



WhatsApp, desinformação e infodemia: o “inimigo” criptografado

WhatsApp, misinformation and infodemia: the encrypted "enemy"

Gustavo Teixeira de Faria Pereira ^a 

Iluska Maria da Silva Coutinho ^a 

RESUMO: Em meio à pandemia da Covid-19 a questão da informação ganhou centralidade no Brasil, já que notícias falsas sobre o vírus e a negação da ciência podem levar pessoas à morte. Observou-se que elevado número de “fake news” divulgadas, mesmo em um assunto tão delicado, contribuiu para a criação de um ambiente social de infodemia e desinformação. Nesse artigo a proposta é realizar uma reflexão sobre o tensionamento informação/desinformação, potencializado com a popularização da internet e das redes sociais digitais. O foco do estudo empírico é o chamado “Gabinete do Ódio” e as circulações a ele associadas que ocorreram por meio do aplicativo de conversas WhatsApp. Para isso, recorre-se em termos metodológicos à Pesquisa Documental (Gil, 2008), tendo como universo de pesquisa sites on-line que fornecerão a materialidade da investigação e vídeos veiculados em telejornais da Rede Globo com temáticas relacionadas ao *WhatsApp, Gabinete do Ódio e notícias falsas*. Para o tratamento desse material será utilizada a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), método de investigação que busca compreender as complexidades de conteúdos telejornalísticos como uma unidade de texto e paratexto. Os resultados preliminares apontam para as dificuldades de se identificar e mensurar conteúdos falsos propagados no WhatsApp, sendo um dos espaços de maior atuação do Gabinete do Ódio.

Palavras-chave: Desinformação; Infodemia; Covid-19; WhatsApp; Gabinete do Ódio.


ABSTRACT: In the middle of the Covid-19 pandemic, debates about information entered the spotlight in Brazil, since fake news about the virus and science denial can lead to people’s death. It has been observed that the elevated number of shared “fake news”, even about such a delicate topic, contributed to the creation of a social environment of infodemia and misinformation. In this essay the proposal is to realize a reflection about the information/misinformation tension, powered by the popularization of the internet and social media. The focus of the empirical study is the called “Gabinete do Ódio” and the circulations associated with it that took place through the WhatsApp chat application. For this, we resort in methodological terms to Documentary Research (Gil, 2008), having as research resource on-line sites that provide the materiality of the investigation and videos broadcasted on TV news from Rede Globo with themes related to WhatsApp, Gabinete do Ódio and fake news. For the treatment of this material, the Analysis of Audiovisual Materiality (Coutinho, 2016; 2018) will be used, a research method that seeks to understand the complexities of TV journalistic content as a unit of text and paratext. Preliminary results point to the difficulties of identifying and measuring false content propagated on WhatsApp, being one of the most active spaces of the “Gabinete do Ódio”.

Keywords: Misinformation; Infodemic; Covid-19; WhatsApp; “Gabinete do Ódio”.

^a Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG, Brasil.

* Correspondência para/Correspondence to: Gustavo Teixeira de Faria Pereira. E-mail: gustavo_tfp@yahoo.com.br.

Recebido em/Received: 04/03/2022; Aprovado em/Approved: 29/04/2022.

Artigo publicado em acesso aberto sob licença [CC BY 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

INTRODUÇÃO

Com a globalização e a recente popularização da internet e das redes sociais, o mundo está cada vez mais conectado; o consumo de notícia, informação e entretenimento por meio de telas tem crescido, assim como a potencialidade de qualquer pessoa publicar conteúdos (Castells 1999). A questão da interação é central nas redes sociais digitais e sites (Recuero 2005) e estimula o compartilhamento de materiais publicados por outras pessoas, ampliando a circulação destas publicações, que alcançam um número maior de público.

Nesse processo e ambiência convergente, surgem novos atores sociais que ganham espaço e visibilidade a partir da produção de conteúdo. Por outro lado, os meios de comunicação de massa observaram na internet e nas redes sociais um potencial de expansão de seus materiais para este novo espaço, já que a web permite diferentes formatos de veiculação, possibilitando que conteúdos de jornais e revistas impressas, rádio e TV também sejam publicados de forma on-line. Como consequência aumenta o acesso a esses materiais por parcelas do público até então não alcançadas por esses veículos de comunicação, além de funcionar também como espaço de repositório ou arquivo.

Entretanto, ainda que a internet e as redes sociais digitais apresentem novas potencialidades e facilidades para que um usuário se informe, seja por meio de veículos de comunicação (massivos ou alternativos), por jornalistas ou por novos atores sociais que ganharam espaço na web, identifica-se também riscos relacionados à propagação de notícias falsas, muitas vezes de forma intencional. Há circulação de conteúdos de ódio e discriminação, o que contribui para a criação de um ambiente de desinformação.

Quando no início de 2020 o mundo passou a conviver com a pandemia da Covid-19, a questão da desinformação e das *fake news*, termo defendido por autores como Meneses (2018); Allcott e Gentzkow (2017); e Zattar (2017) como sinônimo de notícias falsa¹, se tornou um risco ainda maior, já que a propagação de conteúdos falsos e o negacionismo passaram a representar uma ameaça aos esforços de combate à pandemia. Grande parte da divulgação e circulação de *fake news* encontrou na internet e nas redes sociais digitais seu maior potencial, já que os algoritmos da maior parte destas redes sociais são programados para personalizar o consumo dos usuários e fazer chegar conteúdos que tenham uma grande difusão – ou seja, que “viralizaram” – relacionados aos temas que possam interessar às pessoas. Na prática, quanto mais um conteúdo viraliza, mais usuários ele vai alcançar, sendo verdadeiro ou falso, já que há uma grande dificuldade de se fiscalizar essa circulação. Com isso, um conteúdo falso só pararia de ser divulgado de forma ampla por meio de uma série de denúncias dos

¹ Identifica-se uma popularização, até mesmo no senso comum, da utilização do termo “fake news” para fazer referência a uma notícia falsa. Contudo, destacamos que a própria etimologia da expressão apresenta problemas, já que uma notícia não poderia ser falsa. Feita esta observação, a utilização do termo “fake news” faz-se relevante para a compreensão desses conteúdos propagados de forma falsa na internet e que receberam esta nomenclatura no cenário brasileiro, assim como o termo desinformação.

próprios usuários, levando esse material para análise de equipes das redes sociais digitais e, em caso de ser atestado que é falso ou contrário às normas da empresa, só assim seria excluído.

Ainda que as estratégias de confiabilidade do conteúdo em circulação nas redes sejam questionáveis, sendo em grande parte baseadas também na perspectiva da interação e engajamento de usuários, e algoritmos, há ainda outro espaço potencial de difusão de *fake news*, o *WhatsApp*. Esse aplicativo multiplataforma gratuito de mensagens e ligações permite que o usuário se conecte com amigos e familiares a qualquer hora e em qualquer lugar por meio de troca de mensagens de texto, áudio e vídeo. Presente em mais de 180 países e utilizado por mais de dois bilhões de pessoas no mundo, segundo dados institucionais publicados pela empresa em seu site, “O *WhatsApp* surgiu como uma alternativa ao sistema de SMS e agora possibilita o envio e recebimento de diversos arquivos de mídia: textos, fotos, vídeos, documentos e localização, além de chamadas de voz. Alguns de seus momentos mais importantes são compartilhados no *WhatsApp*” (Whatsapp, 2021).

Como a principal potencialidade do *WhatsApp* está na rede de contatos que é estabelecida pelos usuários, que só receberiam mensagens de amigos ou familiares de forma individual ou em grupos, a empresa adotou a criptografia de ponta a ponta como forma de proteger seus usuários, impedindo que conversas sejam rastreadas, inclusive pela justiça.

Diferentemente de redes sociais digitais como *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, todas baseadas em algoritmos de interação e engajamento, no *WhatsApp* ocorre uma maior personalização, de modo que os conteúdos que são recebidos pelos usuários sejam, em geral, de pessoas próximas, o que poderia gerar uma maior confiabilidade e credibilidade quanto à veracidade destas informações.

O objetivo deste artigo é compreender como se estabelecem as comunicações de informação e desinformação do chamado “Gabinete do Ódio”, espaço não institucional mas com forte atuação no aplicativo de mensagens *WhatsApp* e outras redes sociais digitais. Considera-se no combate à desinformação a existência de dificuldade para identificação de mentiras nesses fluxos em grupos específicos dado o recurso da criptografia de ponta a ponta. Criado para garantir a segurança dos usuários, resulta também em uma maior dificuldade de fiscalização acerca dos conteúdos das conversas. Além disso, a premissa de que as mensagens chegam repassadas por pessoas de confiança – amigos, familiares e conhecidos – também contribui para que os materiais reproduzidos no *WhatsApp* se propaguem de forma acelerada, sem checagem. Por isso um dos objetivos do texto é também estabelecer um contraponto ou correlação dessas circulações com materiais em vídeo que mencionam o referido Gabinete, veiculados em telejornais de referência.

Em termos metódicos, recorre-se à utilização da Análise Documental (Gil 2008), para analisar o uso do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta do chamado “Gabinete do Ódio”. O termo começou em 2019 a ser usado para caracterizar a ação de grupos organizados, essencialmente ligados à base aliada e à família do presidente Jair

Bolsonaro, para a realização de ataques nas redes sociais e a disseminação de desinformação. O “Gabinete do Ódio” tornou-se alvo da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito do Congresso Nacional (CPMI) das *Fake News*, instaurada por 15 deputados federais e por 15 senadores em julho de 2019 para investigar ataques cibernéticos, uso de perfis falsos que poderiam ter influenciado o resultado das eleições 2018, *cyberbullying* e outros crimes de ódio².

Em um segundo momento, tomaremos como método a Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016; 2018), para investigar conteúdos audiovisuais dos telejornais do Grupo Globo de Televisão que tenham como temática o “Gabinete do Ódio”, o WhatsApp, a Covid-19 relacionando os termos às *fake news* e à desinformação. Esta análise contribuirá para os resultados preliminares deste trabalho, apontando as características da relação entre a desinformação, a propagação de conteúdos falsos e o WhatsApp, que por conta da criptografia põe a ponta dificultaria o combate às “*fake news*”.

Desinformação, *fake news* e infodemia

Antes de trabalharmos com a conceituação de *fake news* e de desinformação, há de se inferir que as “notícias falsas” não são uma novidade, já que sempre estiveram presentes nas sociedades, desde a comunicação oral (Altares 2018). Ao abordarem os conceitos no contexto europeu, mas que também podemos aplicar ao contexto brasileiro, Pereira *et al* (2019) aproximam os significados dos dois termos, destacando, contudo, que as *fake news* podem ser compreendidas a partir de uma informação fabricada e que imitaria os formatos e linguagens jornalísticas, por isso a associação do termo “*fake*” com “*news*”, de notícia, ressaltando que uma notícia não teria como ser falsa; enquanto desinformação é um processo mais amplo, que engloba as *fake news* e consiste na promoção de conteúdos falsos ou manipulados, por meio do potencial que possui de causar impactos negativos na sociedade, através da enganação (Posetti, Bontcheva 2020). Devido à falta de tradução exata para o termo desinformação, utiliza-se como sinônimos os termos *misinformation* e *desinformation*, palavras às quais norteiam os estudos nacionais acerca da desinformação.

Em relação à expressão *fake news*, não há uma origem exata, mas sim um marco de sua popularização, que ocorreu nas eleições presidenciais dos Estados Unidos da América de 2016 com a disseminação massiva de conteúdos falsos de forma intencional e sua utilização de forma exaustiva por Donald Trump.

Allcott e Gentzkow (2017) definem *fake news* como sendo a propagação intencional de informações falsas ou distorção de conteúdos verdadeiros com o objetivo de enganar e ludibriar os cidadãos. Os autores ressaltam que os algoritmos e a potencialidade de

² O requerimento na íntegra a respeito da instauração da CPMI das Fake News pode ser consultado em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/txtmat?codmat=137594>. Acesso em: 03 mar. 2022.

rápida propagação de conteúdos nas redes sociais digitais sem nenhum tipo de verificação, apuração ou filtros contribuiu para a efetivação dessas notícias falsas.

Já Meneses (2018) aponta para os vários usos do termo *fake news*, que encontra terreno fértil na facilidade de publicação, falta de regulação da mídia, abundância de informações e conteúdos e pela facilidade de confusão entre o que é verdadeiro e o que é falso, algo que é potencializado pelo declínio nas notícias profissionais produzidas por jornalistas, o que está diretamente associado à desinformação.

O autor destaca que as *fake news* se inserem no fenômeno da segunda década do século XXI, que é o da desinformação e que é conceituado por Wardle e Derakhshan (2017) como sendo a difusão de falsas informações que são conscientemente produzidas e compartilhadas para causar danos. O fenômeno da desinformação contém as *fake news* e está associada às estratégias utilizadas de forma intencional para a propagação de conteúdos falsos de forma massiva no ambiente digital (Zattar 2017).

Para compreendermos a questão das redes sociais digitais e suas potencialidades como meio de comunicação e de informação – e também de desinformação – faz-se necessária a compreensão dos algoritmos e suas formas de atuação na internet. Teixeira (1998) destaca que seria: “um processo ordenado por regras, que diz como se deve proceder para resolver um determinado problema. Um algoritmo é, pois, uma receita para se fazer alguma coisa” (Teixeira 1998, p. 20), e nesse sentido, a circulação de conteúdos na internet ocorre de maneira programada, independentemente de verificação ou não desses materiais, que quanto mais são consumidos, mais “viralizam” e geram um maior alcance.

Striphas (2015) define os algoritmos como sendo um conjunto de procedimento matemáticos ou sistemas de codificação que podem revelar ou esconder coisas e estão associados com linguagem, tecnologia, big data, “analytics” e economia política. Os algoritmos são fórmulas matemáticas que agem sem juízo de valor. Contudo, através da utilização de suas fórmulas de modo manipulado, é possível a propagação de conteúdos em detrimento de outros, o que passa pela compreensão destas fórmulas, que são construídas por grandes empresas da tecnologia, como o Google e os próprios algoritmos vigentes e em funcionamento nas redes sociais digitais.

Com isso, tanto a informação como a desinformação circulam de forma ampla no ambiente digital, não havendo nenhum tipo de checagem sobre a sua veracidade, o que contribui tanto para o aumento do alcance de conteúdos informativos, incluindo os provenientes de meios de comunicação de massa que também estão presentes na internet, como também notícias falsas. Tais informações são divulgadas e consumidas de forma massiva, e circulam na web sem que os usuários saibam diferenciar uma notícia verdadeira de uma *fake news*.

No entanto, em um cenário de pandemia como o da Covid-19, a questão da desinformação ganha ainda mais destaque, já que uma notícia falsa que é amplamente divulgada pode gerar impactos diretos na saúde das pessoas e até mortes. Isso

configuraria um cenário de infodemia, que Garcia e Duarte (2020) conceituam como sendo um grande número de informações sobre determinado assunto que se difundem de forma desenfreada, surgindo rumores e desinformação, além da manipulação de informações com o intuito de gerar conteúdos falsos, destacando as redes sociais digitais como principal espaço para essa difusão de conteúdos de forma acelerada. Assim, Garcia e Duarte (2020) conceituam infodemia como a difusão desenfreada de um grande número de informações sobre determinado assunto, com surgimento de rumores e desinformação, além da manipulação de informações com o intuito de gerar conteúdos falsos. Os autores destacam as redes sociais digitais como principal espaço para essa difusão de conteúdos de forma acelerada.

Ao tratarem especificamente da questão da pandemia da Covid-19, os autores destacam que “o constante bombardeio de informações que alcançam as pessoas por diversos meios e mídias (como televisão, rádio, computador, *tablets*, *smartphones*, jornais impressos ou eletrônicos, *blogs*, mídias sociais, aplicativos de conversas) acaba por sobrecarregá-las” (Garcia, Duarte, 2020, p. 1), gerando um cenário de instabilidade e de incertezas e levando as pessoas a não se pautarem exclusivamente pela ciência, mas sim pelo que leram ou viram em suas redes sociais.

Este cenário pode ser chamado ao que Posetti e Bontcheva (2020) definem como desinfodemia, estratégia de produção de conteúdos falsos de forma deliberada. Os autores afirmam que estes recursos utilizam métodos bem conhecidos na produção de materiais digitais que englobam matérias e *memes* falsos ou enganosos, fontes falsas e até instigam as pessoas a clicarem em links conectados ao “phishing”³.

Neste sentido, o *WhatsApp* se insere como um dos principais espaços para a propagação de conteúdos falsos e que não são pautados pela ciência, já que é possível enviar ou encaminhar mensagens com apenas alguns cliques para um usuário em específico ou para um grupo sem que o aplicativo ou quem enviou o material se responsabilize pelas informações contidas nas mensagens. Com isso, há uma divulgação que não ocorre a partir dos filtros de bolhas como nas demais redes sociais, mas há um “efeito formiguinha”, que quanto mais é compartilhado (encaminhado), mais alcance tem e maior a sua difusão, também podendo viralizar.

Uma maneira de “furar” essas bolhas ocorre por meio de iniciativas como o Monitor do *WhatsApp*, produzido por pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), que monitora mais de 300 grupos públicos no aplicativo de mensagens diariamente⁴. No entanto, grande parte dos conteúdos que circulam no *WhatsApp* são de difícil monitoramento, já que sua penetração é mais selecionada e feita a partir de redes estabelecidas por relações de conhecimento e confiança, o que dificulta a

³Phishing é uma técnica apropriada da tecnologia social que tem sido utilizada para enganar usuários e obter informações confidenciais através do “click” em links disponibilizados na internet.

⁴ Monitor de *WhatsApp*. Disponível em: <http://www.monitor-de-whatsapp.dcc.ufmg.br/>. Acesso em: 03 mar. 2022.

fiscalização e identificação de conteúdo falso que é reproduzido em grupos e conversas privadas no *WhatsApp*.

WhatsApp em foco: potencialidades e riscos

Com larga difusão no mundo e mais de 2 bilhões de usuários, o *WhatsApp* é um serviço de mensagens que “oferece um serviço de mensagens e chamadas simples, seguro e confiável para celulares em todo o mundo” (Whatsapp, 2021). Fundado em 2009 por ex-funcionários do *Yahoo*, Brian Acton e Jan Koum, em 2014 o *WhatsApp* foi vendido por 16 bilhões de dólares para o *Facebook*, empresa de Mark Zuckerberg.

Por ser um aplicativo de conversas e compartilhamento de mensagens entre amigos, familiares e conhecidos, o *WhatsApp* se popularizou por não ter como lógica predominante a questão dos algoritmos, já que a interação ocorre apenas por meio da troca de mensagens de usuários que tenham seu número ou que participem de um grupo em comum, diferentemente de outras redes sociais como o *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* em que há uma série de tópicos que determinam a relevância e visibilidade de uma publicação.

Além disso, um diferencial do *WhatsApp* com relação ao conteúdo que circula na rede é a privacidade, garantida com a criptografia ponta a ponta, que foi implementada no fim de 2014 após uma série de ataques da justiça brasileira ao aplicativo, incluindo o pedido de prisão do vice-presidente do *Facebook* à época. Sobre o serviço de criptografia ponta a ponta, o *WhatsApp* o define como uma ferramenta a mais para dar segurança aos usuários⁵.

Com a criptografia de ponta a ponta e a proteção dos conteúdos garantida por essa ferramenta, o *WhatsApp* se tornou um espaço ainda maior de circulação de informações, verdadeiras ou falsas, principalmente pela potencialidade de serem transmitidas tanto em conversas individuais como em listas de transmissão (para vários usuários ao mesmo tempo e de forma individualizada) e em grupos (família, amigos, conhecidos, trabalho, etc).

De modo a compreendermos a utilização do *WhatsApp* e analisarmos a questão da informação, desinformação e contribuição para o cenário de infodemia em meio ao coronavírus, utilizaremos inicialmente como metodologia a Pesquisa Documental (Gil, 2008) assumindo pesquisas e publicações on-line também como documentos que não receberam um tratamento analítico ou documentos de segunda mão, que de alguma

⁵ A criptografia de ponta a ponta garante que somente você e a pessoa com quem você está se comunicando podem ler ou ouvir as mensagens trocadas. Ninguém mais terá acesso a elas, nem mesmo o *WhatsApp*. Suas mensagens estão seguras com cadeados e somente você e a pessoa com quem você está se comunicando possuem as chaves especiais necessárias para destrancá-los e ler suas mensagens. Todo esse processo acontece automaticamente: não é necessário ativar configurações ou estabelecer conversas secretas especiais para garantir a segurança de suas mensagens (Whatsapp 2021)

maneira já obtiveram alguma análise, mas que atreladas a outros estudos e pesquisas oferecem novos resultados.

Sobre a utilização do *WhatsApp* no Brasil, a pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box⁶ de fevereiro de 2021, sobre “Mensageria no Brasil” e que entrevistou 2026 pessoas que possuem um *smartphone*, indicou que o *WhatsApp* é a rede social de maior uso dentre as redes sociais, com 98% dos respondentes afirmando ter o aplicativo instalado em seu telefone, enquanto 81% tem o Instagram, 74% o *Facebook* (*Messenger*) e 45% o *Telegram*, sendo que 86% dos entrevistados utilizam o *WhatsApp* todos os dias. Em relação aos grupos que participam no *WhatsApp*, 74% respondeu que participa de grupos de família, 57% trabalho, 14% política e 4% grupos pagos.

Já pesquisa realizada pela Câmara dos Deputados e pelo Senado em novembro de 2019⁷, revelou que 79% das pessoas utilizavam o *WhatsApp* como sua principal fonte de informação. No comparativo com outras fontes de informação, 50% responderam TV, 49% *Youtube*, 44% *Facebook*, 38% sites de notícias e 30% Instagram, 22% rádio, 8% jornais impressos e 7% *Twitter*. Além disso, à época 83% dos entrevistados afirmaram que as redes sociais influenciavam muito a opinião das pessoas, enquanto 15% responderam que influenciavam pouco e 2% nada.

Contudo, em pesquisa realizada pelo Datafolha meses depois, em março de 2020 e no início da pandemia da Covid-19, quando os 1558 entrevistados foram perguntados sobre a confiança na informação que vinha de diferentes fontes de informação, 61% responderam que confiam em programas jornalísticos da TV, 56% em jornais impressos, 50% programas jornalísticos de rádio, 38% em sites de notícias, 12% no *WhatsApp* e 12% no *Facebook*.

Tais dados apresentam uma contraposição à pesquisa realizada pela Câmara dos Deputados e Senado em novembro de 2019, com grande parte dos respondentes indica uma falta de confiança nas informações que recebem no *WhatsApp*, rede social em que o usuário recebe conteúdos de seus contatos (de forma individual ou em grupos).

As divergências nos resultados das pesquisas realizadas pelo Datafolha e pela Câmara dos Deputados e Senado apontam para a questão da informação x desinformação, o que é evidenciado com a pesquisa sobre a confiança dos cidadãos com relação à pandemia da Covid-19. Apesar de a internet e as redes sociais possibilitarem que os usuários curtam, comentem e compartilhem conteúdos que incluem a divulgação de materiais de meios de comunicação de massa, identifica-se que os veículos tradicionais ainda possuem uma maior credibilidade no que diz respeito a informações como as da Covid-19.

⁶ Pesquisa disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/>

⁷ Pesquisa disponível em: <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/ouvidoria/dados/pesquisa-nov-2019-relatorio-sem-tabelas>

Panzagrio (2018) afirma que as *fake news* tem dificultado o papel de informar das redes sociais, o que potencializa um reforço do papel dos meios massivos como espaços de maior confiança e credibilidade. Contudo, não é possível desconsiderar ou minimizar o grau de penetração de informações pelas redes sociais, principalmente em aplicativos como o WhatsApp em que torna-se mais difícil a utilização de serviços de checagem de (des)informações que são transmitidas entre usuários de forma individual ou em grupos e só conseguiriam ser verificadas após algum usuário perceber que o conteúdo pode ser falso. Até isso ocorrer a disseminação desses materiais circula em larga escala, e em muitos casos a checagem não é amplamente divulgada para todos os usuários que tiveram acesso a uma notícia falsa, por exemplo as *fake news* relacionadas à pandemia Covid-19⁸ como a de que termômetros infravermelhos poderiam causar doenças cerebrais; máscaras oferecem um risco à saúde; o vírus foi criado em laboratório; eficácia da hidroxicloroquina para tratar pacientes de Covid-19; dentre outros conteúdos que foram divulgados sem nenhuma comprovação científica e auxiliaram na propagação de desinformação sobre a pandemia do coronavírus.

Sobre as *fake news* propagadas nas redes sociais, uma pesquisa da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)⁹ mostrou que 73,7% das notícias falsas sobre o coronavírus circularam pelo WhatsApp, enquanto 15,8% foram publicadas e circularam no Facebook e 10,5% no Instagram, o que revela a potencialidade do WhatsApp como espaço de circulação de conteúdos, principalmente os que geram desinformação aos cidadãos, e que por chegarem de pessoas próximas ou com algum vínculo, em tese apresentariam um maior grau de confiabilidade por parte dos usuários que recebem esses materiais.

Um dos elementos relevantes no Brasil para abordar a relação desinformação sobre covid-19 e WhatsApp é o chamado “Gabinete do Ódio”, grupo de militância virtual que em 2019 se tornou alvo de investigações na Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News, no Congresso Nacional. Na investigação foi solicitada a quebra de IPs de computadores instalados inclusive dentro do Palácio do Planalto utilizados para a disseminação de notícias falsas, o que explica o uso da expressão “gabinete”. Entre os alvos da CPI estavam então apoiadores do Governo como a deputada federal Joice Hasselmann (PSL), o assessor especial da Presidência da República Filipe Martins, entre outros.

Apesar das investigações e de depoimento da deputada Joice Hasselmann, confirmando a existência do Gabinete do Ódio, com acusações de utilização de dinheiro público para a disseminação de *fake news*, o chamado Gabinete do Ódio teria continuado a agir. Durante a pandemia da Covid-19, atuaria na propagação de informações falsas e contrárias à ciência, tendo o WhatsApp como um dos principais canais de comunicação e circulação desses conteúdos.

⁸ Disponível em: <https://saude.ig.com.br/coronavirus/2020-12-23/2020-confira-as-7-fake-news-mais-perigosas-sobre-a-pandemia-de-covid-19.html>

⁹ Pesquisa disponível em: <https://portal.fiocruz.br/noticia/pesquisa-revela-dados-sobre-fake-news-relacionadas-covid-19>

A presença do Gabinete do Ódio no WhatsApp e na cobertura da mídia

Um segundo momento da pesquisa consistiu na busca pela expressão “Gabinete do Ódio WhatsApp Covid-19”, com o intuito de analisar os resultados mais relevantes que relacionam a pandemia do coronavírus com o Gabinete do Ódio e o aplicativo WhatsApp. A análise se centrou nos 10 resultados mais relevantes que foram encontrados pelo Google, que possui uma série de métricas comandadas por algoritmos que vão determinar quais são os conteúdos mais relevantes para o usuário a partir da busca previamente realizada¹⁰.

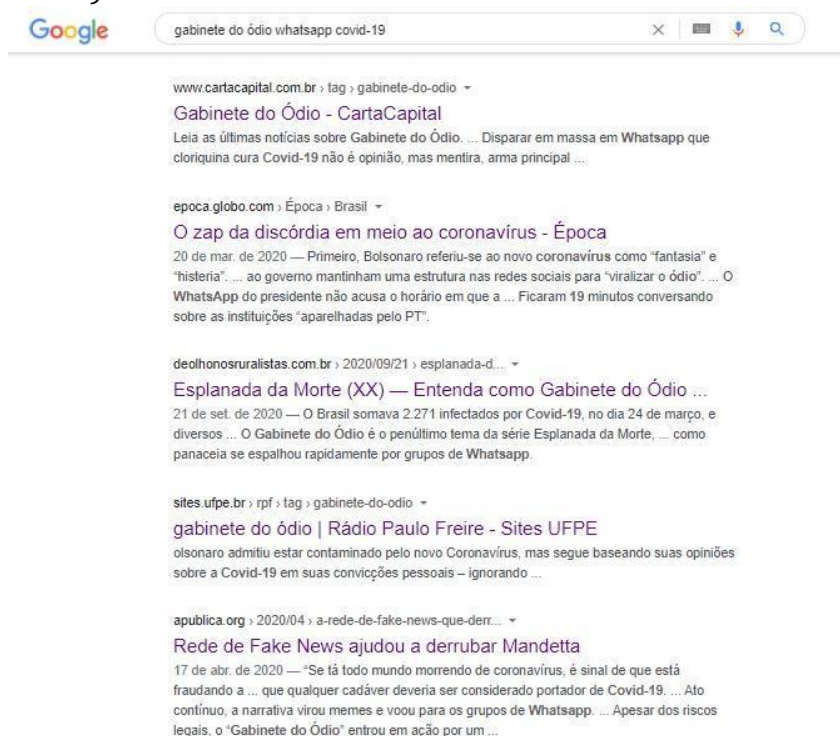
Figura 1. Resultados da busca no Google por “Gabinete do Ódio WhatsApp Covid-19”.



Fonte: Site do Google.

¹⁰ Cabe destacar que, assim como as demais pesquisas e buscas feitas na internet, deve-se considerar as “pegadas” ou histórico de busca do usuário, o que influencia nos resultados finais de pesquisa

Figura 2. Continuação dos resultados da busca no Google por “Gabinete do Ódio WhatsApp Covid-19”.



Fonte: Site do Google.

Após buscas feitas pelos autores no site do *Google*, foram encontradas matérias de veículos de comunicação de massa, conteúdos de portais da internet, texto de um sindicato, reportagem de um observatório do agronegócio e a chamada para um *podcast* vinculado à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). As publicações foram feitas entre dezembro de 2019 e março de 2021.

Uma das publicações é uma entrevista que a deputada Natália Bonavides (PT-RN) deu ao site Rede Brasil Atual, em que afirma que durante a pandemia os grupos de *WhatsApp* que antes se dedicavam a atacar o Congresso e o Supremo Tribunal Federal (STF) passaram a propagar desinformação sobre a Covid-19 em três eixos: o primeiro relativizando e minimizando a gravidade da doença; o segundo buscava deslegitimar as medidas de isolamento social; e o terceiro tinha como objetivo atacar políticos que adotavam medidas de isolamento social, normalmente atrelando seus nomes ao desvio de verbas da saúde¹¹. A deputada, que produziu um relatório e o enviou para a presidência da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito do Congresso Nacional (CPMI) das *Fake News*, destaca ainda que os conteúdos vão de *memes* e vídeos com estética amadora até documentos falsos com a marca do Sistema Único de Saúde ou do Conselho Federal de Medicina, como forma de legitimar a mentira repassada e que deputados como Bia Kicis (PSL-DF), Carla Zambelli (PSL-SP) e Osmar Terra (MDB-RS) eram os responsáveis por dar credibilidade a esses materiais.

¹¹ Publicação disponível em: <https://www.redebrasilatual.com.br/politica/2020/08/gabinete-do-odio-mentiras-contrafelipe-neto-e-a-pandemia-afirma-deputada/>. Acesso em: 29/03/2021.

Uma segunda matéria que correlaciona as *fake news*, o Gabinete do Ódio e o *WhatsApp* é do portal de notícias Carta Capital¹², que ressalta que dentre as redes sociais utilizadas por membros desse gabinete para disseminação de notícias falsas, o *WhatsApp* é uma das opções mais utilizadas, e que há denúncias de empresários que foram acusados de injetar dinheiro e pagar pacotes de *WhatsApp* com o intuito de estimular a divulgação massiva de *fake news*, que encontram no aplicativo uma dificuldade maior de investigação, justamente pela criptografia de ponta a ponta e as recentes recusas do *WhatsApp* em quebrar o sigilo de seus usuários. Em buscas no site de comissões parlamentares no Senado, mais especificamente da CPMI das *Fake News*¹³, há requerimentos aceitos para que representantes legais do *WhatsApp* prestem depoimento ou forneçam dados e metadados não criptografados, números e contas de telefone e conteúdos em grupos de conversas, o que indica a utilização do aplicativo por membros do Gabinete do Ódio.

Outra publicação, feita pelo site “De Olho nos Ruralistas”¹⁴, também aponta o *WhatsApp* como uma das principais redes sociais utilizadas pelo Gabinete do Ódio para a divulgação de *fake news*, algo que segundo a publicação ocorre desde as eleições de 2018 e que continua em meio à pandemia da Covid-19. Além disso, a matéria traz uma pesquisa feita pelo site Agência Pública¹⁵ que após análise de 100 imagens em 522 grupos de *WhatsApp* com mais de 18 mil usuários presentes nesses espaços¹⁶, concluiu-se que 7 a cada 10 imagens compartilhadas sobre a pandemia entre 01 de março e 30 de junho de 2020 eram falsas.

Dentre os dados investigados na pesquisa, destaca-se uma foto de uma reunião do governador de São Paulo, João Doria, com o embaixador da China no Brasil, Yang Wanming, ocorrida no dia 29 de maio de 2019, que foi compartilhada 874 vezes em 152 grupos diferentes, sendo que todas elas possuíam conteúdos falsos. Dentre os conteúdos presentes nas imagens e nos textos que as acompanhava que obtiveram maior compartilhamento/engajamento, os principais são: manifestações, negação da gravidade da pandemia, ataques e críticas à oposição, ao STF e ao Congresso e sobre governadores e prefeitos.

¹² Publicação disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/fake-news-nao-e-liberdade-de-expressao/>. Acesso em: 29/03/2021.

¹³ Disponível em: <https://legis.senado.leg.br/comissoes/comissao?codcol=2292>. Acesso em: 29/03/2021.

¹⁴ Publicação disponível em: <https://deolhonosruralistas.com.br/2020/09/21/esplanada-da-morte-xx-entenda-como-gabinete-do-odio-politiza-pandemia-e-poe-vidas-em-risco/>. Acesso em: 29/03/2021.

¹⁵ Disponível em: <https://apublica.org/2020/07/sete-das-dez-imagens-mais-compartilhadas-em-grupos-de-whatsapp-durante-a-pandemia-sao-falsas/#:~:text=Clique%20aqui%20e%20participe>. Acesso em: 29/03/2021.

¹⁶ As postagens foram monitoradas pelo projeto Eleições Sem Fake, do Departamento de Ciência da Computação da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

Figura 3. Levantamento de imagens mais compartilhadas nos grupos de WhatsApp analisados pelo projeto Eleições Sem Fake durante a pandemia da Covid-19.

Imagens mais compartilhadas nos grupos de WhatsApp



Fonte: Site Agência Pública

Os dados levantados pelo projeto Eleições Sem Fake no *WhatsApp* são relevantes e só foram possíveis após a entrada de usuários do projeto nesses grupos, tendo acesso a todo o material que se interliga com o Gabinete do Ódio e demonstra o potencial viralizador de *fake news* no *WhatsApp*. Contudo, cabe ressaltar que a mensuração é feita de forma manual e de maior dificuldade do que em outras redes sociais como *Twitter*, *Instagram* e *Facebook* em que a atuação do Gabinete do Ódio é mais fácil de ser monitorada, cruzando-se algoritmos e identificando-se de onde partem as notícias falsas. Diferentemente destas redes sociais, no *WhatsApp* é mais difícil de se identificar de onde partiram os conteúdos, já que qualquer pessoa pode receber um conteúdo falso e compartilhá-lo, ainda mais em grupos de conversa que possuem ideologias semelhantes.

Mas apesar de ter sido possível calcular o número de compartilhamentos destas imagens nos grupos de conversa em que os pesquisadores estiveram presentes, não há como saber quantas vezes essas mensagens foram compartilhadas em conversas individuais ou em outros grupos que não estiveram no escopo de análise da pesquisa, o que pode gerar uma “viralização criptografada” com um potencial de alcance ainda maior do que apenas a sua circulação nestes grupos de conversas que partilham dos mesmos interesses. E à medida que um conteúdo é compartilhado para além dos filtros bolha (Fava, Pernisa Júnior 2017), no caso os grupos de conversas, mais pessoas podem acabar acreditando nessas mensagens.

Análise da desinformação, “Gabinete do Ódio” e WhatsApp sob o olhar da mídia

Além da investigação das matérias mais relevantes nos resultados obtidos em pesquisa ao site do Google que correlacionavam a expressão “Gabinete do Ódio *WhatsApp* Covid-19”, faz-se necessária a observação desta questão a partir da cobertura dos meios de comunicação de massa, a fim de identificarmos um outro lado do conflito informação x desinformação.

Para tal, utilizaremos como metodologia a Análise da Materialidade Audiovisual, proposta por Coutinho (2016; 2018). A partir do reconhecimento das promessas de cada produto de audiovisual, a partir de seu paratexto (chamadas, vinhetas, vinculação com emissoras e horários de exibição) o método investiga o conteúdo audiovisual como uma unidade, sem decomposições de texto-som-imagem-tempo-edição. Em diálogo com os conceitos teóricos chave e com as questões de cada pesquisa, são definidos os eixos e a ficha de análise, por meio da qual é realizada “entrevista do objeto”. Os dados coletados a partir da complexidade da trama audiovisual, em sua unidade de linguagem e significação são interpretados à luz dos eixos estabelecidos, três no caso desse trabalho: 1- informação x desinformação; 2- conflitos entre jornalismo e *fake news*, 3- referência à internet e/ou às redes sociais, com destaque para o *WhatsApp*.

Como objeto empírico de análise tomamos conteúdos que relacionam informação x desinformação no *WhatsApp*, Gabinete do Ódio e *WhatsApp* e a própria utilização do *WhatsApp* como espaço de comunicação. A investigação ocorreu no site da GloboPlay¹⁷, que armazena conteúdos dos telejornais da Rede Globo, emissora de televisão com maiores índices de audiência no Brasil, considerando apenas os telejornais de âmbito nacional. A escolha ocorre pelo fato de a TV ser o meio de comunicação com maior alcance nos lares brasileiros, 96,4%, segundo dados da PNAD Contínua (TIC Domicílios) 2019, destacando-se dentre os demais meios de comunicação de massa.

Os termos-chave utilizados na busca foram: desinformação; gabinete do ódio; *fake news*; notícias falsas pandemia; Gabinete do Ódio; *WhatsApp*; e Covid-19 *WhatsApp*. Ao todo foram encontrados 10 resultados sobre os temas, sendo: três matérias do Jornal Nacional, duas matérias do Jornal Hoje, duas matérias do Hora 1, uma do Jornal da Globo, uma do Bom Dia Brasil e uma do Fantástico.

Quanto ao eixo informação x desinformação, observa-se que 9 das 10 matérias veiculadas por diferentes programas jornalísticos da grade de programação da Rede Globo demonstram uma preocupação em levar a informação e combater o “vírus da desinformação”, como destaca Maju Coutinho em matéria veiculada no Jornal Hoje sobre conferência da Organização Mundial de Saúde (OMS) para lutar contra as *fake*

¹⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/>

news em tempos de pandemia¹⁸. Para isso os noticiários recorrem ao cumprimento de uma função pedagógica do telejornalismo (Da Silva, Pereira Júnior 2019), que busca “ensinar” sobre os riscos da desinformação aos cidadãos, utilizando elementos da dramaturgia do telejornalismo (Coutinho 2012) com a contação de histórias da vida real e com a utilização de personagens, artes, gráficos, dentre outros com o intuito didático.

Sobre o Gabinete do Ódio, matéria veiculada pelo Jornal Nacional - “Moro diz em depoimento que ministros ligam Carlos Bolsonaro ao chamado ‘Gabinete do Ódio’”¹⁹ - há inserção de falas do já ex-Ministro da Justiça. Moro foi questionado sobre a existência do Gabinete do Ódio e sobre sua composição, e confirmou a associação ao Gabinete do Ódio de nomes como Carlos Bolsonaro, presente em diversos momentos em comentários de pessoas do Palácio do Planalto. Já a matéria veiculada pelo Jornal Hoje: “Jornal Hoje” identificada no repositório com o título ‘Gabinete do Ódio’: blogueiros faturam R\$ 100 mil por mês com informações privilegiadas”²⁰ traz o conflito informação x desinformação para explicar que pessoas ligadas ao presidente e a membros do Palácio do Planalto receberam dinheiro para divulgar informações “privilegiadas” e falsas. Elas teriam, segundo a matéria, recebido por *WhatsApp* vídeos remetidos por Jair Bolsonaro e pelo assessor especial da República, Tércio Tomaz. Diversos “blogueiros” afirmaram receber dinheiro para divulgarem conteúdos enviados por *WhatsApp* pelo presidente e por seu assessor em seus canais na internet.

Ainda sobre esse conflito, destaca-se a matéria veiculada no Jornal Nacional (JN)²¹: “Mais de 90% dos médicos brasileiros avaliam que *fake news* atrapalham o enfrentamento da covid-19”, em que o telejornal alerta a população para a grande quantidade de desinformação que circula na internet. O JN se apresenta como uma alternativa de credibilidade e confiança para os brasileiros buscarem informação sobre a pandemia da Covid-19; recorre a dados estatísticos, conversa com especialistas e utiliza como personagens médicos que estão sofrendo com o negacionismo da pandemia.

Outra matéria que ganha destaque na análise do eixo informação x desinformação é um conteúdo veiculado pelo Fantástico²² com a chamada “Mensagens com desinformação sobre o coronavírus se espalham pelas redes”. A veiculação foi realizada em 29/03/2020, ainda no início da pandemia da Covid-19, busca alertar os cidadãos para a propagação massiva de desinformação sobre o vírus nas redes sociais. A matéria traz áudios e mensagens compartilhadas no *WhatsApp* que contrariavam a

¹⁸ Matéria veiculada no Jornal Hoje em 21 de julho de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8715149/>

¹⁹ Matéria veiculada no Jornal Nacional em 27 de novembro de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9058578/>

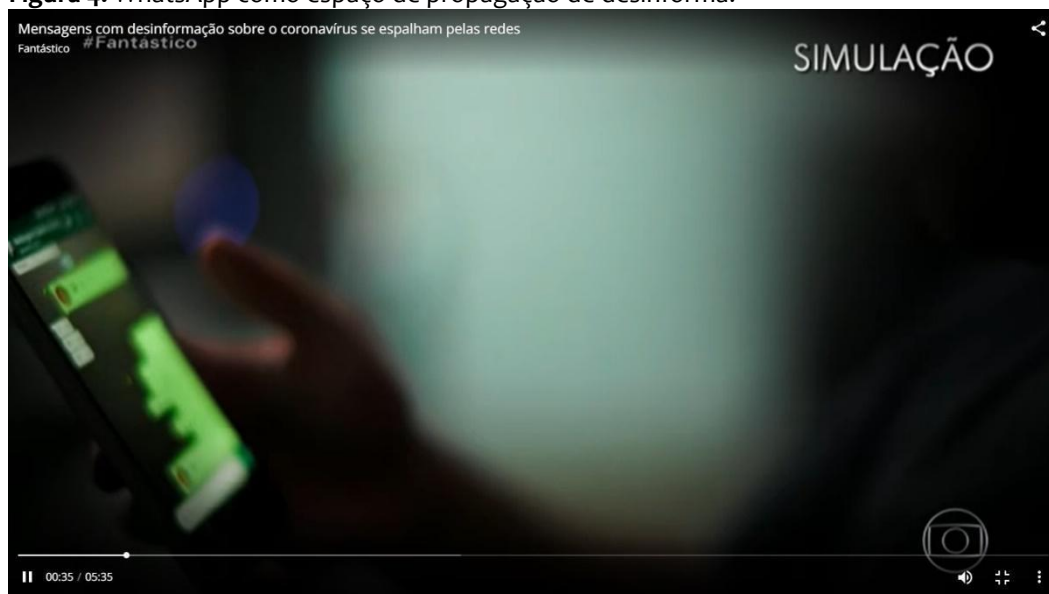
²⁰ Matéria veiculada no Jornal Hoje em 04 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9076036/>

²¹ Matéria veiculada no Jornal Nacional em 05 de fevereiro de 2021. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/9245050/>

²² Matéria veiculada no Fantástico em 29 de março de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8441326/>

ciência e iam contra as medidas de isolamento social que haviam sido adotadas como forma de conter o coronavírus.

Figura 4. WhatsApp como espaço de propagação de desinforma.



Fonte: GloboPlay.

Apesar de não citar o *WhatsApp*, em diversos momentos o Fantástico mostra a tela borrada com o layout do aplicativo de mensagens, revelando dados estatísticos sobre o potencial viralizador de conteúdos falsos em uma rede social em que não é possível mensurar o grau de compartilhamento e de divulgação. Além disso, o próprio jornalístico desmente os áudios que continham conteúdo falso e em conversa com especialistas alertam para a “epidemia de *fake news*”, destacando que os usuários devem ter atenção ao compartilharem qualquer conteúdo que não tenham certeza de que é verdadeiro.

Além do *WhatsApp*, outras redes sociais digitais aparecem em matérias veiculadas em telejornais da Rede Globo. No entanto, diferentemente do *WhatsApp*, em que a tela fica borrada e não há referências diretas ao aplicativo devido às políticas de privacidade, nas demais redes sociais e sites há um recorte de postagens que incluem o número de visualização e curtidas, o que possibilita aos jornalistas mensurar a “viralização” do conteúdo.

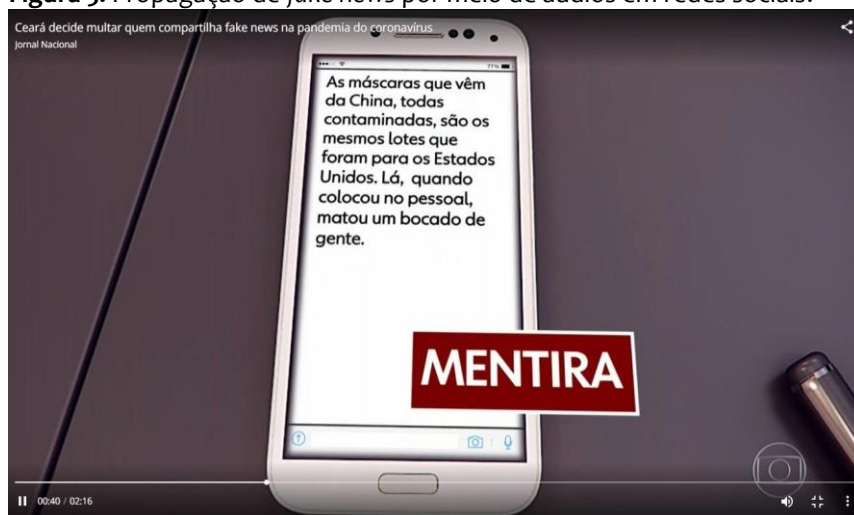
Em relação aos eixos 2 e 3, conflitos entre jornalismo e *fake news* e referência à internet e/ou às redes sociais, com destaque para o *WhatsApp*, todas as matérias trazem este embate como temática central, mas com os jornalísticos apresentando conteúdos falsos e trazendo os processos de apuração e checagem nas matérias, mostrando de forma didático os motivos desses conteúdos serem considerados *fake news*. Isso ocorre de forma clara nas matérias exibidas pelo Hora 1, “Fake news: notícias falsas provocaram consequências sérias em 2019”²³, produzida antes da pandemia da Covid-

²³ Matéria veiculada em 1 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8206079/>

19; pelo Bom Dia Brasil, “Termômetros são alvos de *fake news*”²⁴; e pelo Jornal da Globo: “Grupos antivacina espalham *fake news* sobre vacinas ainda em teste contra a Covid”²⁵. Nos três casos observa-se tentativas de desmentir as notícias falsas com informações, entrevistas com especialistas, produção de gráficos e infográficos e criação de narrativas com personagens.

Em matéria veiculada no Jornal Nacional²⁶ sobre projeto no Ceará que decide multar quem compartilha *fake news* na pandemia do coronavírus, o embate entre jornalismo e *fake news* se evidencia tanto ao mostrar uma possível judicialização para quem propagar conteúdos falsos, como também referenciando o *WhatsApp* como espaço utilizado para esta divulgação. Na materialidade audiovisual ressalta-se, ainda que de forma implícita, que esses conteúdos só chegaram até o telejornal por meio da viralização. Para isso utilizam um conteúdo falso que estaria sendo divulgado sobre a ineficácia das máscaras e que todas as máscaras seriam fabricadas na China.

Figura 5. Propagação de *fake news* por meio de áudios em redes sociais.



Fonte: GloboPlay.

Outra questão observada é a referência dos telejornais a conteúdos divulgados nas redes sociais, tanto no *WhatsApp* como em outras redes e sites, destacando o papel pedagógico dos jornalísticos em levar a informação correta ao cidadão e alertando para os riscos de se acreditar em conteúdos que são propagados em espaços digitais.

Por fim, em matéria do Jornal Hoje: “Organização Mundial de Saúde (OMS) faz conferência contra *fake news* em tempos de pandemia”²⁷, tanto o telejornal quanto os

²⁴ Matéria veiculada em 18 de setembro de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8867081/>

²⁵ Matéria veiculada em 14 de outubro de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8941699/>

²⁶ Matéria veiculada em 1 de maio de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8526103/>

²⁷ Matéria veiculada em 21 de julho de 2020. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8715149/>

especialistas entrevistados reforçam a importância de os cidadãos “não compartilharem nada antes de confirmarem sua veracidade”, trazendo como possibilidades as agências de checagem de conteúdos como uma alternativa ao combate da “pandemia da desinformação”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma primeira constatação após coletados os resultados é a de que o *WhatsApp* se coloca como uma rede social mais fácil de se propagar conteúdos sem fiscalização, se tornando um “inimigo” difícil de ser combatido. Isso ocorre porque diferentemente de outras redes sociais digitais, seu caráter de troca de mensagens prioriza a personalização, ainda que em grupos, não sendo usadas ferramentas como *hashtags* ou algoritmos para a divulgação de conteúdos. A propagação das *fake news* (e também de informações) ocorre através dos próprios usuários em contato com outros usuários (amigos, família, conhecidos).

Além disso, as opções de encaminhar mensagens, fotos e vídeos de forma individual, em listas de transmissão ou em grupos permite uma viralização que vai além da ideia de filtros de bolhas, já que no aplicativo cada pessoa constrói a sua própria rede, o que inicialmente aumentaria a confiabilidade desses conteúdos. Por outro lado, observa-se um cenário de transformação dessa “credibilidade” das informações que chegam no *WhatsApp*, principalmente em um contexto de pandemia, pelo crescimento desenfreado de conteúdos falsos que estão circulando, sendo que alguns deles são desmentidos por agências de checagem e outros pelo jornalismo, como observado na análise dos telejornais da Rede Globo.

Contudo, diferentemente de outras redes sociais em que é possível excluir um material que viole as regras da empresa ou que dissemine a desinformação, no *WhatsApp* os mais diversos conteúdos que circulam são protegidos pela criptografia, dificultando saber quem iniciou a propagação de uma notícia falsa e sendo mais difícil de comprovar que uma informação “*fake*” para todos os usuários que obtiveram acesso a esse material, propiciando um cenário de desinfodemia que culminou na desinformação sobre máscaras, vacina, isolamento social, termômetros de medição de temperatura, entre outras questões que mesmo que a mídia massiva e as agências de checagem tentassem desmentir, parte dos usuários receberam esses conteúdos por *WhatsApp* e passaram a acreditar nestes conteúdos enganosos.

A partir dessa dificuldade de fiscalização e de checagem, o *WhatsApp* também se torna um espaço fértil para a propagação de conteúdos falsos em massa, estratégia utilizada pelo Gabinete do Ódio para divulgar conteúdos contrários às recomendações da Organização Mundial de Saúde e disseminavam a desinformação na população e, conseqüentemente, aponta para um panorama de desinfodemia.

Essa dificuldade de se apurar e checar conteúdos via *WhatsApp* também foi constatada durante análise de materiais veiculados pela mídia massiva, no caso telejornais da Rede Globo, em temáticas relacionadas a desinformação, *fake news*, Gabinete do Ódio e

Covid-19, já que alguns desses conteúdos chegaram até a emissora por meio de encaminhamentos seguidos de mensagens em grupos, quebrando os filtros de bolhas (amigos, conhecidos e família), e ainda assim foram divulgados com os cuidados para não citar o aplicativo e nem revelar a identidade de quem estaria repassando estas mensagens, cautela que não é precisa em outras redes sociais, já que os dados estão visíveis para todas as pessoas - à exceção de contas privadas -, inclusive da mídia, da empresa responsável e da justiça.

Devido a criptografia de ponta a ponta e às políticas de privacidade contidas no *WhatsApp*, não é possível obter ter acesso legal a conversas feitas no aplicativo, potencializando ainda mais a divulgação de desinformação por essa via. A única forma de penetração é “disfarçado”, ainda que ocorra a exposição deste “novo elemento” que é agregado a um grupo e passa a fazer parte dele ou recebe o conteúdo de forma particular.

Por fim, se antes a diferença do *WhatsApp* para as outras redes sociais digitais era a perspectiva da personalização, atualmente observa-se um aumento nas funcionalidades do aplicativo, proporcionando experiências menos personalizadas - que passam a ocorrer apenas nas conversas individuais - e mais coletivas, seja por meio dos grupos, das listas de transmissão ou das mensagens encaminhadas que chegam até um usuário sem que ele tenha interesse em interagir com aquele tipo de conteúdo.

Soma-se a esse fator a chegada do *WhatsApp Business*, em que empresas podem entrar em contato com clientes ou potenciais clientes apenas com o número de seus telefones. Essas novas possibilidades do *WhatsApp* podem oferecer mais informação e desinformação aos usuários, a depender da rede de contatos e de grupos que cada um alimenta em sua conta. Contudo, como percebe-se no caso do “Gabinete do Ódio”, o histórico ou as pegadas deixadas no *WhatsApp* são de difíceis rastreios, o que potencializa a desinformação e a desinfodemia.

REFERÊNCIAS

ALTARES, G., 2018. *A longa história das notícias falsas*. El País, Madrid, 18 de jun. 2018. [Acesso em: 23 de março de 2021]. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html.

ALLCOTT, H., GENTZKOW, M., 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, v. 31, n. 2, p. 211–236. [Acesso em: 31 de março de 2021]. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>.

BRUNS, A., 2005. *Gatewatching: Collaborative Online News Production*. New York. Peter Lang.

CASTELLS, M., 1999. *A Sociedade em Rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 2.ed.; São Paulo: Paz e Terra, v. 1.

COUTINHO, I., 2018. Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade. In: Emerim, C., Coutinho, I., Finger, C. (orgs.). *Epistemologias do telejornalismo brasileiro*. Coleção Jornalismo Audiovisual. v. 7. Florianópolis: Insular.

COUTINHO, I., 2016. O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível. Em: *39º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. São Paulo: USP. [Acesso em: 31 de março de 2021]. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-3118-1.pdf>.

COUTINHO, I., 2012. *Dramaturgia do telejornalismo: a narrativa da informação em rede e nas emissoras de televisão de Juiz de Fora-MG*. Rio de Janeiro: Mauad Editora.

COMSCORE. Relatório "Onde o brasileiro está passando seu tempo online?". ComScore, 12 set. 2019. [Acesso em: 24 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.comscore.com/por/Insights/Infographics/Onde-o-brasileiro-esta-passando-seu-tempo-online>.

DA SILVA, L. J. C., PEREIRA JÚNIOR, A. E. V., 2019. Os saberes da pedagogia no telejornalismo: Paulo Freire e a prática jornalística. *Revista FAMECOS*, 26(1). [Acesso em: 24 de março de 2021]. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2019.1.31212>.

ESTADÃO CONTEUDOS, 2019. O que é o "gabinete do ódio", que virou alvo da CPMI das Fake News. *Gazeta do Povo*. [Acesso em: 25 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/gabinete-do-odio-alvo-cpmi-fake-news/>.

FAVA, G.; PERNISA JÚNIOR, C., 2017. Filtro bolha: como tecnologias digitais preditivas transformam a comunicação mediada por computador. *Revista Eco-Pós*, v. 20, nº. 2. [Acesso em: 23 de março de 2021]. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/2277.

GARCIA, L. R.; DUARTE, E., 2020. Infodemia: excesso de quantidade em detrimento da qualidade das informações sobre a COVID-19. *Epidemiologia e Serviços da Saúde*. Brasília. [Acesso em: 22 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.scielosp.org/article/ress/2020.v29n4/e2020186/>.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª. ed. - São Paulo: Atlas, 2008.

GUTMANN, J., 2009. Articulações entre Dispositivos Televisivos e Valores Jornalísticos na Cena de Apresentação do Jornal Nacional. Em: *32º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Curitiba, UFPR. [Acesso em: 29 de março de 2021]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/premios/2009/Gutmann.pdf>.

MENESES, J. P., 2018. Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news. *Observatorio (OBS*)*, p. 37-53. [Acesso em: 15 de março de 2021]. Disponível em: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/1376>.

OLIVEIRA, T., 2020. Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. v. 22, n. 1. jan-abr. Unisinos. p. 21-35. [Acesso em: 25 de março de 2021]. DOI: 10.4013/fem.2020.221.03.

PANGRAZIO, L., 2018. What’s New About “Fake News”? Critical Digital Literacies in an Era of Fake News, Post-Truth and Clickbait. *Paginas De Educacion*, 11(1): 6-22, 2018. [Acesso em: 24 de março de 2021]. DOI: 10.22235/pe.v11i1.1551.

PEREIRA, E. et al, 2019. *A Desinformação-Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: ERC-Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

PIERRO, B., 2018. O mundo mediado por algoritmos: sistemas lógicos que sustentam os programas de computador têm impacto crescente no cotidiano. *Revista Pesquisa Fapesp*, n 266, abr. [Acesso em: 15 de março de 2021]. Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br/o-mundo-mediado-por-algoritmos/>.

POSETTI, J.; BONTCHEVA, K., 2020. *Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). [Acesso em: 04 de abril de 2022]. Disponível em: https://en.unesco.org/sites/default/files/disinfodemic_deciphering_covid19_disinformation.pdf.

STRIPHAS, T., 2015. Algorithmic culture. *European Journal of Cultural Studies*, 18, p. 395–412. [Acesso em: 04 de abril de 2022]. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>.

RECUERO, R. C, 2005. Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. *E-Compós*, v. 2, 2005. [Acesso em: 15 de março de 2021]. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.28>.

TEIXEIRA, J. F., 1998. *Mentes e máquinas: uma introdução à ciência cognitiva*. Porto Alegre: Artes Médicas.

WARDLE, C, DERAKHSHAN, H., 2017. *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe report, 2017. [Acesso em: 15 de março de 2021]. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disordertoward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>.

ZATTAR, M., 2017. Competência em informação e desinformação: critérios de avaliação do conteúdo das fontes de informação. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v.13, n.2, nov, p. 285-293. [Acesso em: 15 de março de 2021]. Disponível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/4075>.