

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA**

**JARDEL CARLOS SOUZA TAVARES**

**O JORNALISMO INDEPENDENTE NA COBERTURA DA DESINFORMAÇÃO DA  
EXTREMA DIREITA NO YOUTUBE: ANÁLISE DO THE INTERCEPT BRASIL**

**São Borja  
2023**

**JARDEL CARLOS SOUZA TAVARES**

**O JORNALISMO INDEPENDENTE NA COBERTURA DA DESINFORMAÇÃO DA  
EXTREMA DIREITA NO YOUTUBE: ANÁLISE DO THE INTERCEPT BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado  
ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Pampa,  
como requisito parcial para obtenção do  
Título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Sara Alves Feitosa

**São Borja  
2023**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos  
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do  
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

T231j Tavares, Jardel Carlos Souza  
O jornalismo independente na cobertura da desinformação da  
extrema direita no Youtube: Análise do The Intercept Brasil /  
Jardel Carlos Souza Tavares.  
59 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade  
Federal do Pampa, JORNALISMO, 2023.  
"Orientação: Sara Alves Feitosa".

1. Jornalismo Independente. 2. The Intercept Brasil. 3.  
Desinformação. 4. Youtube. 5. Extrema direita. I. Título.

JARDEL CARLOS SOUZA TAVARES

**O JORNALISMO INDEPENDENTE NA COBERTURA DA DESINFORMAÇÃO DA  
EXTREMA DIREITA NO YOUTUBE: ANÁLISE DO THE INTERCEPT BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado  
ao Curso de Jornalismo da  
Universidade Federal do Pampa,  
como requisito parcial para obtenção  
do  
Título de Bacharel em Jornalismo.

TCC defendido e aprovado em: 06/12/2023.

Banca examinadora:

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Sara Alves Feitosa  
Orientador  
(Unipampa)

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Adriana Rushel Duval  
(Unipampa)

---

Prof. Dr<sup>a</sup>. Vivian Carvalho Belochio  
(Unipampa)



Assinado eletronicamente por **SARA ALVES FEITOSA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/12/2023, às 15:07, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **VIVIAN DE CARVALHO BELOCHIO, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/12/2023, às 16:41, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **ADRIANA RUSCHEL DUVAL, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 06/12/2023, às 16:45, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **1320579** e o código CRC **E3309E8F**.

Dedico este trabalho a minha família, em especial minha mãe e irmãs que sempre estiveram ao meu lado dando forças e motivação para concluir meus objetivos e ao meu companheiro de vida.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço imensamente a todos que de alguma forma contribuíram com a minha formação na construção de conhecimento. Gratidão à minha orientadora Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Sara Feitosa por acreditar em mim e por ter guiado nesse momento ímpar na minha vida. Por vezes pensei que não seria capaz de vencer as adversidades da vida acadêmica, agradeço a mim por não desistir e persistir até chegar a esse momento.

Aos professores, Adriana Duval, Eloisa Klein, Roberta Roos Thier, Leandro Comassetto, Vivian Belochio, Miro Bacin e Alciane Baccin, obrigado por transmitir a mim muito mais que conhecimento.

De certo, o caminho até aqui foi de felicidade pois pude contar com muitas pessoas, não citarei aqui para não cometer injustiça. Sonhei com o ensino superior em uma instituição pública, e aqui estou realizando um grande feito na minha vida. Aos meus amigos, obrigado por estarem sempre ao meu lado, levarei vocês para vida. Minha família que mesmo longe me deu todo apoio necessário para continuar.

Sou o primeiro da geração da minha família a concluir o ensino superior, isso significa muito para mim, um menino que saiu de casa no norte do Brasil para estudar no sul do país.

“Numa democracia, é essencial a consciência da responsabilidade, a responsabilização daqueles que detêm o poder e o exercem.”

Karl Popper



## RESUMO

O trabalho aborda o jornalismo independente na produção jornalística sobre a desinformação produzida pela extrema-direita na plataforma Youtube. O problema da pesquisa busca desvelar: Quais características e elementos compõem a cobertura do The Intercept Brasil sobre a desinformação no Youtube? O estudo se justifica pela narrativa abordada pela agência de notícias independente, TIB, sobre o uso do Youtube como ferramenta de discursos anti-democráticos e de desinformação. A metodologia adotada na investigação é composta pela realização de uma entrevista com um jornalista do The Intercept Brasil e análise da reportagem “Youtube faz canais de direita ganharem dinheiro espalhando mentiras sobre coronavirus”, publicada em 25 de março de 2020. Em relação aos resultados destaca-se os questionamentos sobre o financiamento de produtores de conteúdos na internet. O que se observa é que tem pessoas que fazem isso por lucratividade, mas também tem pessoas produzindo conteúdo de desinformação por questão ideológica.

Palavras-Chave: Jornalismo Independente; The Intercept Brasil; Democracia; Youtube; Desinformação; Extrema direita.

## **ABSTRACT**

The work addresses independent journalism in journalistic production about far-right disinformation on the YouTube platform. The research problem seeks to uncover: What characteristics and elements make up The Intercept Brasil's coverage of disinformation on YouTube? The study is justified by the narrative covered by the independent news agency, TIB, about the use of YouTube as a tool for anti-democratic speeches and disinformation. The methodology adopted in the investigation consists of conducting an interview with a journalist from The Intercept Brasil and analyzing the report "Youtube makes right-wing channels make money by spreading lies about coronavirus", published on March 25, 2020. Regarding the results, it highlights questions that arise about the financing of content producers on the internet. What is observed is that there are people who do this for profit, but there are also people producing disinformation content for ideological reasons.

Keywords: Independent Journalism; The Intercept Brazil; Democracy; YouTube; Disinformation; Far right.

## LISTA DE FIGURAS

|   |    |
|---|----|
| Figura 1 – Página Inicial do site do TIB  | 31 |
| Figura 2 – Pesquisa de reportagem “Youtube”   | 32 |
| Figura 3 – Pesquisa de reportagem “Extrema direita”   | 33 |
| Figura 4 – Modo de produção de vídeos em “ranking” pelos algoritmos de recomendação no Youtube                                    | 36 |
| Figura 5 – E-mail de Denis Rodrigues com dicas para otimizar os anúncios e aproveitar a alta do comércio gerada pela Black Friday | 38 |
| Figura 6 – Vídeo em Alta no canal Top Tube Famosos  | 40 |

## LISTA DE QUADROS

|   |    |
|---|----|
| Quadro 1 – Corpus de análise entrevista | 34 |
| Quadro 2 – Corpus de análise reportagem | 42 |

## SUMÁRIO

|   |    |
|---|----|
| <b>1. INTRODUÇÃO</b>  | 13 |
| 1.1 JUSTIFICATIVA   | 14 |
| 1.2 QUESTÃO PROBLEMA  | 17 |
| <b>2. A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TIB: ALERTA SOBRE O EXTREMISMO DIGITAL</b>   | 18 |
| 2.1 Plataformas da web, contexto e panorama atual                             | 18 |
| 2.2 Consumidores como produtores de conteúdo jornalístico                     | 19 |
| 2.3 Jornalismo independente, jornalismo da era digital                        | 20 |
| 2.4 The Intercept Brasil, o “cão de guarda” da democracia                     | 21 |
| 2.5 Jornalismo e Democracia: a informação como pilar do estado de direito     | 24 |
| 2.6 YouTube como ferramenta de propagação de desinformação da extrema direita | 26 |
| <b>3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b>                | 28 |
| 3.1 Corpus de pesquisa  | 30 |
| 3.1.1 Algoritmo   | 35 |
| 3.1.2 AdSense - Treinamento para blogueiros                                   | 37 |
| 3.1.3 Folha Política  | 43 |
| 3.1.4 Top Tube Famosos  | 44 |
| 3.1.5 Desinformação: monetização e desmonetização                             | 44 |
| 3.1.6 Produção de conteúdo monetizado - Desmonetizar, mas não muito           | 47 |
| <b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>  | 49 |
| <b>5. REFERÊNCIAS</b>   | 52 |
| APÊNDICE  | 59 |

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho de conclusão de curso aborda o fenômeno da desinformação na plataforma Youtube, aliado aos discursos da extrema direita. Com análise das reportagens da agência de notícias independente The Intercept Brasil, busca evidenciar os motivos de desconfianças no sistema perito, ataques aos profissionais de imprensa e instituições democráticas.

Os crescentes ataques às instituições e principalmente à democracia são resultado de um processo histórico que atinge o jornalismo brasileiro. Para Renata Benicio (2020) “a mídia consolidou seu poder ideológico, econômico, social e político, sendo a maior transmissora de informações como um todo, portanto, a comparação ao Quarto Poder é evidenciada por esses fatores”. O título que a mídia possui por quarto poder refere-se à sua força econômica, poder esse que não foi conferido pelo povo e nem às sociedades democráticas. Neste contexto entende-se como relevante produzir estudos sobre a importância do jornalismo independente para auxiliar na defesa da democracia através da oferta de uma comunicação fidedigna, prover informações e esclarecer sobre os direitos e deveres dos cidadãos (Ramos; Espinelli, 2015).

As mudanças no cenário da comunicação acontecem principalmente por inovações tecnológicas, isso ocorre pelo consumo de notícias por meios digitais. As plataformas digitais são advento da disseminação de informação de forma rápida, interativa e constantemente atualizada. O surgimento de jornalistas independentes é resultado desta transição digital, nesse processo de adaptação a prática mais comum encontrada pelas empresas é diminuir gastos com a demissão de profissionais experientes e contratação de mão de obra jovem, mais barata. (Ramos; Espinelli, 2015)

Os ataques aos profissionais da comunicação estão relacionados à questões ideológicas, eles cresceram principalmente no governo de Jair Bolsonaro, presidente de extrema direita que governou o Brasil entre 2019 e 2022. Entende-se aqui, por extrema direita, os posicionamentos político-ideológicos mais radicais dentro do espectro da direita, com defesa exacerbada do nacionalismo, opiniões xenófobas, posturas preconceituosas e ultraconservadoras. Esse processo implicou diretamente em discursos de ódio, ataques às instituições promovendo ceticismo da esfera pública com a mídia tradicional. Carlos Eduardo Lins da Silva afirma, em entrevista

no podcast da Rádio USP, que o problema não se restringe a ideologias e sim à incapacidade de conviver com críticas e de intolerância com o jornalismo independente.

No Brasil ainda não existe uma cultura estabelecida de defesa da liberdade de expressão e principalmente do jornalismo independente. É preciso conscientização da sociedade brasileira de que o jornalismo independente é fundamental para a democracia. É um caminho longo de educação que precisa ser iniciado com mais ênfase” (Silva, 2019, s/p).

Neste sentido, entende-se ser relevante a discussão sobre a atuação do jornalismo independente e suas influências na sociedade. Enfatizando a liberdade editorial, priorizando a diversidade, dando espaço para pluralidade de vozes, respaldadas nos valores éticos. A partir disso, espera-se que a coletividade compreenda e valorize o jornalismo independente como ferramenta democrática.

### **1.1 Justificativa**

Com o sentimento de inquietação em testemunhar notícias de cunho negacionista, essa pesquisa surge com o intuito de preservar e enaltecer o trabalho da comunicação social. De forma muito clara, a liberdade de imprensa esteve sob ataque nos últimos quatro anos e sem a garantia dessa liberdade não há democracia. Uma crise de confiança gerada a partir de discursos extremistas, que motivaram ataques a profissionais de imprensa, o jornalismo manteve o papel de informar, conscientizar e esclarecer a sociedade de maneira ética e livre. Estivemos vulneráveis no campo digital, as façanhas da internet fizeram as notícias da imprensa marrom<sup>1</sup> ganharem força, e o crescimento de desinformações foi instrumentalizada para atentar contra o estado democrático de direito.

É primordial que as leis que asseguram os direitos e deveres sejam aprimoradas. Como cidadão e futuro jornalista ciente que somente através da liberdade, do respeito e garantia dos direitos humanos se fortalece o sistema democrático, presumo que o combate ao extremismo, discursos algozes e

---

<sup>1</sup> Imprensa marrom é uma expressão pejorativa utilizada para se referir a veículos de comunicação (principalmente jornais, mas também revistas e emissoras de rádio e TV) considerados sensacionalistas, ou seja, que buscam elevadas audiências e vendagem através da divulgação exagerada de fatos e acontecimentos, sem compromisso com a autenticidade. É o equivalente brasileiro e português do termo em língua inglesa "yellow journalism". Em ambos os casos se registram transgressões da ética. Disponível em: [journalística. https://express.adobe.com/page/n2eVwvXx3kiMi/](https://express.adobe.com/page/n2eVwvXx3kiMi/) acesso dia 21 de jun. 2023.

autoritários sejam papel constante de um jornalismo pragmático e comprometido com a democracia.

A presente investigação pretende identificar as contribuições do jornalismo independente para a preservação da democracia. Entende-se que o estado democrático de direito é um dos aspectos mais significativos à sociedade de um país, entretanto é muito comum que grupos de tempos em tempos tentem derrubá-lo em proveito próprio. Vivemos, no Brasil, um momento histórico de grande ameaça para a soberania popular. Neste sentido, é muito importante que sejam identificadas, estratégias e formas de resistência pacífica às proposições autoritárias.

Visando dar enfoque às estratégias de extremismo dentro do estado democrático de direito, optou-se pelo estudo da plataforma Youtube. Considerando-se relevante as narrativas abordadas pelas agências de notícias independentes sobre o uso do Youtube como ferramenta de discursos anti-democráticos e de desinformação.

O estado da arte desta pesquisa exploratória foi realizado através da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD) e Google Acadêmico, os termos procurados foram **“Youtube, desinformação e democracia”** (1), **“The Intercept Brasil, Youtube e extrema-direita”** (2), **“Jornalismo Independente, Youtube e Desinformação”** (3). Através destas palavras-chave, para o termo **1**, encontrei 1 resultado no BDTD e 5.480 resultados no Google Acadêmico; para o termo **2**, encontrei 1 resultados o BDTD e 520 resultados no Google Acadêmico; para o termo **3**, encontrei 0 BDTD e 2.720 resultados no Google Acadêmico. Para fins de filtragem de buscas, levando em consideração a quantidade de trabalhos sobre o tema foi feito o recorte entre os anos 2019 a 2022 na área da comunicação e com filtro de relevância.

O termo **Youtube, desinformação e democracia (1)** pelo BDTD foi encontrado 1 resultado e 5.480 no Google Acadêmico. Optei por ler a única dissertação encontrada na busca do BDTD, “Tribunal Superior Eleitoral e o enfrentamento à desinformação nas eleições municipais de 2020” de Caroline Garcia Cafeo da Universidade Estadual Paulista (Unesp). No Google Acadêmico optei por ler dois artigos e um livro por nível de relevância da busca, *Ciência contaminada - Analisando o contágio de desinformação sobre o coronavírus via youtube* de Caio C. Vieira Machado, Daniel A. Dourado, João Guilherme Santos e Nina Santos da Universidade Hal Panthéon - Assas, Paris - França. *Desinformação on-line e*



eleições no Brasil: a circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no facebook e youtube (2014 -2020). escrita por Ruediger, Marco Aurélio. Grassi, Amaro. Dourado, Tatiana. Calil, Lucas. Piaia, Victor. Almeida, Sabrina. Carvalho, Danilo estudantes da Fundação Getulio Vargas. FGV-DAPP-RJ e o livro intitulado: Fake news: Anatomia da desinformação, discurso de ódio e erosão da democracia, livro de Irineu Barreto, São Paulo.

Para o Termo **The Intercept Brasil, Youtube e Extrema-direita (2)**, foi encontrado 1 resultado no BDTD, porém, nenhum que pudesse contribuir com esse estudo. Pelo Google Acadêmico foram encontrados 520 resultados, sendo selecionado apenas 1 por relevância da busca, Crise Sanitária, Políticas Públicas e Jornalismo Independente: Uma análise dos textos do The Intercept Brasil durante a pandemia em 2020, Trabalho de conclusão curso de Jorge, Victor da Matta, pela (UFSM).

Para o termo **Jornalismo Independente, Youtube e desinformação (3)**, pela BDTD não foram encontrados resultados que pudessem contribuir com esse estudo. No Google Acadêmico foram encontrados 2.720 resultados, optei em ler dois artigos que mesclam youtube e desinformação no título, sendo eles, Algoritmo e desinformação - O papel do Youtube no cenário político brasileiro de Ruth Reis, Daniela Zanetti e Luciano Frizzera (UnB) e Intersecção entre desinformação, religião e pandemia. A atuação de canais religiosos no youtube no contexto da covid-19. Michele Goulart Massuchin e Marcela Barba Santos (UFPR).

Ao se realizar o estado da arte para esta monografia foi possível afirmar a falta de produções científicas referentes ao assunto, deste modo elencando estudos feitos por José Van Dijck, David Nieborg e Thomas Poell sobre plataformização, este trabalho busca contribuir para a área do jornalismo em entender os fenômenos das plataformas digitais.

Segundo Lúcia Santaella (2001), uma pesquisa pode apresentar três tipos de contribuições: a de ordem científica teórica, a de ordem científica prática e a de ordem social. A pesquisa com contribuição científica teórica vai "auxiliar na ampliação do conhecimento teórico já existente, ou preencher lacunas detectadas no conhecimento da área, ou ajudar na compreensão de conceitos teóricos complexos" (Santaella, 2001, p. 173). Uma pesquisa possui uma contribuição científica prática

Quando se pretende dar respostas a um aspecto novo que a realidade apresenta como fruto do desenvolvimento das forças produtivas, técnicas, etc... ou quando se busca aplicar uma teoria a um dado fenômeno julgado

problemático, ou ainda quando se tem a intenção de sugerir caminhos para uma determinada aplicação tecnológica e assim por diante. (Santaella, 2001, p. 173).

Esta pesquisa tem contribuição teórica e social para a área da comunicação compreendendo que a comunicação digital acontece dentro dessas plataformas. O Youtube é a segunda plataforma mais acessada do mundo com 2 bilhões de usuários mensalmente. Interpretar as políticas da empresa analisando os fenômenos de desinformação ajuda a moldar um ambiente mais democrático, com acesso a informações pragmáticas e um jornalismo pautado na ética e na verdade.

## 1.2 Questão de pesquisa e objetivos

A monografia se desenvolve a partir do seguinte **problema**: Quais características e elementos compõem a cobertura do The Intercept Brasil sobre desinformação no YouTube? **O Objetivo geral**, é identificar e sistematizar os elementos que compõem a cobertura do The Intercept Brasil sobre desinformação no YouTube, os **objetivos específicos** são: Conceituar jornalismo Independente; Mapear o modo de produção jornalístico do TIB na cobertura sobre desinformação no YouTube e analisar o papel da plataforma YouTube na monetização e impulsionamento de canais de disseminação de desinformação.

Além da introdução, esta monografia conta com mais quatro capítulos. No capítulo 2 contextualizamos sobre o modo de fazer jornalismo independente na internet, destacando o papel social do TIB na cobertura da desinformação materializada pela plataforma Youtube. No capítulo 3 trata-se da metodologia utilizada para análise da reportagem e entrevista destacando a contribuição científica teórica e de ordem social desta investigação. No capítulo 4 apresentamos as considerações finais com a síntese da pesquisa e retomamos os resultados.

## **2. A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA DO TIB: ALERTA SOBRE O EXTREMISMO DIGITAL**

O objeto de estudo da pesquisa vincula-se diretamente com a estrutura do jornalismo na internet, visa analisar a atuação do jornalismo independente em período de polarização política e ataques às instituições democráticas materializadas através da plataforma YouTube. Neste sentido, um exemplo de jornalismo independente é a agência de notícias The Intercept Brasil. A agência atua no país desde o ano de 2016 trazendo à tona casos de corrupção, injustiças sociais e reportagens exclusivas que ganham notoriedade na esfera pública.

O referencial teórico da pesquisa foi estruturado em seis tópicos: internet, contexto e panorama atual; consumidores como produtores de conteúdos jornalísticos; jornalismo independente, jornalismo da era digital; The Intercept Brasil: “o cão de guarda” da democracia; Jornalismo e Democracia: a informação como pilar do estado de direito e YouTube como ferramenta de propagação de desinformação da extrema direita.

### **2.1 Plataformas da web, contexto e panorama atual**

A internet surgiu como uma ferramenta de informação através de uma estrutura militar no final dos anos de 1970. Nos anos 1990, já tinha potencial global como transmissor de comunicação e expansão do conhecimento. No começo dos anos 2000, as plataformas da web vira um dispositivo midiático em um mundo aberto de informações (Lemos, 2023). As novas maneiras de interação sofreram mudanças drásticas no ambiente digital. Antes, as redes sociais baseavam-se por interesse temático, hoje, os estudos analisam a prevalência do fenômeno intencional e enganoso das notícias falsas, e dos algoritmos de recomendações.

O acesso aberto aos dados, às práticas comunitárias, a circulação de informação, o “faça você mesmo” eram potências emancipadoras. Não estava no horizonte, há 20 anos, o aparecimento de fake news, do negacionismo científico, de teorias conspiratórias mirabolantes, da manipulação algorítmica de emoções; todos estes fenômenos mobilizados e potencializados justamente pelas novas ferramentas da internet. (Lemos, 2023 p. 10).

A “plataformização da sociedade” (VAN DIJCK et al., 2020) está relacionada ao contexto da internet atualmente, termo usado para se referir a tendência

centralizadora e de fortalecimento de plataformas. GAFAM<sup>2</sup> é o termo usado para se referir às gigantes da Web sendo elas Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft, cinco grandes empresas dos EUA, criadas no final dos no século XX e início do século XXI que dominam o mercado digital. Também chamadas big techs<sup>3</sup>, elas são responsáveis pela parte de desenvolvimentos tecnológicos e de inovações que vemos hoje, colocando essas empresas como estrutura dominante que controlam e monitoram os dados pessoais dos usuários, configurando, segundo Shoshana Zuboff (2021), uma nova forma do capital, o capitalismo de vigilância.

## 2.2 Consumidores como produtores de conteúdo jornalístico

Dentro desse contexto digital estão inseridos usuários que consomem a informação. A partir do surgimento dos Smartphones a interlocução passou a ser algo que não desliga, podendo estar conectado 24h por dia. Essa instantaneidade da informação coloca esses agentes no processo da comunicação digital, construindo a narrativa de um novo jornalismo. O que se percebe é que as tecnologias estão mudando as atribuições do emissor e receptor, alterando também a maneira de consumir a informação.

Nesse novo modelo de organização do mercado jornalístico estão inseridos consumidores participativos que ocupam o papel de produtor de conteúdo. As mudanças da produção da notícia estão ligadas a essa nova prática, levando ao declínio dos padrões jornalísticos. Esse “jornalismo cidadão”, assim como ajuda na construção da realidade social, pode facilmente não ter credibilidade, por vezes favorece tópicos extremos ou controversos (Gruszynski, et al, 2021).

Na construção da notícia a escolha de um tema a ser tratado não deve ser julgada como relevante apenas por parte do jornalista, “mas também deve ficar em sintonia com o que o público possa vir a considerar também como importante ou interessante.” (Alsina, 2009 p. 184).

Essas maneiras de contribuir com o jornalismo surgem do empreendedorismo no sistema capitalista. Para Anthony Giddens (1991) “A natureza fortemente competitiva e expansionista do empreendimento capitalista implica que a inovação

---

<sup>2</sup> Atualmente a sigla pensada em Nick Srnicek, em 2016, já não corresponde atualmente aos nomes das empresas. Isso porque o Google tornou-se Alphabet e o FaceBook é apenas uma das redes digitais da Meta. Embora a sigla não faça mais sentido, a ideia de Srnicek segue bastante relevante no cenário contemporâneo.

<sup>3</sup> O que são as Big Techs? Disponível em: <https://blog.culte.com.br/voce-sabe-o-que-sao-big-techs/> acesso em: 21 de jun. de 2023

tecnológica tende a ser constante e difusa”. Desde 2009 o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que não seria obrigatório o diploma de jornalismo para exercer a profissão, isso implica diretamente em consumidores praticarem o papel de produtores de notícias.

### **2.3 Jornalismo independente, jornalismo da era digital**

Segundo Helder Bastos (2013), o ciberjornalismo é responsável diretamente pela produção de notícias na web. Esse meio de comunicação dentro da internet abriu possibilidades para o jornalismo independente, alterando a maneira tradicional de consumir informação. A crise no jornalismo desencadeou o surgimento de variados sites, portais e agências de notícias, adaptando-se com a instantaneidade da informação. O jornalismo independente se aperfeiçoou, hoje é visto por muitos profissionais como uma alternativa para exercer a profissão com mais autonomia (Lacerda, 2016).

O jornalismo independente é fruto de uma mídia que nasceu a partir da web e se constituiu como um outro modo de fazer jornalismo, priorizando a autonomia e assumindo posicionamentos. Essa dissociação é resultado de grupos coletivos buscarem autonomia editorial e intelectual para exercer o ofício, adaptando-se e buscando alternativas nesse momento de crise na profissão<sup>4</sup>. A escolha de independência acontece tanto por questões ideológicas como financeiras (Lima, 2015). Essa nova era na comunicação baseia-se em abranger a perspectiva pública, dando à sociedade participação e ao jornalista o papel social de porta-voz de uma comunicação democrática. (Ramos; Spinelli, 2015, p.116).

Essa iniciativa mostra que o jornalismo está cada vez mais preocupado em se aproximar e interagir com o leitor, mesmo o independente. Essa não deixa de ser uma inovação. Alternativas como o colaborativismo, que permite a produção coletiva de reportagens, e o crowdfunding, ou financiamento coletivo, utilizado para arrecadar dinheiro pela internet, surgem como novas apostas, baseadas num modelo de jornalismo sem fins lucrativos, voltado para a independência. Esses modelos, que chamei de “arranjos econômicos” não são novos; são inspirados no cooperativismo e no jornalismo alternativo, que foram adaptados à sociedade em rede e (re) apropriados pelos jornalistas. (Lima, 2015 p. 225).

---

<sup>4</sup> Demissões nos grandes veículos - Globo demite mais de trinta (30) profissionais, grandes nomes da emissora, como Giuliana Morrone, César Galvão e Fábio Turci, foram alguns dispensados. Em comunicado, a emissora afirmou que, assim como as demais empresas de referência do mercado, tem o "compromisso permanente com a busca de eficiência e evolução". Disponível em <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/14/globo-demite-mais-de-30-jornalistas-em-menos-de-um-mes.htm> acesso em 02 jun. 2023.

Esse jornalismo da era digital é guiado por organizações sem fins lucrativos. As dificuldades dessas fundações em se manter são enormes, na legislação existem brechas judiciais e imposições que partem principalmente do poder executivo. O processo passa a ser controlado por decisões judiciais (Lima, 2015), somente se mantêm aqueles que têm forte poder aquisitivo para o embate judicial.

#### **2.4 The Intercept Brasil, o “cão de guarda” da democracia**

O The Intercept é uma agência de notícias fundada em 2014 nos EUA, pelos jornalistas Glenn Greenwald, Jeremy Scahill e Laura Poitras. O TIB tornou-se conhecido após publicações de documentos sobre programas de vigilância global pela (NSA) trazendo ao conhecimento público denúncias do sistema de vigilância americana. Inicialmente, o site teve financiamento do bilionário Pierre Omidyar. Atualmente, é sustentado com publicações de newsletter, tornando-se um jornal independente, não vinculado a financiamento empresarial ou partidário. No site *First Look Institute* tem a seguinte descrição para apoio aos projetos que financia. “O *First Look Institute* apoia o jornalismo investigativo destemido, a produção cinematográfica de não-ficção inovadora e cinematográfica e fornece apoio jurídico essencial para proteger o direito a uma sociedade e imprensa livres e abertas”<sup>5</sup>. A versão brasileira foi lançada em 2016, voltado a noticiar assuntos políticos, sociais e econômicos do país. No site do The Intercept Brasil (TIB) na aba "Quem somos" a agência anuncia seus propósitos e modo de atuação:

O The Intercept Brasil é uma agência de notícias dedicada à responsabilização dos poderosos por meio de um jornalismo destemido e combativo. Suas investigações aprofundadas e suas análises implacáveis se concentram em política, corrupção, meio ambiente, segurança pública, tecnologia, mídia e muito mais. O Intercept dá aos seus jornalistas a liberdade editorial e o suporte legal de que precisam para expor a corrupção e a injustiça onde quer que as encontrem. (The Intercept Brasil, 2013).

De maneira referencial dentro do jornalismo, que atuam de forma independentes e buscam autonomia para praticar profissão, destaca-se Glenn

---

<sup>5</sup> Do original, em inglês: “First Look Institute supports fearless investigative journalism, innovative and cinematic nonfiction filmmaking, and provides essential legal support to protect the right to a free and open society and press.” Extraído de: <https://www.firstlookinstitute.org/about> . Acesso em: 02 jun. 2023.

Greenwald<sup>6</sup>. Glenn atua como jornalista, escritor e advogado e ganhou notoriedade em 2013, após expor casos de programas secretos de vigilância americana pelos jornais *The Guardian* e *The Washington Post*. No mesmo ano, uniu-se a outros dois jornalistas fundando o *The Intercept*, jornal independente que ele classifica como “jornalismo corajoso, confrontando uma ampla gama de tópicos como corrupção política financeira ou violação de liberdade civil”.

O TIB ganhou destaque na imprensa nacional em 2019, através da cobertura jornalística da operação Lava Jato. A partir dessa operação o Intercept publicou documentos, áudios e trocas de mensagens entre membros da Operação Lava Jato e o então juiz Sérgio Moro, justificando a hipótese de haver motivação política na operação. Vaza Jato foi o nome dado aos vazamentos dessas conversas, através do aplicativo de mensagem instantânea *Telegram* entre o então Juiz Moro, hoje, Senador da República, e membros do ministério público como o então Promotor Deltan Dallagnol, atualmente Deputado Federal cassado<sup>7</sup>.

“Vaza Jato” refere-se à série de reportagens iniciadas pelo site de jornalismo [independente] *The Intercept Brasil*. Em junho de 2019, a redação recebeu dados de uma fonte anônima com troca de mensagens entre membros importantes do governo sobre o caso de investigação da Polícia Federal, a operação “Lava Jato” (Burchard, 2021, p. 13).

Entre tantos acontecimentos que colocam o *The Intercept Brasil* como um jornalismo independente, destaca-se sua atuação na cobertura da pandemia de Covid-19. A agência expôs fatos sobre o negacionismo do governo federal, sobretudo por conta do significativo compartilhamento de publicações caracterizadas pela desinformação (Wardle; Derakhshan, 2018). O *The Intercept Brasil* criou uma editoria “Crise do coronavírus” dedicada a fortalecer a comunicação de diferentes cenários do coronavírus, entendendo que a crise sanitária não se resumia somente a saúde, política e economia, atribuiu a ferramenta do Instagram relatos de pessoas anônimas a contarem seus testemunhos.

Durante a cobertura da pandemia estamos trabalhando com ainda mais afinco para publicar os testemunhos de pessoas que não costumam ser escutadas em momentos de crise. Compartilhe nossos textos em suas redes e faça com que essas vozes sejam ouvidas ainda mais longe. Conhece uma história que precisamos contar? (Silvia, 2020, apud Gruszynski, Lindermann, Sanserverino, 2021 p. 132).

<sup>6</sup> Glenn Greenwald não faz mais parte do TIB - disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/glenn-greenwald-alega-censura-e-anuncia-saida-do-intercept/>, acesso em 19 jun. 2023.

<sup>7</sup>Deltan\_Dellagnol\_Cassado\_e\_perde\_o\_mandato: Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/congresso-nacional/deltan-dallagnol-perde-o-mandato-camara-confirma-decisao-do-tse/>, acesso em: 19 jun. 2023.

Um dos papéis do jornalismo é fazer curadoria de assuntos de interesse da população. O TIB teve uma função essencial em explicar situações de embate do presidente Jair Bolsonaro contra as orientações de saúde recomendadas pela OMS (Organização Mundial de Saúde). Bolsonaro em diversos momentos fez pouco caso e gerenciou a pandemia de covid-19 com falas e atitudes negacionistas, tanto que em seu primeiro pronunciamento oficial<sup>8</sup> referiu-se ao vírus como uma “gripezinha”. O Brasil teve mais de 700 mil mortos, dados apresentados três anos após o decreto de pandemia pela OMS.

Enquanto boa parte dos líderes mundiais buscou seguir as orientações da Organização Mundial da Saúde (OMS), implementando medidas de segurança para evitar a elevação da taxa de contágio do vírus, o presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores insistiam em teorias conspiracionistas, como se a pandemia fosse um pretexto para prejudicar o governo e — disseminar o pânico entre a população (Agência Brasil, 2020).

Em diversos momentos da crise de saúde pública, o então presidente além de negar as mortes pelo vírus passou a propagar desinformação. Tal feito ocasionou em apoio de organizações civis, (Menezes; et al, 2020) e utilizando-se das redes sociais para disseminar teorias de conspirações e dados para espalhar “pânico na população” (Agência Brasil, 2020). Bolsonaro não mediu esforços em defender o uso da hidroxiquina para tratar os pacientes acometidos de Covid-19 sem qualquer comprovação científica; agiu contra o fechamento do comércio; demonstrou ser contra o uso de máscara e fortaleceu o discurso da extrema direita, propagando questionamentos sobre a eficácia da vacina contra o vírus.

A falta de empatia, colocando a preocupação com a economia do país como prioridade, taxou Bolsonaro como um governante de ideologia da extrema direita. Seus discursos ecoavam a seus partidários nas redes sociais e pelos órgãos oficiais, demonstrando o total desprezo e falta de sensibilidade pela vida humana.

Pode-se inferir que o discurso e práticas negacionistas incitadas por Bolsonaro e confirmadas pelo seu Governo, foram substanciais para a desinformação das massas e consequente — banalização do real perigo representado pela pandemia da Covid-19. Nesse sentido é que os seguidores, reforçando a aplicabilidade do conceito, se assemelham com a figura de Eichmann, uma pessoa comum que de forma irrefletida colaborou para todo o horror da máquina de extermínio nazista. (Menezes, et al p. 337).

---

<sup>8</sup> UOL. 'Gripezinha': leia a íntegra do pronunciamento de Bolsonaro sobre covid-19. 24 mar. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimasnoticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-naintegra.htm>. Acesso em: 05 jul. 2023.



Informações falsas que ganharam proporções massivas dentro da pandemia, segundo Julie Posseti; Karina Bontcheva (2020) denomina desinfodemia. São conteúdos falsos que impactam negativamente a vida das pessoas, usando o terror e mentiras para atrair o caos. Essa tática destrutiva foi usada na pandemia de COVID-19, invalidando a ciência médica, incentivando medicamentos falsos e alimentando o ódio. Em tese, as notícias falsas contribuíram para que houvesse maior número de mortes. A onda de negação dividiu a população levando algumas pessoas a não seguir as recomendações da OMS, resultando em 16,92% mais mortes pelo vírus em 2021, que em 2020. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) mostram que em 2021 houve a distribuição de vacinas na rede pública.

## **2.5 Jornalismo e Democracia: a informação como pilar do estado de direito**

O que vemos na sociedade contemporânea é a complexidade de um mundo globalizado buscando meios para se adequar às tecnologias e as informações no ambiente digital. A imprensa tem o poder e cumpre uma tarefa imprescindível, ela exerce um poder muito grande da informação (Miguel, 1999). A questão é fundir a mídia e democracia, por um lado temos uma mídia elitista que concentra o poder da informação, do outro lado existe uma preocupação dos aspectos da democracia que desejam ampliar o espaço da participação popular.

A resposta para o problema da concentração da informação é similar ao de qualquer outra concentração de poder: trata-se de limitá-lo através do próprio poder (no nosso caso, da própria informação), em outras palavras, é necessário destruir o monopólio da informação, o que se faz apenas com uma autêntica pluralidade de fontes - e, melhor ainda, com a diminuição do fosso que separa produtores e consumidores de informações (Miguel, 1999 p. 205).

Abordar o jornalismo dentro do sistema democrático é um trabalho que se fortalece principalmente depois do surgimento dos meios eletrônicos. Dentro da internet se ampliou as conexões entre a democracia, campanhas políticas, opiniões públicas e jornalismo (Soares, 2009). Contextualizando que a democracia brasileira foi tradicionalmente instrumentalizada, marcada pela ambiguidade que permite que os governantes sejam autoritários e democráticos ao mesmo tempo (Soares, 2009), a democracia é justamente voltada às liberdades de expressões, pluralidades de vozes e confrontos ideológicos. Nos regimes autoritários o governo é caracterizado por obediência absoluta, opressão e tirania. A Revista Carta Capital, publicamente

alinhada a um discurso mais à esquerda, através de um artigo de opinião publicado no dia 03 de maio de 2023, reflete sobre a importância da liberdade de imprensa para a democracia. No texto o autor observa que “a importância da liberdade de imprensa para a democracia relaciona a proteção dos profissionais de comunicação, nos últimos quatro anos, a imprensa foi ameaçada, atacada e desacreditada, inclusive pelo próprio ex-presidente” (Galli, 2023, s/p).

A questão é que o debate sobre o acesso às informações e liberdade de imprensa não pode ficar de fora da pauta daqueles que lutam por uma sociedade mais democrática. O governo Bolsonaro terminou, mas o bolsonarismo permanece. O 8 de janeiro<sup>9</sup> é um marco de vandalismo e ataques às instituições democráticas. Informações da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) mostram que mais de 40 jornalistas foram agredidos no ato de tentativa de golpe de estado, e durante a retirada de bolsonaristas acampados em frente aos quartéis. A maioria dos casos das agressões foi de apoiadores de Jair Bolsonaro, grupo de pessoas que pediam a intervenção do exército por negar o resultado das urnas, e sucedeu nas depredações dos prédios dos três poderes em Brasília.

A Abraji repudiou os ataques através de uma nota conjunta com a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e outras organizações de imprensa, protocolada dia 11 de janeiro de 2023, no Ministério Público. Na nota, as entidades destacam os riscos do exercício da profissão no país, cobram leis de proteção do estado, ressaltando que deveriam proteger aqueles que zelam por uma imprensa livre e defendem as instituições democráticas.

Atualmente, o Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, demonstra preocupação sobre os ataques e a segurança dos jornalistas. Considerando que durante o governo Bolsonaro, a mídia esteve sob constantes ataques, o jornalista Giuliano Galli destaca no artigo de opinião “Não há democracia sem proteção da liberdade de imprensa”, publicado na Revista Carta Capital, que a nova gestão vem atuando, de forma decisiva, para aprovar o Projeto de Lei 2630, popularmente conhecido como “PL das fake-news”. Projeto que visa combater a desinformação, conteúdos extremistas e preservar o direito à liberdade de expressão "estava

---

<sup>9</sup> O 8 de janeiro de 2023 entrou para história do país: um dia em que ataques aos Três Poderes da República tentaram abalar a democracia. Prédios foram invadidos e depredados, em cenas de ódio e comemoração de eleitores que não aceitavam o resultado das urnas. [https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-02/caminhos-da-reportagem-8-de-janeiro-democracia-de-pe#:~:text=O%20%20de%20janeiro%20de,aceitavam%20o%20resultado%20das%20urnas\\_](https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-02/caminhos-da-reportagem-8-de-janeiro-democracia-de-pe#:~:text=O%20%20de%20janeiro%20de,aceitavam%20o%20resultado%20das%20urnas_)

travada na Câmara dos Deputados, avançou rapidamente no começo de 2023 devido à repercussão dos ataques antidemocráticos que ocorreram em Brasília" (Galli, 2023, s/p.). O projeto de lei se encontra na Câmara dos Deputados e ainda não foi votado.

## **2.6 YouTube como ferramenta de propagação de desinformação da extrema direita**

As plataformas das maiores empresas de tecnologia do mundo são focos de debates sociais pelo menos desde o escândalo da Cambridge Analytica<sup>10</sup>. Desde 2016, campanhas de desinformação desconfiguram as campanhas eleitorais nos Estados Unidos e a saída do Reino Unido da União Europeia (Zuboff, 2021). Discursos de ódio e publicações políticas extremistas na internet cresceram e hoje também são um problema no Brasil. Shoshana Zuboff (2021) afirma que o capitalismo de vigilância é uma força social antidemocrática desconectada das instituições políticas e econômicas. Neste sentido, as plataformas configuram-se em vetores para a disseminação da desinformação. Neste trabalho o foco está voltado para o YouTube e a cobertura feita pelo TIB sobre esta plataforma como espaço de disseminação de desinformação

O YouTube é uma plataforma de vídeos online criada em 2005 e adquirida pela Google em 2006. Através do YT é possível criar e compartilhar vídeos pela internet. Atualmente a plataforma tem mais de 2 bilhão de usuários pelo mundo. Desenvolvido para ser uma ferramenta democrática, dando a liberdade dos usuários não apenas consumirem, mas produzirem conteúdos. De acordo com uma pesquisa publicada pelo UOL no dia 18 de agosto de 2022, o YouTube é dominado pela direita bolsonarista, o levantamento é da professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Letícia Capone<sup>11</sup>. Capone classificou os canais bolsonaristas

---

<sup>10</sup> A Cambridge Analytica é uma empresa de análise de dados que trabalhou com o time responsável para campanha do republicano Donald Trump nas eleições de 2016, nos Estados Unidos. Na Europa a empresa foi contratada pelo grupo que promovia o Brexit (a saída do Reino Unido da União Europeia). Ela foi responsável pelo vazamento de dados do Facebook para fins propagandas políticas. O escândalo gerou nova onda negativa contra o Facebook – já sob questionamento pela proliferação de notícias falsas nas eleições americanas. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml> acesso em 29 jun. de 2023.

<sup>11</sup> A pesquisa foi realizada pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação, Internet e Política da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC/Rio).

como ofensivos, contendo discursos de ódio, ataques à democracia e disseminação de desinformação, colocando em dúvidas a integridade eleitoral.

Um levantamento feito pela agência de análise de dados Novelo<sup>12</sup>, a pedido do Intercept Brasil, mostrou que propagadores de desinformações não foram punidos pela plataforma, alguns tiveram o conteúdo retirado do ar, mas continuaram sendo remunerados pelo Google. Antes das eleições de 2022 a rede social anunciou uma política contra desinformação relacionada à pandemia. Dados publicados pelo jornalista Paulo Victor Ribeiro no site The Intercept Brasil mostram que no último ano, o YouTube apagou 47 vídeos de canais de extrema direita no Brasil, afetando 27 canais. Desses, só um canal saiu do ar – e 21 continuam monetizados.

---

<sup>12</sup> Novelo data é uma empresa de análise de dados - <https://www.novelo.io/>

### 3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para fins de compreender características e elementos que compõem a cobertura do The Intercept Brasil (TIB) sobre desinformação no YouTube, esta pesquisa busca de forma qualitativa abordar a atuação do TIB no combate à desinformação. Para Minayo (1998), as pesquisas qualitativas são recomendadas especialmente na área de ciências sociais em realidades que não podem ser quantificadas. Segundo a autora, a pesquisa qualitativa "trabalha com o universo de significados" (Minayo, 1998, p.21). Pretende-se enfatizar o jornalismo independente no Brasil tomando como objeto de estudo a agência de notícia *The Intercept Brasil*, que ampliou a forma de fazer jornalismo, explanando casos de corrupção, dando visibilidade ao jornalismo autônomo em casos que tiveram grande relevância e foram divisores de opiniões na esfera pública.

Com a finalidade de delimitar a investigação, definiu-se por avaliar a reportagem do The Intercept Brasil que trata do caso de disseminação de desinformação veiculada em alguns canais na plataforma de vídeos YouTube, aliado aos discursos de extrema direita. Entende-se que esse recorte é bastante apropriado em função dos discursos recorrentes que afrontaram o sistema democrático, além de estar bastante relacionado à política e a organização do estado.

Quanto à natureza, a presente pesquisa insere-se na perspectiva básica, visto que não propõe a aplicação dos conhecimentos desenvolvidos. Entretanto, espera-se o aprofundamento e a elucidação de questões teóricas e conceituais, garantindo o apoio para outros estudos e, por conseguinte, o avanço da ciência. Segundo Gerhardt e Silveira (2009), as pesquisas de natureza básica envolvem verdades de interesses universais, são mais amplas e gerais e se prestam a apoiar o desenvolvimento científico.

De acordo com os objetivos, a pesquisa caracteriza-se como um estudo exploratório. As pesquisas exploratórias objetivam proporcionar maior familiaridade com o tema a ponto de viabilizar a construção de hipótese para o problema de pesquisa ou questão de estudo (Gerhardt; Silveira, 2009). Nesse sentido, não há intenção de apresentar alternativas para eventuais situações problemáticas encontradas nos percursos, mas desvelá-las e problematizá-las.

Em relação aos procedimentos, a pesquisa enquadra-se em bibliográfica, documental e de campo. O procedimento de levantamento bibliográfico é essencial para fundamentar as teorias que embasam a pesquisa. Para Gil (2007),

[...] os exemplos mais característicos desse tipo de pesquisa são sobre investigações sobre ideologias ou aquelas que propõem a análise das diversas posições acerca de um problema (Gil, 2007, P. 44).

Nesse sentido, elencou-se preliminarmente as obras de Ramos e Espinelli (2015); Lima (2015) e Gruszyski, et al (2021) para iniciar a pesquisa, entretanto, no decorrer da pesquisa foi necessário recorrer a outros estudos e outros autores na pesquisa bibliográfica.

A pesquisa também se caracteriza como documental, já que são analisadas diversas reportagens da Agência de Notícias The Intercept Brasil para finalmente definir o recorte para análise - este processo será explicitado mais adiante neste capítulo. Esse tipo de pesquisa difere da pesquisa bibliográfica em função de utilizar fontes mais diversificadas. De acordo com Fonseca (2002) citado por Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa documental recorre a fontes mais diversificadas e dispersas, sem tratamento analítico, tais como: jornais, documentos oficiais, revistas, cartas, reportagens e entre outros.

Sobre a classificação como pesquisa de campo, deve-se a realização de uma entrevista semiestruturada com um jornalista do TIB. Esse procedimento objetiva coletar informações mais precisas sobre a questão de estudo como, por exemplo, como a agência mapeia os dados utilizados nas reportagens. Gerhardt e Silveira (2009) caracterizam a pesquisa de campo como aquela que além das fontes documentais e bibliográficas, faz a coleta de dados junto a pessoas através de diferentes recursos, neste caso, a entrevista semiestruturada.

A entrevista semiestruturada é um instrumento de coleta de dados utilizado especialmente nos estudos qualitativos, que permite explorar a espontaneidade do entrevistado. Ela não se restringe a um questionário objetivo e fechado, mas sim em uma conversa embasada por um roteiro elaborado previamente pelo pesquisador. Além da espontaneidade do entrevistado, outra vantagem das entrevistas semiestruturadas é a flexibilidade, pois é possível, mesmo durante o procedimento, alterar ou reformular questões conforme a necessidade do entrevistador. Tozzoni-Reis (2010) destaca que neste tipo de entrevista as questões são apresentadas ao entrevistado de forma bem espontânea, seguindo sempre uma sequência livre de acordo com o rumo do diálogo.

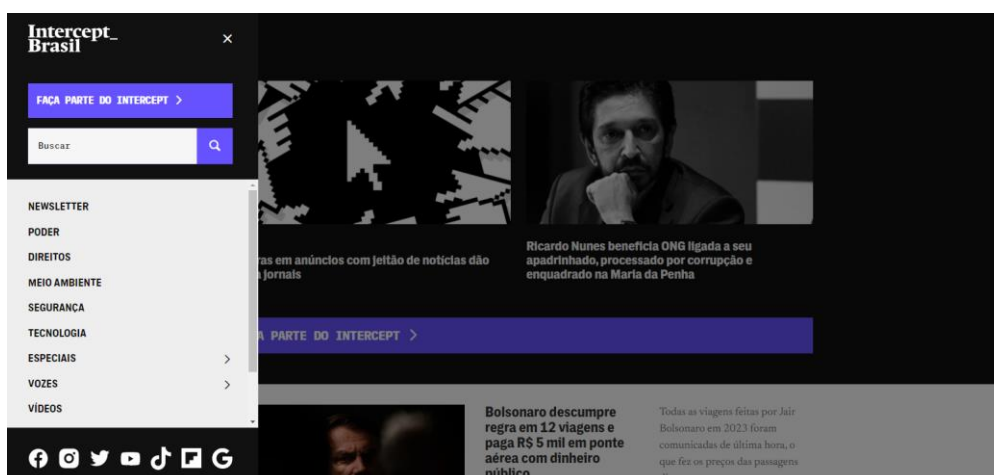
Após a coleta e o devido tratamento dos dados, os mesmos foram analisados através do método da análise de conteúdo (Bardin, 1977). Esse método é utilizado em pesquisas qualitativas em realidades não quantificáveis. De modo geral, pode-se dizer, que a análise de conteúdo objetiva compreender o sentido de um texto através de sua semântica. Para Tozzoni-Reis (2010) o principal objetivo deste instrumento é desvendar os sentidos aparentes ou ocultos de um texto, um documento, um discurso ou qualquer outro tipo de comunicação.

### **3.1 Corpus de pesquisa**

A elaboração desta pesquisa aconteceu através da análise documental das reportagens do site The Intercept Brasil (TIB). Pesquisando o modo de produção jornalístico do site acerca dos conteúdos extremistas, com palavras-chave sobre o Youtube e com filtro de busca entre 2019 a 2022, notou-se a produção de 21 reportagens e notas. A filtragem da busca deu-se para elencar a produção do veículo referente ao período do governo de Jair Bolsonaro, recorte utilizado por esta investigação.

A pesquisa documental foi realizada no site entre os dias 19 de abril a 26 de junho de 2023. E como o material exploratório descritivo é o site do TIB, considera-se importante analisar a formatação da página para fins de compreensão da estrutura da agência. A página inicial (Figura 1) tem a identidade visual nas cores preta, branca e roxo. No canto esquerdo acima tem a opção “Faça parte do Intercept”, link que leva a guia de assinatura dos conteúdos exclusivos com o título; “Precisamos de você para seguir independentes e fortes. Faça acontecer agora o jornalismo que muda vidas. Apoie o jornalismo dedo na ferida do TIB!”. Abaixo tem o campo de busca com as opções de navegação pelas editorias; "Newsletter", "Poder", "Direito", "Meio Ambiente", "Segurança", "Tecnologia", "Especiais", "Vozes", "Vídeos", "Seja Nossa Fonte" e informações da equipe no “Quem Somos”, Seguido pelos ícones das redes sociais digitais da agência.

Figura 1. Página Inicial do site do TIB



Fonte: The Intercept Brasil (2023)

Para análise nesta pesquisa foi escolhida a reportagem “Youtube faz canais de direita ganharem dinheiro espalhando mentiras sobre o coronavírus” da série de reportagens “Crise do Coronavírus” parte 36, publicada em 25 de março de 2020. A escolha da reportagem foi realizada a partir dos seguintes critérios: 1) Matéria assinada pelos editores Tatiana Dias e Paulo Victor Ribeiro, ambos responsáveis pela editoria de tecnologia do Intercept, visto que, dentro do TIB, alguns jornalistas prestam trabalho como freelancers. Outro critério de seleção da reportagem está a apresentação das estratégias de desinformação utilizadas pela direita e a produção de conteúdos monetizados, elementos que ajudam a entender o ecossistema de desinformação dentro da plataforma. Além da análise da reportagem, o *corpus* de análise é composto por uma entrevista realizada com o jornalista Paulo Victor Ribeiro.

Para construção do *corpus* de análise primeiro foi realizada uma pesquisa exploratória no site do TIB para compor o *corpus* de pesquisa, ou seja, o conteúdo mais amplo produzido pelo veículo sobre desinformação no período de 2019 a 2022. No site, através do campo de busca foi possível selecionar reportagens específicas utilizando palavras-chave. No print abaixo (Figura 2) o termo “Youtube” gerou 8 publicações que abrange temas como tentativas de golpe de estado, algoritmos, canais de direita, difusão e lucratividade com mentiras.



Figura 2. Pesquisa de reportagem “Youtube”

Busca: **YOUTUBE**

**CPI do Golpe ignora papel do YouTube no 8 de janeiro**  
8 de junho - [Pablo Marzaga](#)

**CPISTAS transmitiram lives por mais de quatro horas sem serem derubados pelo YouTube ou Meta**  
12 de janeiro - [Tatiana Biaz](#)

**iFood e parceira tentam censurar canal no YouTube de liderança de entregadores**  
28 de novembro - [Paulo Victor Ribeiro](#)

**Notas**  
**Algoritmo do YouTube privilegiou canais da Jovem Pan durante as eleições, diz novo estudo**  
19 de novembro - [Bianca Lopes](#)

**Videos golpistas no YouTube foram vistos mais de 21 milhões de vezes em 19 dias**  
8 de novembro - [Tatiana Biaz](#)

**Notas**  
**Facebook e YouTube lucraram com anúncios que atacam as armas eletrônicas e a democracia**  
28 de novembro - [Bianca Lopes](#)

**Notas**  
**Canal que pagou apoiador fake de Bolsonaro recebeu grana pública no YouTube durante a pandemia**  
28 de novembro - [Tatiana Biaz](#)

**'X9, traítor, caguetá': pesquisador que estuda canal de extrema direita no YouTube está sendo ameaçado**  
25 de abril - [Bianca Lopes](#)

Fonte: The Intercept Brasil (2023) elaborado pelo autor

Nesta outra imagem abaixo (Figura 3) o termo de busca “Extrema direita” teve 8 matérias relacionadas a Youtube, igreja, pandemia e nazismo. De forma macro, a extrema direita foi interpretada como produtora de atos de violência pelo mundo, segundo reportagens do TIB.

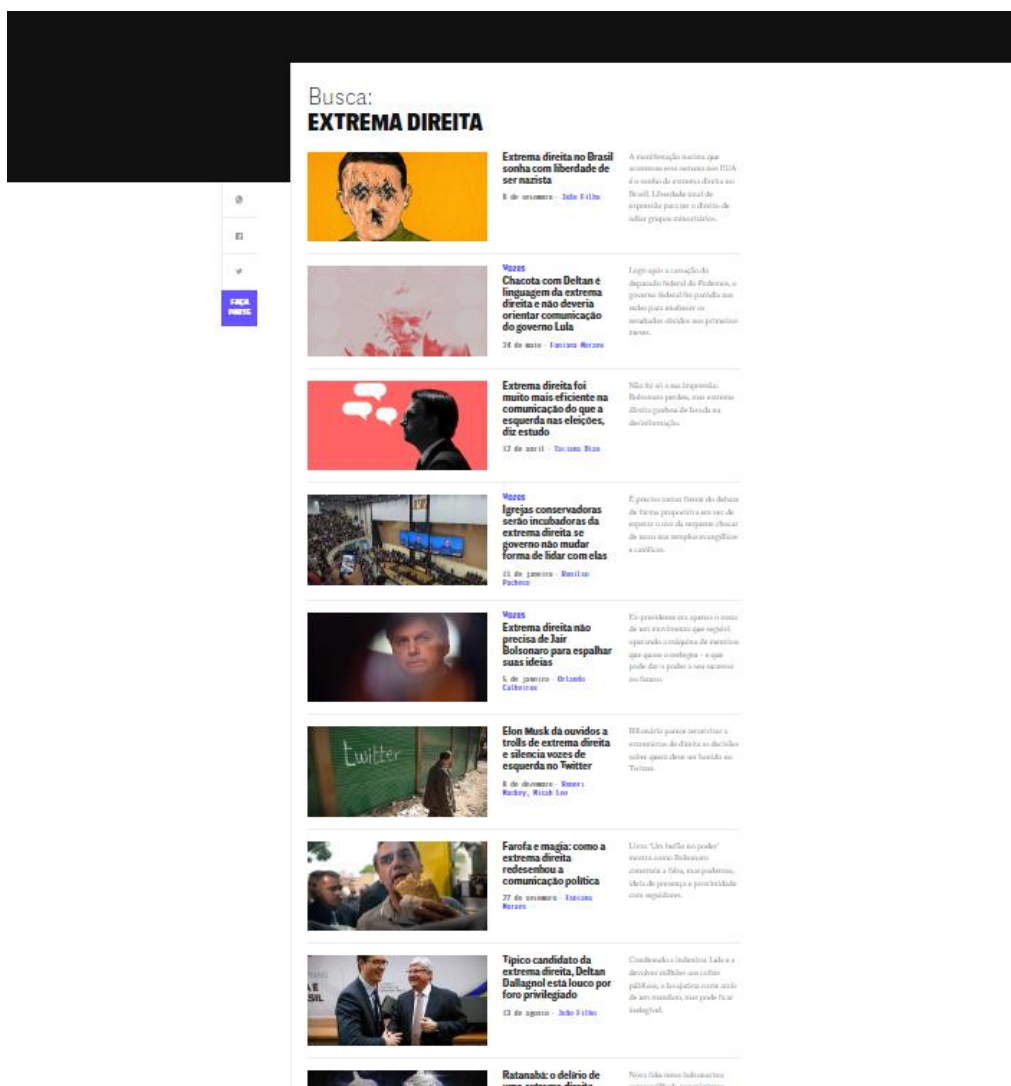


Figura 3. Pesquisa de reportagem “Extrema direita”

Fonte: The Intercept Brasil (2023) elaborado pelo autor

Nesta investigação foi utilizado a realização de entrevista com um dos repórteres que produziu a reportagem objeto de análise. A entrevista semi-estruturada contou com a colaboração do jornalista do The Intercept Brasil Paulo Victor Ribeiro. A entrevista foi realizada no dia 27 de agosto de 2023 e teve duração de 57 min:12s<sup>13</sup> e aconteceu de forma online pelo Google meet. A entrevista faz parte dos métodos de investigação que complementam a análise da reportagem do

<sup>13</sup> Links com entrevista em vídeo e transcrito.

[https://docs.google.com/document/d/1\\_OP28s4P3Vi3L-jkKC0mvDPEI4qmAZr/edit?usp=sharing&oid=100257551587512543621&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1_OP28s4P3Vi3L-jkKC0mvDPEI4qmAZr/edit?usp=sharing&oid=100257551587512543621&rtpof=true&sd=true)  
<https://drive.google.com/file/d/1rPLo2L-X7hSOMCCRkijFnpqcOGV-RPWa/view?usp=sharing>

site. Paulo Victor Ribeiro é jornalista e atua na editoria de tecnologia e tem mais de 49 reportagens publicadas sobre *big techs* e política no site do TIB.

Seguindo os procedimentos propostos por Laurence Bardin (1977), a entrevista com Paulo Victor Ribeiro foi decupada e analisada a partir da leitura flutuante. Através da leitura flutuante definiu-se as seguintes categorias de análises:

### **Algoritmos; AdSense e Moderação.**

De modo que as palavras-chave citadas acima estejam relacionadas com a entrevista, classificá-las com trechos da fala do entrevistado ajuda na construção da análise. A leitura flutuante foi realizada tanto na entrevista quanto na reportagem.

A partir da leitura flutuante dos dois materiais chega-se a categorias de análises que podem coincidir (ser as mesmas na reportagem e na entrevista), serem diferentes e complementares (aquelas categorias que aparecem apenas em um dos materiais analisados - na entrevista ou na reportagem) mas ajudam a compreender o todo, por isso são complementares.

No decorrer desta análise, o material foi selecionado e transcrito para um documento do *google docs*, e está disponível no apêndice deste TCC. As palavras-chave serão postas em quadro para melhor compreensão da questão a ser analisada.

Quadro 1 - *Corpus* de análise entrevista

| <b>Categoria</b> | <b>Temática</b>   | <b>Descrição síntese</b>  |
|------------------|---|---|
| Algoritmo        | - Ajustes de recomendação                                   | Ajuste feito pelo usuário não prevalece, o que funciona é a recomendação do algoritmo |
| AdSense          | - Publicidade<br>- Monetização                              | Canais que cresceram com a orientação do uso das ferramentas de publicidade           |
| Moderação        | - Negligência<br>- Pouca capacidade de moderar os conteúdos | O YouTube não consegue fazer cumprir as próprias regras de moderação                  |

Fonte: elaborado pelo autor

### 3.1.1 Algoritmo

O Google, ou Alphabet, é uma empresa de tecnologia multinacional que tem origem nos EUA, atualmente, sendo referência em mecanismos de buscas na internet. Entre tantos trabalhos que a empresa desenvolve destaca-se o desenvolvimento em inteligência artificial, publicidade online e software de computadores. Com o crescimento na internet o Google se expandiu e é considerada a empresa mais poderosa e valiosa do mundo.

Dos serviços oferecidos, destaca-se o Youtube, plataforma de compartilhamento de vídeos subsidiária do Google. Através dos algoritmos da plataforma é possível ajustar o que é de interesse do usuário. O ajuste de recomendações pode ser feito através dos botões “Não tenho interesse”, “Não gostei”, “Remover histórico” ou “Não recomendar esse canal”. No entanto, uma pesquisa realizada pela Mozilla publicado pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), mostra que as opções propostas pela plataforma não têm muito poder de ação ou influência sobre a Inteligência Artificial do Youtube. (Mit, 2022). A pesquisa mostra que esses ajustes de recomendações não dão retorno positivo. Segundo o estudo, o Youtube continua recomendando canais mesmo após usuários enviarem *feedback* negativos usando as opções apresentadas pela plataforma. Esse modo de funcionamento dos algoritmos pode fortalecer discursos radicais e recomendar conteúdos controversos. (Mit, 2022).

No relatório, a Mozilla especula que isso ocorre porque a plataforma prioriza o tempo de exibição sobre a satisfação do usuário, uma métrica que o algoritmo de recomendação do YouTube nem considerou nos primeiros 10 anos de história da plataforma. (MIT, 2023, s/p).

Durante a entrevista para esta pesquisa, Paulo Victor Ribeiro cita que “mesmo que involuntariamente, eles não se atentam que um grupo de pessoas está se valendo da plataforma deles para XYZ, nesse caso, para determinar os rumos políticos do país.” (Ribeiro, 2023 s/p) e o algoritmo do YouTube segue recomendando vídeos independente da vontade do usuário. Em 2022 o Youtube anunciou novas diretrizes sobre as eleições presidenciais, assegurando que removeriam conteúdos equivocados, fraudes sobre urnas eletrônicas, e adicionando novas ferramentas de combate à desinformação. Essa notícia foi publicada pelo Correio Braziliense no dia 22 de março de 2022.

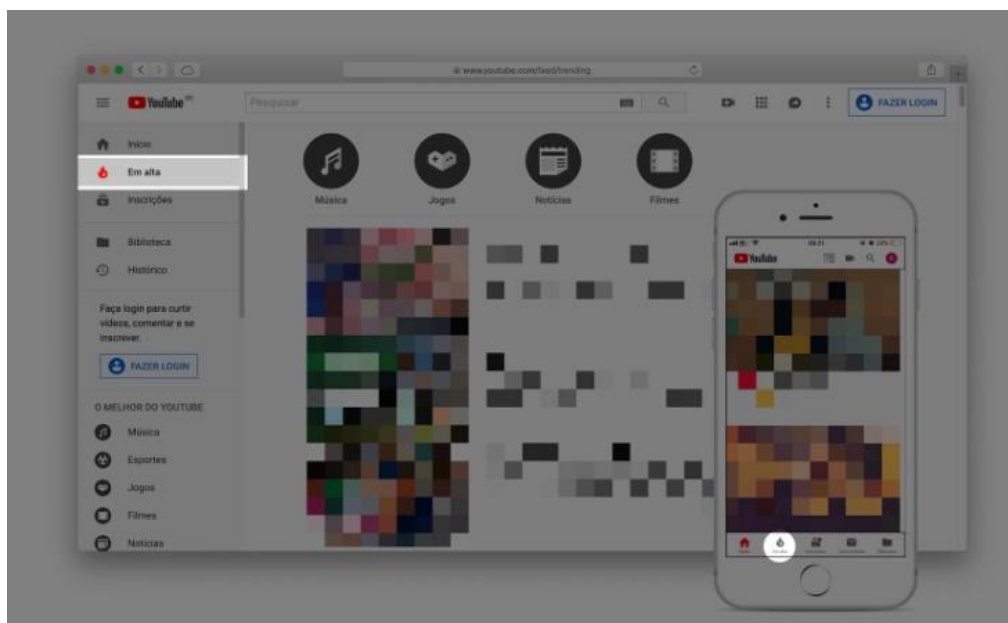
Em 28 de setembro de 2022 o Intercept publica a seguinte nota “Facebook e Youtube lucram com anúncios de ataques as urnas eletrônicas e a democracia” que

faz parte do segundo relatório da ONG SumOfUs, que monitora grandes corporações e expõe o funcionamento dos ecossistemas dentro das plataformas. Em nota, a jornalista Débora Lopes afirma que os conteúdos antidemocráticos e com desinformação, beneficiam a campanha de reeleição de Jair Bolsonaro, já que o Youtube mantinha no ar conteúdos de ataques ao TSE e foram vistos por mais de três milhões e meio de pessoas.

Segundo dados da Novelo, o termo 'Bolsonaro' se manteve em alta nos vídeos destacados pelo YouTube desde a facada sofrida pelo então candidato à presidência da república nas eleições de 2018. A pesquisa mostra que os algoritmos do Google ajudaram conteúdos bolsonaristas a viralizarem e tiveram papel crucial na eleição de Jair Bolsonaro naquele ano. Dos dez canais que mais cresceram no Youtube Brasil, cinco são de extrema direita, dedicados a promover o então candidato à presidência. Até agosto de 2018, os canais de extrema direita não tinham relevância. A partir de setembro, cresceram de maneira exponencial. Estes são dados publicados pelo jornalista Rodrigo Ghedin no TIB, com análise dos dados da empresa Novelo em agosto de 2019. Em entrevista com Paulo Victor Ribeiro ele afirma que eles "têm métricas de engajamento. Basicamente, conteúdos extremistas engajam mais do que outros conteúdos por uma predisposição do algoritmo". (Ribeiro, 2023 s/p). Abaixo print do modo de produção de vídeos no Youtube.

Figura 4 - Modo de produção de vídeos em "ranking" pelos algoritmos de recomendação no Youtube.

Fonte: The Intercept Brasil, 2023)

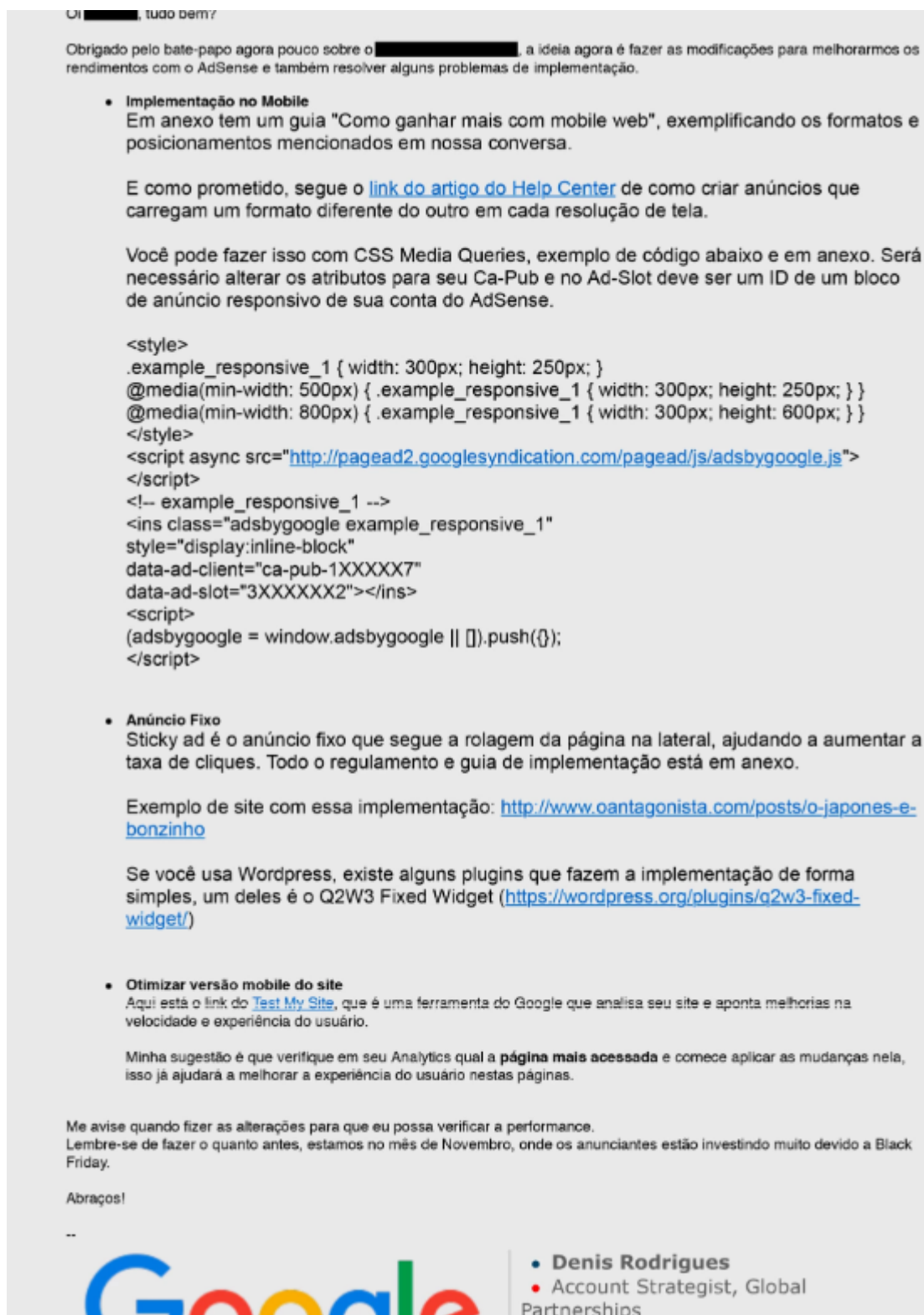


### 3.1.2 AdSense - Treinamento para blogueiros

No ano de 2016 o Google reuniu um grupo de blogueiros em sua sede no Brasil para orientar o uso da ferramenta AdSense e aumentar seus ganhos. Segundo a reportagem do TIB publicada em 2019 com o título “Grana por cliques” um funcionário da empresa teria usado uma planilha com casos de sucesso para inspirar os blogueiros, o site de direita “O Antagonista” seria o site citado, na época o site recebia milhares de dólares por dia com anúncios. O site é um exemplo de blog que aprendeu a gerar lucros pela ferramenta do Google, atraindo visualizações com publicações políticas.

O encontro foi exposto por um ex-blogueiro do grupo ao The Intercept Brasil. Ele afirma que foi convidado para reuniões entre os anos de 2014 e 2016 e produzia mais de 20 post por dia, buscando cliques em matérias sensacionalistas e falsas sobre o PT. O mesmo cita que 20 postagens por dia foram uma recomendação do Google como maneiras de tornar os conteúdos mais relevantes no buscador e mais espaço para publicidade com o AdSense.

Figura 5 - E-mail de Denis Rodrigues com dicas para otimizar os anúncios e aproveitar a alta do comércio gerada pela Black Friday.



Fonte:

Os blogueiros receberam dicas e sugestões para faturar com “aluguel” de publicidade e saíram determinados a propagar notícias sensacionalistas e falsas. “Para a plataforma, faz todo sentido que quem usa essa ferramenta saiba lidar bem com ela, consiga produzir conteúdos melhores, conteúdos mais bem formatados e lucre com isso” (RIBEIRO, 2023, s/p). A reportagem diz que a técnica de produção de notícias funcionou, um mês após a reunião, o faturamento de um dos blogs passou de R\$25 mil dólares. Segundo o Google o AdSense é:

[...] uma maneira de os editores ganharem dinheiro com conteúdo on-line. Ele relaciona anúncios ao seu site com base nos visitantes e no conteúdo disponível. Os anúncios são criados e pagos pelos anunciantes que querem promover produtos. (Google, 2023).

O crescimento desses blogs antipetistas se deu principalmente no período do impeachment da então presidente Dilma e após isso, ajudaram o coro lava-jatista e posteriormente o bolsonarismo. A migração desses blogueiros para o Youtube aconteceu de forma natural, pois era onde o Google estava investindo, considerando que o Youtube é o segundo maior buscador do mundo.

Alguns blogs citados pelo ex-blogueiro “O Diário do Brasil Notícias”, “Jornal do País” continuam com uma agenda fortemente bolsonarista e veiculadas com o AdSense. Dos blogs identificados pela fonte do TIB quatro viraram canais de direita no Youtube e não escondem seu apreço por autoritarismo e intervenção militar.

“O ponto é que o Google não é cego para o tipo de conteúdo que era produzido por essa galera. Eles sabem, eles sabiam exatamente o que estava sendo escrito, que tipo de conteúdo estava sendo propagado”, conclui Ribeiro em entrevista para esta investigação. O “Top Tube Famosos”, é o mais conhecido e bem-sucedido canal de blogueiro de direita, o mesmo é administrado pelo dono do blog desativado “The News Brazil”. O canal conta com mais de 1 milhão e 17 mil inscritos, e reproduz vídeos com títulos alarmistas. Segundo o SocialBlade, site que analisa tendências e estatísticas, em 2021 o canal faturou no mínimo R\$6 mil por mês.



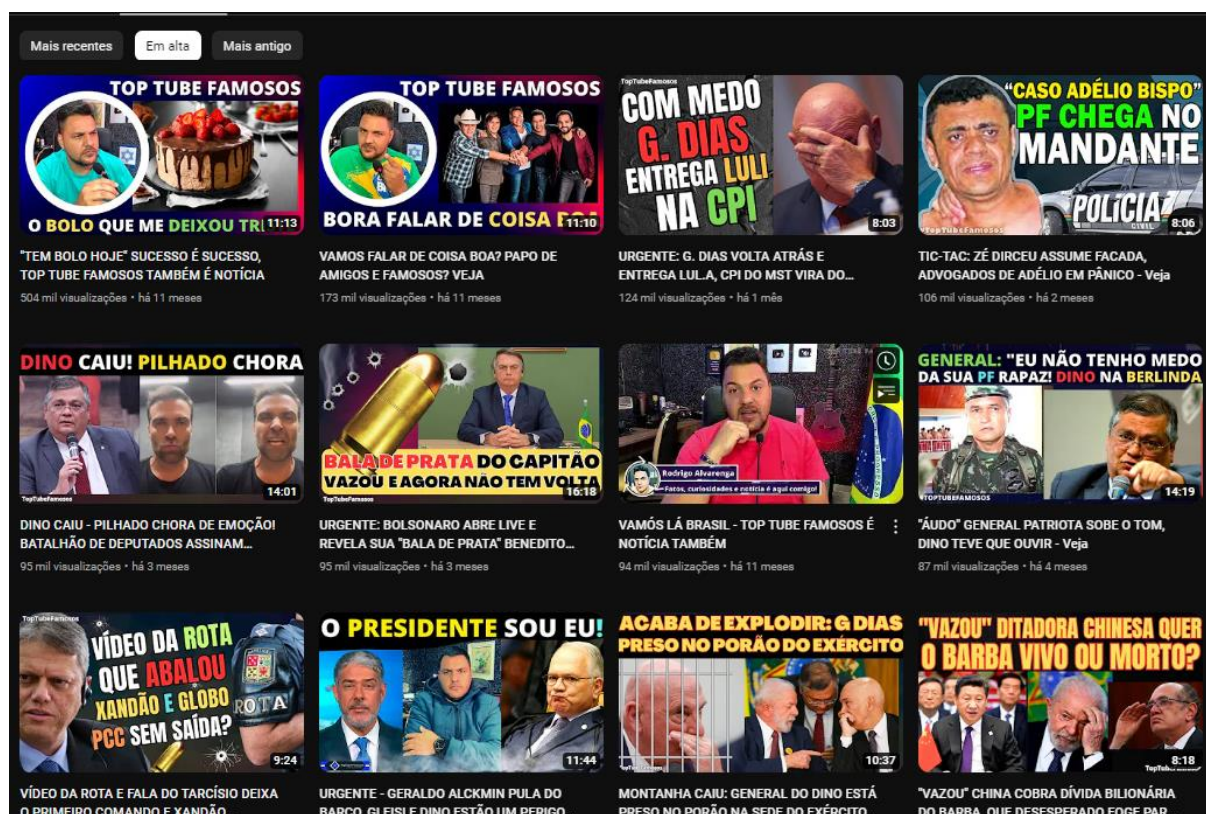


Figura 6 - Vídeos em Alta no canal Top Tube Famosos

Fonte: Youtube Brasil, 2023

Paulo Victor Ribeiro enfatiza que os blogueiros são chamados de “blogueiros anti-petistas”, mas também pode denominar “blogueiros mentirosos” citando que “boa parte daqueles conteúdos eram mentirosos, com clickbait, desinformações e ataques pessoais”. Em entrevista para esta pesquisa Ribeiro explica:

Essa galera tá dentro de casa. Começa a produzir esse conteúdo. Entende o que engaja ou não. Abusa do clickbait e de, enfim... estratégias para chamar as pessoas. E se vale de uma política de conteúdo muito dúbia do Google. O Google não permite o que aquela galera tá fazendo. Mas o Google não pune aquela galera. Pelo contrário, né!? A gente pode dizer que ele recompensa com a publicidade. O problema é que se a gente não tem um filtro para isso, e o Google, na verdade, não parece ter, a gente vai deixar essa empresa multibilionária lucrar com desinformação, lucrar com mentira. (Ribeiro, 2023).

A matéria publicada pelo Intercept no dia 19 de abril de 2021 com o título “Como a extrema direita burla punições do youtube - e o google finge que não ver” assinada pelo jornalista Paulo Victor Ribeiro mostra o modo operacional de canais de direita no Youtube. A pedido do TIB a agência de análise de dados Novelo mostra

que os canais que espalham desinformação não foram punidos como continuam sendo remunerados pelas publicações mentirosas. Dos vídeos extremistas analisados em 2020 o Youtube apagou somente 47, afetando 27 canais, outros 21 continuaram a ser monetizados. Em entrevista, Paulo Victor Ribeiro diz que “a política do Google faz sentido, mas ela não é aplicada”, sugerindo duas hipóteses sobre a aplicação da política de privacidade da empresa: ou o Google não quer aplicar suas diretrizes ou não tem capacidade de aplicar suas políticas.

Na primeira hipótese, o Google não aplicaria sua política porque é muito mais lucrativo para eles, pois, quanto mais pessoas produzindo conteúdos sem impedimentos mais retorno isso daria a empresa. Entendendo que esse pensamento é hipotético pois não há dados de constatação que mostre o porquê o Google age dessa forma, sustenta-se essa suposição através do livro de Shoshana Zuboff “Capitalismo de Vigilância” (2021), no qual a autora destaca as metas e explorações do Google em alcançar seus usuários pela publicidade e assim fazendo uso do que Zuboff denomina de superávit comportamental. Esse método patenteado pelo Google possibilita a empresa vigiar, capturar, expandir, estruturar e alegar o superávit comportamental incluindo dados dos usuários de forma intencional (Zuboff, 2021).

“Não dá para pedir para uma empresa privada não lucrar, isso seria bizarro” (Ribeiro, 2023 s/p), a questão é; tudo é uma oportunidade de negócio, o Google é uma empresa de publicidade não de tecnologia. A instabilidade política, os abalos ao sistema democrático, significa lucro mesmo sendo de conteúdos de desinformações e antidemocráticos.

Outra hipótese seria o Google admitir uma certa incompetência de aplicar as suas políticas. Nesse caso, Paulo Victor Ribeiro diz que a empresa tem políticas de boa fé, mas tem milhões ou bilhões de pessoas utilizando a plataforma, sendo assim não consegue monitorar tudo com as ferramentas que tem disponíveis hoje. Devido a crise da pandemia de covid-19, o Youtube diminuiu o número de moderadores humanos, utilizando-se da estrutura e funcionamento de moderadores automatizados chamados de *machine learning*<sup>14</sup>. Basicamente, as *big techs* enfrentam problemas de moderação, o que leva a questionar novas estratégias de controle de conteúdos sensíveis na internet.

---

<sup>14</sup> Machine learning - (aprendizado de máquina) explora o estudo e construção de algoritmos que podem aprender de seus erros e fazer previsões sobre dados.

Para lidar com esses problemas não relacionados ao discurso, precisamos de uma nova estratégia: tratar as empresas de rede social como potenciais poluidoras da camada social e medir e mitigar diretamente os efeitos que suas decisões têm sobre as populações humanas. Isso significa estabelecer uma estrutura de políticas – talvez por meio de algo semelhante a uma Agência de Proteção Ambiental (EPA) ou Administração de Alimentos e Medicamentos (FDA) para as plataformas sociais – que possa ser usada para identificar e avaliar os danos sociais gerados por elas (MIT, 2022).

Para escrever a reportagem “Como a extrema direita burla punições do youtube - e o google finge que não ver”, Paulo Victor Ribeiro entrevistou por telefone uma das assessoras do Google, quando perguntou sobre a política de punição de banir canais, chamados de *Strike*. Em relatório ele enviou uma lista de canais que burlaram as regras da plataforma e continuavam no ar sem nenhuma penalidade. Em entrevista para esta pesquisa ele afirma que a mesma ficou surpresa, já que, três *strikes* é o limite de avisos de violações das regras, acarretando a remoção definitiva dos conteúdos da plataforma. Leva-se em consideração que a empresa dispõe de moderadores de conteúdos e ferramentas automatizadas, mas a partir de evidências observadas pela reportagem do TIB estes mecanismos não dão conta. Após a publicação da matéria a assessora do Google confirmou que iria analisar pessoalmente os canais citados pelo TIB. Dos canais que foram banidos destaca-se a conta de Sara Winter, à época uma militante bolsonarista, que foi bastante relevante no início do governo de Jair Bolsonaro. Depois de ter a conta banida ela voltou com outra conta, porém, com menos engajamento.

Quadro 2 - *Corpus* de análise reportagem

| <b>Canal</b>     | <b>Categoria</b>             | <b>Temática</b>        | <b>Tipo de Desinformação</b>      |
|------------------|------------------------------|------------------------|-----------------------------------|
| Folha Política   | - Desinformação              | Teorias de conspiração | Informação questionável           |
| Top Tube Famosos | - Desinformação              | Origem do vírus        | Informação imprecisa              |
| Folha Política   | - Moderação<br>- Monetização | Regras da plataforma   | Desinfodemia<br>Conteúdo enganoso |

Fonte: elaborado pelo autor

### 3.1.3 Folha Política

Durante a pandemia do coronavírus alguns canais de direita propagaram desinformação sobre o vírus e o método de controle da doença. Segundo a reportagem analisada, os canais citados pelo TIB aprenderam a usar o algoritmo e disseminar mentiras, ludibriando as regras da plataforma. De acordo com a política do Youtube, a plataforma não permite conteúdos que põem em risco

Danos ao divulgar desinformação sobre saúde que contradiz as orientações das autoridades locais de saúde ou da Organização Mundial da Saúde (OMS) ou sobre substâncias e condições específicas de saúde. Essa política inclui as seguintes categorias: Desinformação sobre prevenção, Desinformação sobre tratamentos, Desinformação sobre negação (Youtube, 2023).

O Youtube adequou suas diretrizes no período da pandemia conforme as informações sobre coronavírus se atualizavam. A última atualização sobre combate a desinformação foi no dia 17 de novembro de 2020, em que divulgou que atualizaram os painéis de informação sobre a COVID-19 para incluir links com dados sobre a vacina. No dia 11 de maio de 2020 o Google decidiu limitar a monetização de vídeos relacionados a COVID-19, a empresa tomou essa decisão após avaliar os efeitos da desinformação em tempo de pandemia. Em nota publicada pelo Intercept, a empresa afirmou que a limitação era uma maneira de proteger usuários e dar aos anunciantes “confiança sobre onde seus anúncios rodavam”. A companhia voltou atrás após reclamações, liberando a monetização de alguns canais específicos onde os conteúdos devem ser checados e ter fontes oficiais como a OMS (Organização Mundial da Saúde).

De acordo com o TIB dos dez canais de direita analisados na reportagem, seis continuavam monetizados produzindo conteúdos mentirosos sobre a pandemia. O exemplo citado foi o canal Folha Política, o canal produziu conteúdo incessante sobre a pandemia propagando teorias da conspiração como; a "China disseminou o vírus propositalmente", denominando “vírus comunista”. Segundo o Instituto Butantan, as hipóteses sobre a origem da doença partem do contato humano com um animal infectado, em relatório divulgado pela OMS a origem se deu de forma natural na cidade de Wuhan, na China. Outra informação difundida pela Folha Política foi o apelo do deputado Flávio Bolsonaro, em que o político questionava restrições sobre circulação de pessoas durante o *lockdown* proposto pela OMS. Em

tese essas informações propagadas não deviam ser monetizadas segundo as regras do Youtube.

### **3.1.4 Top Tube Famosos**

No dia 18 de março de 2020 o Deputado Federal Eduardo Bolsonaro culpou a China pelo coronavírus. Em suas redes sociais o deputado divulgou opiniões onde alega que o vírus faz parte de uma ditadura comunista. Após repercussão, a embaixada da China reagiu repudiando as falas do Deputado. Uma crise diplomática se instaurou entre China e Brasil afetando diretamente os negócios entre os países. A China é um dos principais parceiros comerciais do Brasil e naquele momento ajudava o país no enfrentamento do coronavírus com insumos para saúde.

De modo que os canais da extrema direita se empenharam em divulgar essas informações distorcidas, a principal fonte de desinformação parte de discursos mentirosos do então presidente Jair Bolsonaro e seus filhos. Embasa-se essa afirmativa através dos dados de análise da empresa Novelo publicada dia 14 de abril de 2022 pelo Intercept com o título “Amazônia Inventada” que mostra que o planalto é o maior difusor de mentiras sobre a Amazônia no Youtube.

Na reportagem, o TIB afirma que as informações são replicadas através de canais pró-bolsonaro que afirmam fazer jornalismo independente. Dos canais citados pelo Intercept que replicam conteúdos negacionistas, destaca-se O Top Tube Famosos, Verdade Política, Seu Tube, CristalVox, Brasil Acima de Tudo, Folha Política, Te atualizei, Vlog do Lisboa, Ravox, Emerson Teixeira etc. De acordo com a reportagem, discursos negacionistas ganham potencial para viralizar com estímulo de Bolsonaro e seus apoiadores.

### **3.1.5 Desinformação: monetização e desmonetização**

O Google permite que canais acima de mil seguidores sejam monetizados, isso quer dizer que *merchandising* de empresas patrocinadas aparecem nos vídeos dos produtores de conteúdo. Os proprietários dos canais são remunerados por número de visualizações e o valor arrecadado é dividido entre ele e o Google. O maior interessado no faturamento é o próprio Google, pois, quanto mais vídeos virais mais receita a empresa gera. O controle de qualidade da plataforma é mínimo, considerando que muitas notícias falsas têm potencial de engajamento maior que uma notícia verdadeira. Paulo Victor Ribeiro comenta que “As plataformas não são isentas do que são falados ali”

Se a gente pensar nas plataformas como um espaço virtual que pode ser refletido num espaço físico, é como se eu tivesse uma fazenda e colocasse várias pessoas dentro da minha fazenda e a gente conversasse sobre... Ou cometer esses crimes dentro da fazenda. E eu não sou o responsável porque eu sou só o dono do lugar. Eu só permiti que as pessoas estivessem ali, eu não estava participando. (Ribeiro, 2023 s/p).

Segundo a pesquisadora de tecnologia, Yasodara Córdova (2021), “o YouTube sabe quem são essas pessoas, sabe que são atores perniciosos”, referindo-se a alguns canais de extrema direita que foram incluídos no inquérito do STF pelos atos antidemocráticos em 2021<sup>15</sup>.

O YouTube sai ganhando até quando é enganado. O Google embolsa parte do pagamento das propagandas que são exibidas em todos os vídeos da plataforma, inclusive os de extrema direita. “Quanto mais eles se safam, quanto mais as redes sociais lucram e quanto mais alvos são prejudicados, mais eles ficam famosos (Córdova, 2021, s/p).

Córdova reitera que é preciso uma ação conjunta da empresa, do poder judiciário e da polícia para frear produções de mentiras. A pesquisadora acredita que a responsabilidade não é só da plataforma “A responsabilidade do YouTube está na intermediação do financiamento dos conteúdos nocivos”. Paulo Victor Ribeiro argumenta que

Essas empresas, e não só o Google aqui, o Google, o Facebook, o TikTok, o Telegram, todas essas empresas são co-responsáveis, em alguma medida, pelo conteúdo que está saindo do veiculado ali. Especialmente quando essas empresas lucram com isso (Ribeiro, 2023, s/p).

A remoção de conteúdos pelo Youtube acontece quando os usuários infringem as políticas de privacidade da empresa. Dos casos de retirada de conteúdos da plataforma, um dos mais emblemáticos é o vídeo do ideólogo Olavo de Carvalho quando disseminou a informação “não há um único caso de morte por coronavírus”. Quando já havia mais de 15 mil mortes pela complicação da doença pelo mundo. O Youtube tirou do ar o vídeo alegando que violou as regras da plataforma. Segundo a empresa, em 2021 foram removidos mais de 850 mil vídeos de desinformação relacionados à pandemia. Paulo Victor Ribeiro acredita que a desmonetização dos canais é a principal estratégia para frear a desinformação.

Paulo Victor Ribeiro acredita que esses canais não estão ali só por ideologia, tem uma gama de pessoas que fazem isso só por lucratividade. De modo geral, há uma porcentagem de pessoas conspiracionistas e negacionistas espalhando desinformação em massa, “mas eles não vão se manter produzindo conteúdo de

---

<sup>15</sup> Ministro determina abertura de inquérito sobre organização criminosa que atua contra a democracia <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=468612&ori=1>

maneira industrial da forma como eles fazem se eles não forem remunerados por isso”, conclui Paulo Victor Ribeiro. Dos casos de canais de extrema direita que são monetizados, Ribeiro cita a Folha Política, canal que tem mais de 1.333.696.368 visualizações no Youtube.

A Folha Política devia postar o quê? Uns 15 vídeos por dia, talvez mais. Os caras fazem duas lives por dia, três lives por dia. A vida deles é produzir aqueles conteúdos porque eles são muito bem remunerados por aqueles conteúdos. (Ribeiro, 2023, s/p).

Os questionamentos sobre financiamento de produtores de conteúdo na internet é um debate atual. Segundo inquérito das Fake News, aberto pelo STF em 2021, em que se investiga canais de desinformação, revela que há elementos de uma provável organização criminosa digital, com foco nas produções de conteúdos mentirosos e financiados também por movimentos políticos com intuito de desestabilizar as instituições democráticas. Segundo Paulo Victor Ribeiro, o financiamento desses canais acontece porque o Lobby não é legalizado no Brasil. O lobby citado por Ribeiro é formado por grupo de empresários que busca influenciar nas decisões políticas.

E essas empresas são as que mais investem nisso. A gente não tem dados do Brasil, mas a gente tem dos Estados Unidos. E em 2020, o Facebook gastou 19 milhões de dólares em lobby em um ano. (Ribeiro, 2023, s/p).

Paulo Victor Ribeiro acredita que o debate sobre o tema avance não só no âmbito judicial. É necessário que haja um diálogo com a sociedade civil, pesquisadores, produtores de conteúdo e parlamentares para criar uma legislação para reger responsabilidades das plataformas digitais, e também responsabilizar produtores de conteúdo que propagam desinformação.

A gente precisa de uma regulação que fale diretamente sobre a desinformação em mídias digitais, né!? A gente não pode deixar isso e, enfim, nenhuma crítica ao trabalho do Alexandre de Moraes ou, enfim, do inquérito das fake news, mas a gente não pode deixar isso na mão de uma pessoa. (Ribeiro, 2023, s/p).

O PL/2630 é um projeto de lei que está tramitando na câmara dos deputados desde 2020. O projeto busca regulamentar o marco civil da internet adaptando-se às novas realidades da internet. Paulo Victor Ribeiro enfatiza que isso é um avanço, mas acredita que isso não vai resolver os problemas das plataformas digitais.

Ele é um lugar melhor do que o que a gente está hoje, porque ele prevê coisas que nós não temos como lidar de maneira comunitária hoje. Hoje, se a gente precisar lidar com isso, a gente tem que lidar caso a caso, de maneira individual. (Ribeiro, 2023, s/p).

Paulo Victor Ribeiro complementa que ainda existe pouco debate sobre como as plataformas devem se comportar com os algoritmos, e também sobre a remuneração de conteúdos jornalísticos dentro dessas plataformas digitais. Segundo a jornalista Bia Barbosa, que é coordenadora de incidência da Repórteres Sem Fronteiras para a América Latina diz que “as plataformas digitais utilizam as notícias dos veículos de comunicação para gerar renda que não se reverte para quem produz a notícia”. O Projeto que visa remunerar conteúdos jornalísticos pelas *Big Techs* está sendo proposto na câmara dos deputados através do PL 2370/2019.

### **3.1.6 Produção de conteúdo monetizado - Desmonetizar, mas não muito**

Em março de 2020 em meio a pandemia de coronavírus o Youtube diminuiu o quadro de funcionários da empresa em razão de proteger a força de trabalho, adotando a política de distanciamento social para minimizar a propagação do vírus. Em reportagem analisada o Google acredita que alguns vídeos estejam burlando as regras da plataforma em razão da diminuição de moderadores humanos. As regras da plataforma não escolhem em qual vídeo vai ser veiculado determinada propaganda de empresa, como já citado, produtores acima de mil seguidores conseguem monetizar os canais.

Google exibe anúncios direcionados de acordo com o histórico e o perfil de quem está assistindo. Os anunciantes também não escolhem diretamente quem vai exibir suas propagandas – embora possam vetar determinados sites e assuntos. (Ribeiro, Dias, 2023 s/p).

Em reportagem publicada pelo Intercept em 09 de janeiro de 2019 pela pesquisadora, ativista e codificadora Yasodara Córdova com o título “Como o Youtube se tornou um celeiro da nova direita radical” onde analisa conteúdos extremista, observa que as métricas que escolhem os vídeos são recomendadas ou baseadas na possibilidade de um vídeo ser assistido pelo usuário.

Entendendo que conteúdos extremistas engajam naturalmente por chamarem mais atenção, Córdova atesta que esse modo de recomendação dos algoritmos cria bolhas e intensificam cada vez mais os usuários a conteúdos duvidosos.

Não por acaso, da fabricação de martelos eu fui levada pelo algoritmo para um vídeo sobre munição e armas em apenas 13 passos. A mesma coisa acontece com vídeos relacionados à política. (Cordova, 2019 s/p)

A pesquisadora enfatiza que o Google começou em 2015 a *machine learning* para melhorar o sistema de recomendações, e em 2017, pois em prática através do



*Tensorflow*<sup>16</sup>. “Estava completa a transição para um sistema que aprende sem ser “supervisionado” por humanos – tecnologia também chamada de *unsupervised deep learning*, ou aprendizado profundo sem supervisão” (Cordova, 2019, s/p).

Para Paulo Victor Ribeiro o Youtube se esforça para transmitir informações de qualidade. “Quando a pandemia chegou, eles criaram uma série de selos para os vídeos que ajudavam as pessoas a entender o que era falso e o que era verdadeiro ali no meio”, Ribeiro reconhece a dedicação do Youtube em certa medida enfatizando a falta de capacidade da plataforma em conduzir os moderadores através dos programas que ele tem.

Os programas não resolvem isso. Esses esforços deles em fazer com que conteúdos verdadeiros cheguem às pessoas, ou em ajudar as pessoas a entenderem coisas complicadas, como o avanço do vírus, ou a tecnologia por trás das vacinas, ou quais são os próximos passos. Isso impacta pouquíssimas pessoas frente a todo outro conteúdo que está sendo produzido e impulsionado por eles. (Ribeiro, 2023 s/p).

A reportagem investigada neste TCC mostra que os *youtubers* aprenderam muito bem como fazer vídeos engajarem na plataforma. Através de organização em rede, recomendando uns aos outros e produzindo conteúdo que atrai os usuários, os *youtubers* de direita ditam os assuntos que bombam e ganham muito dinheiro com isso. Tatiana Dias e Paulo Victor Ribeiro evidenciam na matéria que dos 100 canais que mais cresceram no período das eleições de 2018, 15 são de direita e metade ganham dinheiro com anúncios. Dados da SocialBlade mostram que a junção desses canais fatura no mínimo US\$9,5 mil por mês, em reais chegaria a cerca de R\$47,5 mil mensais.

---

<sup>16</sup> Plataforma de inteligência artificial - <https://www.tensorflow.org/?hl=pt-br>

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho de conclusão de curso teve como objetivo geral identificar e sistematizar os elementos que compõem a cobertura do The Intercept Brasil sobre a desinformação no Youtube. Logo, o problema da pesquisa foi abordar quais características e elementos compõem a cobertura do TIB sobre desinformação no Youtube?.

Durante a pesquisa foi realizada a entrevista com o jornalista do The Intercept Brasil Paulo Victor Ribeiro, para fins de compreender a produção jornalística da editoria de tecnologia. Em análise no modo de produção jornalístico, observou-se o papel da plataforma Youtube em questões sobre monetização, impulsionamento e disseminação de desinformação através dos canais citados como de extrema direita.

Além da entrevista realizou-se uma pesquisa documental através do site do The Intercept Brasil com filtro de busca entre 2019 e 2022, onde notou-se a produção de 21 reportagens e notas sobre a plataforma e foi selecionada a reportagem “Youtube faz canais de direita ganharem dinheiro espalhando mentiras sobre coronavírus” como objeto de análise. O Youtube é a segunda plataforma mais acessada do mundo, com 2 bilhões de usuários, interpretar as políticas da empresa analisando o fenômeno de desinformação na plataforma, relaciona aos estudos de José Van Dijck, David Nieborg e Thomas Poell sobre plataformação.

Essa pesquisa buscou contribuir para a área do jornalismo independente e do estado democrático de direito. É relevante as narrativas abordadas pela agência de notícia The Intercept Brasil sobre o uso do Youtube como ferramenta de discursos anti-democráticos e de desinformação. De forma clara, a liberdade de imprensa esteve sob ataque nos últimos quatro anos, uma crise de confiança gerada a partir de discursos extremistas motivaram ataques a profissionais de imprensa, onde notou-se o crescimento exponencial de desinformações, instrumentalizadas para atentar contra o estado democrático de direito materializadas através da plataforma Youtube.

Segundo Shoshana Zuboff (2021), desde 2016, campanhas de desinformação desconfiguraram as campanhas eleitorais nos Estados Unidos e União Europeia, discursos de ódio e publicações políticas extremistas na internet cresceram e hoje também é um problema no Brasil. As plataformas das maiores empresas de

tecnologia do mundo são focos dos debates sociais pelo menos desde o escândalo da Cambridge Analytica. De acordo com a reportagem do TIB, também foi em 2016 que o Google treinou blogueiros para o uso da ferramenta AdSense, onde se criou uma agenda fortemente anti-petista e determinados a propagar notícias falsas e sensacionalistas.

O Youtube é uma plataforma de vídeos online criada em 2005 e comprada pelo Google em 2006. Desenvolvida para ser uma ferramenta democrática, dando liberdade aos usuários não apenas consumirem, mas produzirem conteúdos. Mas de acordo com uma pesquisa publicada pelo UOL em 2022, o Youtube é dominado pela direita bolsonarista, segundo levantamento da professora da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Letícia Capone. E o relatório da Mozilla publicado pelo MIT Technology em 2022, mostra que o funcionamento dos algoritmos da plataforma pode fortalecer discursos radicais e recomendar conteúdos controversos.

Em entrevista com Paulo Victor Ribeiro (2023) ele afirma que eles “tem métrica de engajamento. Basicamente, conteúdos extremistas engajam mais do que outros por uma predisposição do algoritmo”. A reportagem publicada pelo Intercept Brasil em abril de 2021 com o título “como a extrema direita burla punições do Youtube - e o Google finge que não ver”, mostra que canais espalharam desinformação e não foram punidos, pelo contrário continuaram monetizados pelas publicações mentirosas.

O Google permite que canais acima de mil seguidores sejam monetizados, isso quer dizer que publicidade de empresas patrocinadas apareçam em vídeos dos produtores de conteúdo. O controle de qualidade da plataforma é mínimo, considerando que muitas notícias falsas têm potencial de engajamento maior que uma notícia verdadeira.

Essa monografia conseguiu alcançar o objetivo que foi identificar e sistematizar os elementos que compõem a cobertura do The Intercept Brasil sobre desinformação no Youtube. Através dos objetivos específicos conceituamos jornalismo independente, que acontecem principalmente por inovações tecnológicas, e com liberdade editorial, priorizando a diversidade e dando pluralidade de vozes. Mapeamos o modo de produção jornalístico do TIB, onde abordou a atuação do The Intercept Brasil no combate a desinformação, além de explicar a produção de conteúdos monetizados e elementos que ajudaram a entender o ecossistema de desinformação dentro da plataforma Youtube.

Os resultados apresentados na pesquisa mostram que as regulagens feitas pelos usuários não prevalecem, o que realmente funciona é a recomendação do algoritmo. As propostas da plataforma não têm muito poder de ação ou influência sobre a inteligência artificial. A pesquisadora Yasodara Córdova atesta isso baseado na pesquisa feita em 2019, onde observa as métricas que escolhem os vídeos baseados na possibilidade de ser assistido pelo usuário e intensifica cada vez mais os usuários a conteúdos duvidosos.

Outro resultado da pesquisa, revela que com treinamento para uso do AdSense, os blogueiros ajudaram o coro lava-jatista e posteriormente o bolsonarismo, que naturalmente migraram para o Youtube, pois era onde o Google estava investindo. Com a monetização, os canais cresceram sob a orientação do uso da ferramenta de publicidade do Google.

Através da análise observa-se que há uma negligência ou pouca capacidade de moderar os conteúdos. Na primeira hipótese, o google não aplicaria sua política porque é muito mais lucrativo para eles, pois, quanto mais pessoas produzindo conteúdos mais retorno isso daria a empresa. outra hipótese seria o Google admitir uma certa incompetência e não consegue fazer cumprir as próprias políticas de privacidade.

Em conclusão há um amplo debate sobre a monetização e desmonetização referente a produção de conteúdo de desinformação. A pesquisadora Yasodara Córdova explica que é preciso uma ação conjunta do Youtube, do poder judiciário e da polícia para frear produções de mentiras. Os questionamentos sobre o financiamento de produtores de conteúdos na internet é um debate atual. O que se observa é que têm pessoas que fazem isso por lucratividade, mas também existem pessoas que o fazem por questão ideológica, porém, elas não se dedicariam horas do dia se não forem remuneradas. De forma industrial o TIB cita dois canais de extrema direita que lucram com monetização da plataforma e ambos espalhando mentiras, teorias da conspiração, conteúdo anti-democrático e desinformação. Paulo Victor Ribeiro (2023) completa que ainda há pouco debate sobre como as plataformas devem se comportar com os algoritmos e sobre a remuneração de conteúdos.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Diego. STF derruba exigência de diploma para exercício da profissão de jornalista. **G1**, Brasília:Globo.Com, 17/06/2009. Disponível em: [G1.globo.com/noticias](https://g1.globo.com/noticias) Acesso em: 23 de junho 2023.

AGÊNCIA BRASIL. **Caminhos da Reportagem: 8 de janeiro - a democracia de pé.** EBC. 12/02/2023. 2023. Brasília/DF. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2023-02/caminhos-da-reportagem-8-de-janeiro-democracia-de-pe>. Acesso em 19 de junho de 2023.

ALSINA, Rodrigo Miguel. **A construção da notícia.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2009. Acesso em: 16 de junho de 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO (Abraji). **“Mais de 40 jornalistas foram atacados desde domingo”.** São Paulo: Abraji. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/mais-de-40-jornalistas-foram-atacados-desde-domingo>, Acesso em 19 de junho 2023.

BARDIN, L. (1977). **Análise de conteúdo.** 1977. Lisboa edições, 70, 225, França. Disponível em: [https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod\\_resource/content/1/BARDIN L. 1977. Analise de conteudo. Lisboa edicoes 70 225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod_resource/content/1/BARDIN_L_1977_Analise_de_conteudo_Lisboa_edicoes_70_225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf). Acesso em: 01 de novembro de 2023.

BARRETTO, Jr.Walter. CORREIA, Jesus Raique Lucas. SOUZA Laumar Neves. MENEZES José Euclimar Xavier. Pandemia e Negacionismo: Uma Análise Crítica e Estatística Das Mortes Por Covid-19 No Brasil. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE - Ano XXIV – V. 1 - N. 51 – Jan./Abr. 2022 – Salvador-BA – p. 318 – 346.** Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/7875/4777> Acesso em 05 de junho de 2023.

BASTOS, Helder. **“A diluição do jornalismo no ciberjornalismo”.** Disponível em: <https://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-2013-a-diluicao-do-jornalismo-no-ciberjornalismo.pdf>. Acesso em: 31 de maio de 2023.

BBC. Entenda o escândalo de uso político de dados que derrubou valor do Facebook e o colocou na mira de autoridades. **G1.** 20/03/2018. 2018. [S.L]. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/entenda-o-escandalo-de-uso-politico-de-dados-que-derrubou-valor-do-facebook-e-o-colocou-na-mira-de-autoridades.ghtml>. Acesso em: 29 junho de 2023.

BRASIL, Câmara dos Deputados. **PL 2630/2020.** 2020. Brasília-DF Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>. Acesso em 23 de outubro de 2023.

BRASIL, Câmara dos Deputados. **PL 2370/2019**. 2019. Brasília-DF Disponível em: <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2198534>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

BRASIL, Ministério da Saúde. “**Brasil chega a marca de 700 mil mortes por covid-19**”. Brasília: Gov.br. Disponível em: <https://www.gov.br/saude/pt-br/assuntos/noticias/2023/marco/brasil-chega-a-marca-de-700-mil-mortes-por-covid-19> Acesso em: 19 de junho de 2023.

BRASIL. Supremo Tribunal Federal. **Ministro determina abertura de inquérito sobre organização criminosa que atua contra a democracia**. Inquérito 4.828. Nos termos do artigo 4º, inciso III, da Instrução Técnica nº 01-DICOR/PF, de 19 de dezembro de 2018. 2021. Brasília-DF. Disponível em: <https://portal.stf.jus.br/noticias/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=468612&ori=1>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

BENÍCIO, Renata. **A mídia como quarto poder: a influência midiática nos crimes de grande repercussão no ano de 2020**. Trabalho de Conclusão de curso, Goiânia: UFG, 2021, disponível em: <https://repositorio.pucgoias.edu.br/jspui/handle/123456789/1614> Acesso em: 26 de janeiro de 2023.

BURCHARD, Larissa Pereira. **Por trás da reportagem: uma análise sobre o uso da transparência no podcast Café da Manhã**. 2021. 132 p. Dissertação (Mestrado Profissional em Comunicação e Indústria Criativa) - Universidade Federal do Pampa, Campus São Borja, São Borja, 2021. Disponível em <https://dspace.unipampa.edu.br/handle/rii/5916> Acesso em 19 de junho de 2023.

INSTITUTO BUTANTAN. **Como surgiu o Novo Coronavírus? Conheça as teorias mais aceitas sobre sua origem?** [S.D]. São Paulo. Disponível em: [Instituto butantan - como surgiu o novo coronavírus?](#) Acesso em: 23 de outubro de 2023.

CARVALHO, Caio. **Quem criou o Google? Veja 5 curiosidades sobre a empresa**. Canaltech. 01/11/2021. 2021. [S.L]. Disponível em <https://canaltech.com.br/internet/quem-fundou-o-google-confira-esta-e-outras-curiosidades-sobre-a-empresa-153701/>. Acesso em: 16 de outubro de 2023.

CARVALHO, Eriberto J. **Ética Jornalística, Imprensa Marrom, Imprensa Cor-de-rosa**. Express. [S.D]. [S.L]. Disponível em: <https://express.adobe.com/page/n2eVwvXx3kiMi/>. Acesso em 31 de outubro de 2023.

CORDOVA, Yasodara. **Como o Youtube se tornou um celeiro da nova direita radical**. The Intercept Brasil. [S.L]. 09/01/2019. 2019. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2019/01/09/youtube-direita/>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

DEPRAZ, Natalie. **Compreender Husserl**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.

FERREIRA, Livia. **O que é o Youtube e para que serve?**. Nuvemshop. 02/2023. 2023. [S.L]. Disponível em: <https://www.nuvemshop.com.br/blog/o-que-e-youtube/>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

GALLI, Giuliano. “Não há democracia sem proteção à liberdade de imprensa”. **UOL**. São Paulo. 03/05/2023. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/opiniao/nao-ha-democracia-sem-protECAo-da-liberdade-de-imprensa/> Acesso em: 19 de junho 2023.

GERHARDT, T. E; SILVEIRA, D. T. **Métodos de Pesquisa**. ENGEL, Tatiana; GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. T. (orgs.). Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/52806>, Acesso em 02 de julho 2023.

GHEDIN, Rodrigo. DIAS, Tatiana, RIBEIRO, Paulo V. **Grana por cliques**. The Intercept Brasil. [S.L]. 19/11/2019. 2019. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2019/11/19/fake-news-google-blogueiros-antipetistas/>. Acesso em: 31 de outubro de 2023.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. tradução de Raul Fiker. - São Paulo: Editora UNESP, 1991. -(Biblioteca básica). ebook: Disponível em: [Asconsequenciasdamodernidade.pdf](#). Acesso em: 23 de junho 2023.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007. Acesso em: 02 de jul. 2023.

GOOGLE. **Como funciona o AdSense?** [S.D].[S.L] Disponível em: <https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=pt-BR>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. SANSEVERINO, Gabriela. LINDEMANN, Cristiane. “VOZES & Audiovisual: Crise do coronavírus e a cobertura do The Intercept Brasil no Instagram”. **Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos**. janeiro/abril de 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/20949>. Acesso em 27 de abril de 2023.

JORNAL NACIONAL. Eduardo Bolsonaro Culpa China por coronavírus e gera crise diplomática. **G1**. 19/03/2020. 2020. [S.L]. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/03/19/eduardo-bolsonaro-culpa-china-por-coronavirus-e-gera-crise-diplomatica.ghtml>. Acesso em 23 de outubro de 2023.

LACERDA, Daniela. **O jornalismo digital independente no Brasil e a busca da credibilidade perdida**. Recife: UFPE/PPGC Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/21304/1/DANELADELACERDA-DISSERTACAO-MESTRADO.pdf>, acesso em: 31 de janeiro de 2023.

LEMONS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2023. Disponível em <https://www.editorasulina.com.br/img/sumarios/289.pdf> Acesso em: 05 de maio de 2023.

LIMA, C. C. N. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão.** SP/PGCC. São Paulo. 2015. Disponível em <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/publico/CLAUDIADOCARMONONATOLIMAVC.pdf> Acesso em: 25 de abr. de 2023.

LOPES, Débora. Facebook e Youtube lucram com anúncios que atacam as urnas eletrônicas e a democracia. **Série de reportagem sobre o coronavírus parte 36.**The Intercept Brasil. [S.L] 28/09/2022. 2022. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2022/09/28/facebook-e-youtube-lucram-com-anuncios-que-atacam-as-urnas-eletronicas-e-a-democracia/>. Acesso em: 31 de outubro de 2023.

MARTINEZ, Monica, PESSONI, A. **O Uso da Análise de Conteúdo em Jornalismo: pesquisas feitas com o método na Intercom de 1996 a 2012.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR – 2 a 5/9/2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/R9-0126-1.pdf> Acesso em: 02 de julho de 2023.

MENDONÇA, Ana. Eleições 2022: Veja as novas regras do Youtube. **Correio Braziliense.** 22/03/2022. 2022. [S.L]. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2022/03/4995094-eleicoes-2022-veja-as-novas-regras-do-youtube.html> Acesso em: 23 outubro de 2023.

MIGUEL, Luiz Felipe. O JORNALISMO COMO SISTEMA PERITO. **Tempo Social; Rev. Social. USP,** São Paulo. 11(1): 197-208, maio de 1999. 1999. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ts/a/XwvpYqjz4DpvNBbzsXRD4cn/?format=pdf&lang=pt> Acesso em 16 de junho de 2023.

MINAYO, C. **Pesquisa social: teoria, método e credibilidade,** Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.

MIT TECHNOLOGY REVIEW,. Odiou esse vídeo? O algoritmo do YouTube pode empurrar você para outro igual. **MIT.** 22/11/2022. 2022. [S.L]. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/odiou-esse-video-o-algoritmo-do-youtube-pode-empurrar-voce-para-outro-igual/#:~:text=O%20algoritmo%20de%20recomenda%C3%A7%C3%A3o%20do,mos tra%20ou%20n%C3%A3o%20a%20elas>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

NOVELO DATA. **Agência de análise de dados.** [S.D]. [S.L]. disponível em: <https://www.novelo.io/>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

OSMAN, Maddy. **Estatísticas e fatos surpreendentes do Youtube (2º site mais visitado).** 22/08/2023. 2023. [S.L]. Disponível em: <https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-do-youtube/#:~:text=O%20YouTube%20est%C3%A1%20dispon%C3%ADvel%20em,to dos%20os%20usu%C3%A1rios%20da%20internet>. Acesso em: 23/10/2023



POPE, C; MAYES, N. Organizadores. 3º ed. **Pesquisa Qualitativa na Atenção à Saúde**. Porto Alegre: Artmed;2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/gLQ9QSzb3qmFRXZbcxkvMm/?format=pdf>. Acesso em: 16 de junho 2023.

POSETTI, Julie, BONTCHEVA, Kalina. “**Desinfodemia**: Decifrar a Desinformação Sobre a Covid-19. Resumo de Políticas 1. UNESCO. 2020. Disponível: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416\\_por](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000374416_por). Acesso em 26 junho 2023.

**RÁDIO USP**: Coluna, Horizonte do Jornalismo. Locução: Carlos Eduardo Lins da Silva. São Paulo. 22/07/2019. Podcast. Disponível em: <https://jornal.usp.br/atualidades/agressoes-a-jornalistas-nao-se-restringe-a-problemas-ideologicos/> Acesso em 23 maio de 2023.

RAMOS, Daniela; SPINELLI, Egle. **Iniciativas do jornalismo independente no Brasil e Argentina**. Extraprensa (USP), São Paulo. Nº 17 p. (114 a 123) jul. - dez. 2021. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/epx17-a09/107438>. Acesso em: 31 janeiro de 2023.

REIS, Marlon. Entenda por que Deltan Dallagnol foi cassado. 17/03/2023. 2023. **UOL**. [S.L]. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/area/justica/entenda-por-que-deltan-dallagnol-foi-cassado/>. Acesso em: 19 junho de 2023.

RIBEIRO, P. V. **Como A Extrema Direita Burla Punições Do Youtube – E O Google Finge Que Não Vê**. Intercept Brasil. [S.L] 19/04/2021. 2021. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2021/04/19/como-a-extrema-direita-burla-punicoes-do-youtube-e-o-google-finge-que-nao-ve/> Acesso em 25 de junho 2023.

RIBEIRO, P. V. DIAS, Tatiana. **Youtube faz Canais de Direita Ganharem Dinheiro Espalhando Mentiras Sobre o Coronavirus**. Intercept Brasil.[S.L]. 25/03/2020. 2020. Disponível em: <https://www.intercept.com.br/2020/03/25/youtube-coronavirus-fake-news-olavo/> Acesso em 26/10/2023.

RIBEIRO, Paulo V. **Entrevista com Paulo Victor Ribeiro** [material audiovisual]. Entrevistador Jardel Carlos. Entrevista concedida para o trabalho de conclusão de curso no curso de jornalismo da Universidade Federal do Pampa, campus São Borja. São Borja, 27 ago. 2023. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1rPLo2L-X7hSOMCCRkijFnpqcOGV-RPWa/view?usp=sharing>

RODRIGUES, Jamerson. **Você sabe o que são big techs?**. Canal Culti de Notícias. [S.L]. [S.D]. Disponível em: <https://blog.culte.com.br/voce-sabe-o-que-sao-big-techs/>. Acesso em: 31 de outubro de 2023.

SARDINHA, Edson. Glenn Greenwald alega censura e anuncia saída do intercept. **UOL**. 29/10/2020. 2020 [S.L]. Disponível em: <https://congressoemfoco.uol.com.br/temas/midia/glenn-greenwald-alega-censura-e-anuncia-saida-do-intercept/>. Acesso em: 19 junho de 2023.

SANTAELLA, Lucia. "**Comunicação e Pesquisa**": Projetos para mestrado e doutorado São Paulo: Hacker Editora, 2001. [ebook] Disponível em: comunicac3a7c3a3o-e-pesquisa-santaella. Acesso em 17 de abril de 2023.

SILVA, Daniel Neves. "**O que é o PL das Fake News?**". *Brasil Escola*. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/historia/o-que-e-a-pl-das-fake-news.htm>. Acesso em 19 de junho 2023.

SOARES, Murilo. **REPRESENTAÇÕES, JORNALISMO E ESFERA PÚBLICA DEMOCRÁTICA**. 2009. Disponível em: acesso em 05 de junho 2023.

SOBRINHO, Wanderley Preite. Foco das campanhas, YouTube é dominado por bolsonaristas, aponta pesquisa. **UOL**. São Paulo. 18/08/2022. 2022. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/eleicoes/2022/08/18/crucial-nestas-eleicoes-youtube-e-dominado-pela-direita-bolsonarista.htm> Acesso em 25 de junho 2023.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Cambridge, UK ; Malden, MA : Polity Press, 2016. Disponível em: [https://temascontemporaneosdotorg.files.wordpress.com/2021/01/traducao-livre\\_srnicek\\_platform-capitalism-1.pdf](https://temascontemporaneosdotorg.files.wordpress.com/2021/01/traducao-livre_srnicek_platform-capitalism-1.pdf). Acesso em: 31 de outubro de 2023.

TENSOR FLOW. **Plataforma de Inteligência Artificial**. [S.D].[S.L]. Disponível em: <https://www.tensorflow.org/?hl=pt-br>. Acesso em: 01 de novembro de 2023.

THE INTERCEPT BRASIL. **The Intercept Brasil**. agência de notícias independente, 2023. Disponível em: <https://theintercept.com/brasil/staff/> , acesso em: 19 de janeiro de 2023.

TOKARNIA, Mariana. **Mortes Em 2021 Crescem 16,9% No Brasil Com Covid-19**. Agência Brasil. Rio de Janeiro. 02/12/2022. Disponível em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2022-12/mortes-em-2021-crescem-169-no-brasil-com-covid-19>. Acesso em 26 de junho de 2023.

TOZZONI-REIS. M. F. C. **Metodologia da Pesquisa**. 2 ed. Curitiba (2010)

**UOL**. Globo demite mais de 30 profissionais em menos de um mês. confira a lista. 14/04/2023. 2023. São Paulo. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2023/04/14/globo-demite-mais-de-30-jornalistas-em-menos-de-um-mes.htm>. Acesso em: 31 de Outubro de 2023.

UOL. **'Gripezinha'**: leia a íntegra do pronunciamento de Bolsonaro sobre covid-19. São Paulo. 24/04/2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2020/03/24/leia-o-pronunciamento-do-presidente-jair-bolsonaro-na-integra.htm>. 2020. Acesso em: 05 de junho de 2023.

**UOL**. STF decide que diploma de jornalismo não é obrigatório para exercício da profissão. 17/06/2009. 2009. São Paulo. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2009/06/17/stf-decide-que->

[diploma-de-jornalismo-nao-e-obrigatorio-para-o-exercicio-da-profissao.htm](#). Acesso em: 31 de outubro de 2023.

VAN DIJCK, José. POELL, Thomas. NIEBORG, David. “Plataformização”. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos** 22(1):2-10 janeiro/abril 2020  
Unisinos – doi: 10.4013/fem.2020.221.01. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>. Acesso em: 20 de junho de 2023.

VERDÉLIO, Andreia. **Veja a íntegra do discurso de Bolsonaro na 75ª Assembleia Geral da ONU**. Agência Brasil. Brasília. 24/09/2019. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2020-09/veja-integra-do-discurso-debolsonaro-na-75a-assembleia-geral-da-onu>. Acesso em: 05 de junho de 2023.

WARDLE, Claire, DERA KHSHAN, Hossein. (orgs) BURNS, Anne. DIAS, Nic. Council of Europe, 2018, 2ª edição. **DESORDEM INFORMACIONAL**: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas. Disponível em: [InfoDisorder\\_POR.pdf](#). Acesso em 05 de junho de 2023.

YOUTUBE. Política de desinformação sobre saúde. 2020. [S.L]. Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/13813322?hl=pt-BR>. Acesso em: 23 de outubro de 2023.

YOUTUBE. Política sobre o coronavírus 2019 (COVID-19). 2020. [S.L]. Disponível em: [https://support.google.com/youtube/answer/9777243?hl=pt-BR&ref\\_topic=6151248&sjid=11266939257954355123-SA#](https://support.google.com/youtube/answer/9777243?hl=pt-BR&ref_topic=6151248&sjid=11266939257954355123-SA#) Acesso em: 23 de outubro de 2023.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância**. RJ. ed. 1. 2019. Editora Intrínseca. Disponível: [https://livrogratuitosja.com/wp-content/uploads/2021/03/A-Era-do-Capitalismo-de-Vigilancia-by-Shoshana-Zuboff-z-lib.org\\_.pdf](https://livrogratuitosja.com/wp-content/uploads/2021/03/A-Era-do-Capitalismo-de-Vigilancia-by-Shoshana-Zuboff-z-lib.org_.pdf) Acesso em 20 de junho 2023.

## APÊNDICE

Entrevista com Paulo Victor Ribeiro transcrita disponível no link abaixo.

[https://docs.google.com/document/d/1\\_OP28s4P3Vi3L-jkcKC0mvDPEI4qmAZr/edit?usp=sharing&ouid=100257551587512543621&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/document/d/1_OP28s4P3Vi3L-jkcKC0mvDPEI4qmAZr/edit?usp=sharing&ouid=100257551587512543621&rtpof=true&sd=true)

Entrevista via Google Meet com Paulo Victor Ribeiro disponível no link abaixo.

<https://drive.google.com/file/d/1rPLo2L-X7hSOMCCRkIFnpqcOGV-RPWa/view?usp=sharing>