, observamos um tuíte que, além mostrar a concordância sobre a presença de chip nas vacinas por parte de nomes famosos como o de um jogador da NBA, também, através da ironia, dá a entender que a informação é verídica e ainda prejudicou o jogador mencionado, corroborando para o negacionismo em torno do tema. Da mesma maneira, a insinuação de que vamos “virar jacarés” ao nos vacinarmos, outra informação falsa que circulou nas redes sociais, acompanhado de um vídeo fake, ajudou na disseminação ainda maior desse conteúdo.

Figura 25 - Tuíte que contém ironia (3)<sup>42</sup>



Fonte: Twitter

<sup>41</sup> <https://thestonkmarket.com/pfizer-announces-covid-19-vaccine-upgrade-now-includes-microsoft-chip-for-reduced-symptoms/>

<sup>42</sup> <https://twitter.com/NBAdabad/status/1445139106883936271>

Figura 26 - Tuíte que contém ironia (4)<sup>43</sup>

Fonte: Twitter

Somadas a essas, a polarização política não fica de fora da ironização. A utilização de termos associados pejorativamente à esquerda também foi um elemento frequente nos tuítes, que relacionavam, por exemplo, o comunismo à vacina. Essa foi mais uma estratégia de legitimação que buscou disseminar a informação falsa, a mitopoesia - a recompensa social era dada àqueles que não contribuem com uma vacina comunista e que auxiliavam na evidenciação de suas consequências negativas.

No tuíte da figura 27, dá-se a entender que a esquerda é a favor do chip na vacina justamente porque vai obrigar todos a se tornarem comunistas, enquanto na figura 28, vemos um repúdio à vacina exatamente por essa justificativa. Quem nos garante que a ironia é vista por todos? Existem diversas camadas presentes na

<sup>43</sup> <https://twitter.com/paiva/status/1403365111008575489>

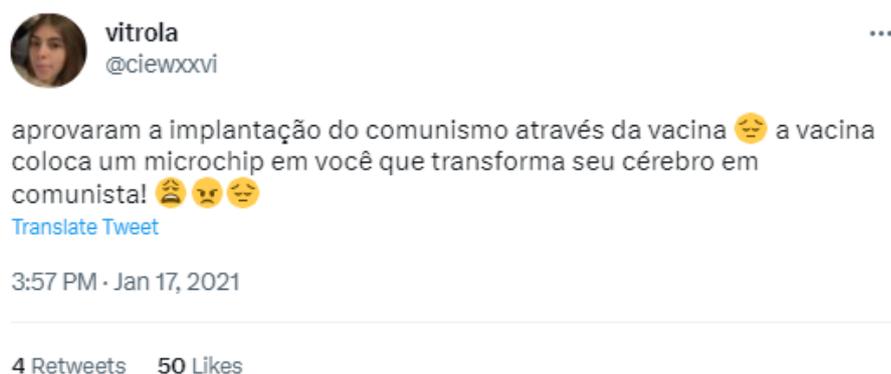
interpretação de um simples tuíte: é necessário, por exemplo, saber um pouco de como o Twitter funciona, assim como estar por dentro das notícias atuais - e formas com que cada coisa é compartilhada -, além de entender o que pode ser brincadeira ou não. Esse combo faz com que a intenção original de entendimento que os usuários em questão propuseram, se perca entre as diversas outras possibilidades.

Figura 27 - Tuíte que contém ironia política (1)<sup>44</sup>



Fonte: Twitter

Figura 28 - Tuíte que contém ironia política (2)<sup>45</sup>



Fonte: Twitter

Conseguimos relacionar essa situação com o conceito de tríplice mimese, de Ricouer. Sabemos que temos o mundo prefigurado, aquele que todos estamos inseridos, onde se encontram todas as condições que tornam as narrativas possíveis. Sabemos, também, que os sujeitos partem de uma localidade específica, ou seja, não

<sup>44</sup> [https://twitter.com/roberta\\_bastoss/status/1339019127013470210](https://twitter.com/roberta_bastoss/status/1339019127013470210)

<sup>45</sup> <https://twitter.com/ciewxxvi/status/1350880040058281985>

narram tudo em todas as perspectivas, mas nas suas próprias, a partir de suas vivências particulares - culturalmente situadas, o que constrói o mundo configurado.

E é a partir do narrar que temos o mundo refigurado, quando ouvimos as histórias e as tornamos nossas, a partir do nosso próprio entendimento. Portanto, a autora do tuíte partiu de um certo lugar e atingiu diversos pontos, pois ao ter sua narrativa consumida por outras pessoas, diversas refigurações são feitas. Esse processo é inerente nas dinâmicas comunicacionais, afinal, é impossível definir apenas um entendimento das coisas, muito menos definir certos e errados, especialmente em temáticas tão multifacetadas como essas.

Isso nos mostra a complexidade das dinâmicas presentes nas redes sociais e comprova que nada pode ser considerado absurdo mais. Se já havíamos estabelecido que a terra era redonda, por meio de diversas comprovações científicas, seria absurdo afirmar que ela é plana. Mas não é isso que acontece, já que é fácil encontrar, em qualquer plataforma na internet, algum conteúdo terraplanista, inclusive na própria Agência Lupa.

A movimentação em entender tudo como possível de ser interpretado também já está inserido em alguns conteúdos, que buscam deixar claro o que querem dizer, ou seja, deixando óbvio as obviedades, como na figura 29. Porque, o que entendemos é justamente isso: a dinâmica relacional da credibilidade e suas subjetividades demonstram que o óbvio não é realmente óbvio, assim como a verdade não necessariamente é verdade.

Figura 29 - Tuíte que contém ironia explicada<sup>46</sup>



Fonte: Twitter

<sup>46</sup> <https://twitter.com/JAMARTH1986/status/1505204111045767171>

Como abordado neste trabalho, entendemos a narrativa como um ato comunicacional e que faz parte da experiência do tempo. Se sabemos que cada sujeito tem experiências a partir de uma perspectiva temporal, histórica, espacial e corporal singular, de que adianta tratar todos como iguais? É por meio do reconhecimento da pluralidade de narrativas que conseguimos entender as dinâmicas da comunicação.

Encontramos, nos fluxos desinformativos, as quatro estratégias de legitimação do discurso presentes no trabalho de Recuero (2021): autorização, avaliação moral, racionalização e mitopoesia, que dizem respeito à autoridade e credibilidade a certos elementos, como vimos nos exemplos ao longo dessa análise. A diversidade de formas de legitimação e de materiais presentes no Twitter faz com que a desinformação alcance muitos usuários de formas distintas, de maneiras diferentes, tornando ainda mais eficaz a disseminação da fake news.

Diante de tudo isso que apresentei, reforço que tenho a consciência de não ter abordado todos os fluxos presentes no Twitter. Conteúdos foram apagados, a rede passou por diversas mudanças - que continuam acontecendo - e, sobretudo, falo aqui a partir de uma perspectiva muito única: a minha. Mas é começando assim, analisando de pouquinho em pouquinho, que conseguimos entender melhor porque dizem que estamos na “Era da Desinformação” e de que maneira nós fazemos parte e contribuimos para esse cenário.

Narramos porque estamos em tempo, corpo e espacialidade particulares, situados numa realidade cultural, refigurando histórias com as quais tivemos contato. Destinamos e, ao mesmo tempo, somos o destinatário das narrativas que construímos e interagimos com o mundo que configuramos no instante em que o colocamos no real. Tudo isso faz parte de cada tuíte, cada like, cada compartilhamento nas redes sociais que analisamos aqui.

## 5 Considerações finais

A desinformação nunca sai de pauta, no entanto é um fenômeno historicamente e culturalmente distinto em elementos, implicações, dimensões e até a própria terminologia varia. Em uma era onde as pessoas se beneficiam e lucram de muitas formas diferentes, a desinformação também faz parte do quadro de capitalização. Por mais que a vacina de covid-19 tenha começado a ser aplicada em 2020, o que parece bastante tempo atrás, informações falsas sobre ela continuam em vigor. Fake news que muitos consideram antigas e já ultrapassadas continuam reverberando.

O chip na vacina, por exemplo, já é uma informação desmentida tantas vezes que pode parecer inofensiva e irrelevante, mas ainda é um tema repercutido nas redes e tem recebido certas “atualizações”: onde são acrescentados ao discurso antigo novos elementos a fim de colaborar com a disseminação desse conteúdo e conquistar o espaço de credibilidade para outros sujeitos.

Apesar das diversas ações tomadas em combate a desinformação - além dos próprios resultados observados na luta contra o coronavírus - a permanência de discursos similares aos do início da pandemia nos mostram que ainda temos um longo caminho a trilhar, que já se configura enquanto extremamente complexo. O primeiro passo desse percurso é entender a situação e suas particularidades, que é o que propomos fazer ao longo dos capítulos deste trabalho.

Para o estudo, navegamos entre uma multiplicidade de tuítes e escolhemos alguns deles para serem a concretude a partir da qual o trabalho ganha vida, a partir de materiais publicados desde o início da pandemia até os dias atuais, aspecto que reafirma a atualidade da temática. Após a análise, entendemos o quão complexas são as movimentações no Twitter e como as convergências de narrativas formam um emaranhado de informações que esclarecem e confundem simultaneamente, constituindo uma ambiência que inclui .

Contrário ao que muitos pesquisadores defendem, as *fake news* e a disseminação de informações falsas não representam, sozinhas, a totalidade dos fluxos desinformativos. Quando tratamos sobre um meio tão rico em relações quanto a internet, resumir esse fenômeno apenas aos materiais que mimetizam as notícias jornalísticas significa olhar para a situação de maneira rasa e reduzida.

Tudo aquilo que atribui força à desinformação deve ser considerado, até mesmo o que pode inicialmente parecer inocente. Reconhecer a pluralidade da

desinformação é um chamado para ação. Ação dos jornalistas enquanto principais produtores de conteúdos informativos, assim como dos próprios usuários das redes sociais. É importante enxergar que cada interação online pode contribuir de alguma forma para o contexto de desinformação.

Circunstâncias como essa da pandemia de coronavírus expõem de maneira brutal as fragilidades sociais da sociedade, enfatizando a necessidade de uma ação conjunta, de união, em prol de um mundo fortalecido pelo conhecimento. Enquanto jornalistas, é importante reconhecer o que está acontecendo com as notícias e de que maneira nos inserimos nesse cenário.

Atuar no meio digital quer dizer estar em uma ambiência de espaços públicos mediados em que diversos tópicos encontram espaço e que são caracterizados pela persistência dos conteúdos, alta capacidade de busca e replicabilidade e, sobretudo, a presença de audiências invisíveis que podem não participar ativamente, mas que acompanham os diálogos ali estabelecidos. Em uma realidade infodêmica, onde somos bombardeados com informações a todo momento, pode ser caótico definir o que deve ser considerado como verdade. E é nesse emaranhado de materiais que a desinformação encontra brechas e consegue ocupar lugares de credibilidade ao se aproveitar das fraquezas do sistema.

Ao iniciar o estudo, havia a pretensão de compreender a razão pela qual as *fake news* eram entendidas como verdadeiras mas, ao longo do percurso de análise, entendi, mais do que nunca, a heterogeneidade do que é o jornalismo. Muitos querem acreditar que o fazer jornalístico se resume aos veículos de comunicação, mas hoje nos deparamos com uma realidade de múltiplas versões das mesmas coisas, inclusive do ato de se informar. Isso porque a informação chega, além dos meios tradicionais, por um vizinho que compartilhou no Facebook, uma tia que postou um stories no Instagram, um amigo que publicou no Twitter ou até mesmo por um conhecido que te encaminhou uma mensagem no WhatsApp.

Uma das minhas maiores dificuldades foi justamente reconhecer essa pluralidade na pesquisa, já que o caminho mais fácil é entender as dinâmicas de maneira simplória, como preto e branco. Mas ignorar o arco-íris de narrativas constituídas numa sociedade multifacetada é aceitar desenvolver um trabalho superficial, e essa não era nossa proposta. As provocações colocadas por estes desafios se tornaram um dos fatores mais importantes que me instigaram a realizar esse estudo.

Durante o trabalho, a pesquisa buscou navegar entre essas disputas, identificando fluxos e suas constituições culturais e narrativas. Em futuros trabalhos, o escopo pode ser estendido e ainda mais complexificado, incluindo novas dinâmicas e expandindo os conteúdos de análise, pois entendemos que os fluxos encontrados no Twitter sobre o tópico de chip na vacina de coronavírus apenas fazem parte de um grande cenário de desinformação, assim como a própria temática que, ao lado de outras, contribuíram para a construção da realidade como a temos hoje.

Ao final desta monografia, a vejo como grande motivação pessoal para me tornar uma jornalista que se compromete a exercer sua profissão reconhecendo as complexidades do meu entorno e também continuar questionando e pesquisando sobre essa área tão importante que é a comunicação. Espero que também motive àqueles que leram este trabalho.

## Referências

AMARAL, Adriana; SOARES, Thiago; POLIVANOV, Beatriz. **Disputas sobre performance nos estudos de Comunicação: desafios teóricos, derivas metodológicas**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 41, n. 1, p. 63-79, 2018. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/3044/2119>. Acesso em: 19 jan. 2023.

CANTUÁRIO, V. A. P. **“Isso é verdade?” — a “infodemia” da pandemia: considerações sobre a desinformação no combate à COVID-19**. Investigação Filosófica, Macapá, v. 11, n.2, 2020. Disponível em <https://periodicos.unifap.br/index.php/investigacaofilosofica/article/view/5934>. Acesso em 21 out. 2020.

CASADEI, Eliza; PAGANOTTI, IVAN. **Convenções do Estilo Jornalístico em Proto-Fakenews: entre padronizações, réplicas, emulações, paródias e fraudes**. In: GOMEZ, Mayra; SOARES, Rosana (org). Narrativas midiáticas: crítica das representações e mediações. São Paulo: ECA-USP, 2020.

GUTMANN, Juliana. **Audiovisual em rede: derivas conceituais**. 1ª edição. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2021. E-book.

LAGE, Igor; VILAS BOAS, Valéria. **Sobre o jornalismo e sua crise: pensar a credibilidade e a subjetividade jornalística pelo signo da catástrofe**. In: MAIA, Jussara; BERTOL, Rachel; VALLE, Flávio; MANNA, Nuno (orgs.). Catástrofes e crises do tempo: historicidades dos processos comunicacionais. Belo Horizonte: Selo PPGCOM/UFMG, 2020.

LEAL, Bruno; GOMES, Itânia; RIBEIRO, Ana Paula. **A historicidade dos processos comunicacionais: elementos para uma abordagem**. In: MUSSE, Christina; VARGAS Herom; NICOLAU Marcos; organizadores. Comunicação, Mídia e Temporalidades. Salvador, Edufba, 2017.p.37- 57.

LEAL, Bruno. **Introdução às narrativas jornalísticas**. Porto Alegre: Sulina, 2022.

MANNA, Nuno. **Narrativa e a experiência do tempo histórico: uma perspectiva contextual e conceitual para análise de processos comunicacionais**. Revista Latinoamericana en Comunicación, Educación e Historia, Córdoba, Argentina, N° 2, p. 37 - 52, 2020. Disponível em: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/comedhi/issue/view/2410>. Acesso em 19 jan. 2023.

PROJETO CREDIBILIDADE. Projeto Credibilidade, 2019. Site oficial. Disponível em: <https://www.credibilidade.org/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet, Difusão de Informação e Jornalismo: Elementos para discussão**. In: SOSTER, Demétrio de Azeredo; FIRMINO, Fernando.. (Org.). Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma. Santa Cruz do Sul: UNISC, 2009, v. , p. 1-269.

RECUERO, Raquel; STUMPF, Elisa Marchioro. **Características do discurso desinformativo no Twitter: estudo do discurso antivacinas do COVID-19**. Linguagem, Tecnologia e Ensino, p.111-137. São Paulo, 2021.

SCHECHNER, Richard. 2006. **O que é performance?** In: Performance studies: an introduction, second edition. New York & London: Routledge, p. 28-51.

SODRÉ, Muniz. **O facto falso: Do factóide às fake news**. As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade, p. 87-100, 2019.

TAVARES, Frederico. **Os lados do jornalismo**. 2023