



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE JORNALISMO**



Rebeca Oliveira da Silva

**Desinformação política e efeito de verdade:
um estudo de caso sobre o catálogo *Golpeflix* da agência *Aos Fatos***

Mariana
2025

Rebeca Oliveira da Silva

**Desinformação política e efeito de verdade:
um estudo de caso sobre o catálogo *Golpeflix* da agência *Aos Fatos***

Monografia apresentada ao curso de
Jornalismo da Universidade Federal de
Ouro Preto, como requisito parcial para
obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo

Orientador: Prof. Dr. Frederico de
Mello Brandão Tavares

Mariana
2025

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

S586d Silva, Rebeca Oliveira da.

Desinformação política e efeito de verdade [manuscrito]: um estudo de caso sobre o catálogo Golpeflix da agência Aos Fatos. / Rebeca Oliveira da Silva. - 2025.

89 f.: il.: color., gráf.. + Diagrama.

Orientador: Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares.

Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Jornalismo .

1. Desinformação. 2. Fatos (Filosofia). 3. Jornalismo. 4. Narrativa (Retórica). 5. Verdade. I. Tavares, Frederico de Mello Brandão. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 316.77

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - Bibliotecário Coordenador
CBICSA/SISBIN/UFOP-CRB6a1407



FOLHA DE APROVAÇÃO

Rebeca Oliveira da Silva

**Desinformação política e efeito de verdade:
um estudo de caso sobre o catálogo *Golpeflix* da agência *Aos Fatos***

Monografia apresentada ao Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em 24 de março de 2025.

Membros da banca

Prof. Dr. Frederico de Mello Brandão Tavares (Orientador) - Universidade Federal de Ouro Preto
Profa. Dra. Hila Bernadete Silva Rodrigues - Universidade Federal de Ouro Preto
Dra. Aline Monteiro Xavier Homssi Borges - Converso Comunicação

Frederico de Mello Brandão Tavares, orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 29/04/2025.



Documento assinado eletronicamente por **Frederico de Mello Brandao Tavares, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/04/2025, às 18:30, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0902866** e o código CRC **F1FEAACE**.

A todos que ainda lutam e àqueles que lutaram por mim.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, que é o alicerce da minha vida. A presença de Deus é evidente em cada passo que dei até aqui. Sem Ele, nada seria possível. Ele esteve ao meu lado em cada momento, guiando minhas decisões, fortalecendo meu coração e proporcionando as oportunidades que me trouxeram até esse ponto. Sei que, por mais que eu tenha me esforçado, as conquistas só foram possíveis pela Sua ação em minha vida. Hoje, estou onde estou graças ao Seu imenso amor e cuidado.

Agradeço aos meus pais, Jussara e Geraldo, que foram os pilares da minha formação. Foram vocês quem me colocaram onde estou, lutaram incansavelmente para que eu chegasse até aqui e sempre foram minha rede de apoio. Todo esforço que fizeram ao longo dos anos, todo carinho e dedicação, são fundamentais para a pessoa que sou. Não seria ninguém sem vocês. O amor de vocês me trouxe à vida, me ensinou a amar e me deu a oportunidade de mostrar amor de volta. Se hoje estou aqui, é por vocês!

Agradeço, também, ao meu amado, Gustavo, que foi meu suporte durante toda a graduação. A sua presença foi fundamental, principalmente nos momentos de desafios psicológicos e estruturais. Se não fosse por você, em algumas situações essenciais, eu teria desistido; mas você me fez permanecer, me incentivou a seguir em frente. Quero que todos saibam o quão especial você foi para a realização deste sonho.

Agradeço à minha avó, Maria Helena, que com tanto amor e cuidado me guiou na infância, me ensinando sobre o verdadeiro valor da vida e do afeto. A minha tia, Magda, que foi como uma segunda mãe para mim, nunca deixando de me incentivar e apoiar em tudo. Aos meus irmãos, Karol, Sheena, Ronald, Ronaldo Júnior, Camilla, Gabriela, Thiago (*in memoriam*) e especialmente à Sarah (*in memoriam*). Cada um de vocês teve um papel crucial na minha formação, me mostrando diferentes perspectivas e sendo exemplo de vida. Dedico este trabalho à Sarah, que sempre foi minha fonte de inspiração. Sinto sua falta, mas tenho a certeza de que um dia nos encontraremos para celebrar juntas.

Aos meus sobrinhos, Karen, Ana Clara, Maria Paula, Clarissa (*in memoriam*), Henrique, Edgar, Cecília, Davi, Maria Clara e Miguel, vocês são um presente em minha vida. Cada um de vocês me traz uma alegria imensa, e eu sou eternamente grata por poder vivenciar o amor que vocês transmitem. Agradeço também à minha família toda, todos que, de alguma forma, contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional. Meu muito obrigada a todos vocês.

Aos meus amigos de Mariana, especialmente às meninas com quem dividi o espaço de moradia, Ana Paula, Maria e Sofia: vocês foram uma companhia indispensável nos momentos

mais difíceis. Agradeço por cada lágrima, por cada vitória compartilhada. Aos “Desolaris”, muito obrigada por me acolherem com tanto carinho. São mais do que amigos, são irmãos que a vida me deu. Aos meus amigos de Belo Horizonte, agradeço por viverem comigo todo o sonho da faculdade. Vocês sabem o quanto isso significava para mim e, por estarem ao meu lado até o fim, sou eternamente grata.

Aos professores e tutores da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), expresso minha profunda gratidão pelo valioso conhecimento compartilhado ao longo da minha trajetória acadêmica. Em especial, gostaria de agradecer ao meu orientador, Prof. Dr. Frederico Tavares, que teve paciência e dedicação para me guiar dos primeiros aos últimos meses deste trabalho. Sem sua orientação, este projeto não teria sido possível.

Agradeço também à Dr^a. Aline Homssi pela leitura atenta do texto durante a fase do TCC1 e pelos conselhos valiosos que foram essenciais para a conclusão do meu trabalho, bem como pela leitura e avaliação no TCC2. Não poderia deixar de agradecer à Prof^a. Dr^a. Hila Rodrigues, cuja contribuição na leitura do texto e nos aconselhamentos durante a banca de aprovação foram cruciais para a finalização deste projeto. Por fim, agradeço a todos os demais que, de alguma forma, influenciaram positivamente minha vida pessoal e acadêmica.

A UFOP foi mais do que uma universidade para mim, foi uma segunda casa. Sinto-me lisonjeada em poder me graduar por essa instituição, que tem um valor imenso e que deveria ser ainda mais reconhecida. Sou grata por cada aprendizado, por cada momento vivido nesse lugar tão especial e enriquecedor. Gostaria também de ressaltar a importância do ensino público e expressar minha gratidão à sociedade, cuja contribuição tornou possível a realização da minha graduação e deste projeto.

Por fim, agradeço a mim mesma. Sei o quanto lutei para chegar até aqui. Quantos dias sem dormir, quantos desafios enfrentados. E deixo um recado para mim mesma: aproveite agora, seja feliz com o que conquistou e se orgulhe de cada passo dado. Você conseguiu, e isso é motivo de celebração.

Obrigada a todos que fizeram parte dessa jornada. Hoje, me formo jornalista com um propósito bem claro: devolver ao mundo tudo o que me foi dado, da melhor forma possível.

Com muito carinho e gratidão, dedico a vocês esta pesquisa!

Obrigada!

*O jornalismo conta continuamente as histórias dos
nossos heróis, nossas batalhas e conquistas, nossas
derrotas e frustrações. O mundo do jornalismo é o
mundo da tragédia e da comédia humana.*

Luiz Gonzaga Motta

RESUMO

Este trabalho investiga a construção de narrativas jornalísticas a partir do catálogo *Golpeflix*, produzido pela agência *Aos Fatos* em 2023. O objetivo é compreender como essa produção, ao elaborar seu próprio discurso sobre os eventos que culminaram no episódio de 8 de janeiro de 2023 no Brasil, se coloca em oposição às mentiras disseminadas pela desinformação. A pesquisa examina como a checagem de fatos, embora sendo um elemento central do produto, se articula com outras linguagens comunicativas, como o *storytelling* e a serialização dos acontecimentos, a fim de criar uma narrativa interativa e dinâmica. Ao refletir sobre o papel do jornalismo na construção da “verdade”, a pesquisa propõe uma análise crítica da prática jornalística contemporânea, que se propõe a ir além da mera verificação de fatos e adota uma postura interpretativa e crítica diante da desinformação. A partir de uma abordagem teórica que integra estudos de diversos autores nas áreas de narrativa, serialidade, *storytelling* e jornalismo digital, o trabalho discute como o *Golpeflix* utiliza estratégias para criar um próprio “efeito de verdade”. Este estudo busca responder ainda como o *Golpeflix*, enquanto ferramenta jornalística, contribui para a desconstrução da narrativa golpista, propondo uma versão alternativa dos acontecimentos e destacando o papel do jornalismo na luta contra a desinformação. Por fim, ao adotar uma abordagem narrativa própria, o catálogo não só desmascara as mentiras em torno do 8 de janeiro de 2023, mas também convida o público a refletir sobre o papel do jornalismo na construção da verdade, destacando a importância de uma postura mais consciente e crítica diante da desinformação.

Palavras-chave: jornalismo; checagem de fatos; desinformação; *Golpeflix*; efeito de verdade.

ABSTRACT

This paper investigates the construction of journalistic narratives based on the *Golpeflex* catalog, produced by the *Aos Fatos* agency in 2023. The goal is to understand how this production, by crafting its own discourse about the events that led to the January 8, 2023 episode in Brazil, positions itself in opposition to the lies spread by disinformation. The research examines how *fact-checking*, while being a central element of the product, interacts with other communicative languages, such as storytelling and the serialization of events, in order to create an interactive and dynamic narrative. Reflecting on the role of journalism in the construction of “truth,” the research proposes a critical analysis of contemporary journalistic practice, which goes beyond mere fact-checking and adopts an interpretative and critical stance in relation to disinformation. Using a theoretical approach that integrates studies from various authors in the fields of narrative, seriality, storytelling, and digital journalism, the paper discusses how *Golpeflex* employs strategies to create its own “effect of truth.” This study also seeks to answer how *Golpeflex*, as a journalistic tool, contributes to deconstructing the coup narrative by offering an alternative version of the events and highlighting the role of journalism in the fight against disinformation. Finally, by adopting its own narrative approach, the catalog not only exposes the lies surrounding the January 8, 2023 event but also invites the audience to reflect on the role of journalism in constructing the truth, while emphasizing the importance of a more conscious and critical stance towards disinformation.

Keywords: journalism; fact-checking; disinformation; *Golpeflex*; effect of truth.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico que mostra a capacidade de pessoas adultas identificarem um conteúdo falso on-line.....	30
Figura 2 - Diagrama que relaciona checagem de fatos, desmascaramento e verificação.....	37
Figura 3 - Comparação feita da organização dos episódios da série <i>House Of Cards</i> , original da <i>Netflix</i> com a organização dos capítulos do <i>Golpeflix</i> , da <i>Aos Fatos</i>	52
Figura 4 - Sequência selecionada de <i>web stories</i> do Portal G1 sobre os núcleos de operações da tentativa de golpe.....	57
Figura 5 - Sequência de <i>web stories</i> do primeiro Capítulo do <i>Golpeflix</i>	58
Figura 6 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 1, <i>storie</i> 1 e 3.....	65
Figura 7 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 1, <i>storie</i> 4.....	67
Figura 8 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 2, <i>storie</i> 1 e 2.....	68
Figura 9 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 2, <i>storie</i> 4.....	70
Figura 10 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 3, <i>storie</i> 1.....	72
Figura 11 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 3, <i>storie</i> 2 e 3.....	73
Figura 12 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 4, <i>storie</i> 1 e 4.....	74
Figura 13 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 5, <i>storie</i> 1.....	76
Figura 14 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 6, <i>storie</i> 1 e capítulo 7, <i>storie</i> 1.....	77
Figura 15 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 8, <i>storie</i> 1 e 6.....	78
Figura 16 - Imagem do <i>Golpeflix</i> - Capítulo 9, <i>storie</i> 1, 2 e 3.....	79

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 01 – A CHECAGEM COMO PREMISSA	
1.1. A relação entre checagem de fatos e jornalismo	24
1.2. Jornalismo, política e desinformação	28
1.3. A checagem como fenômeno e suas variações	35
CAPÍTULO 02 – O DESMASCARAMENTO NO <i>GOLPEFLIX</i>: CHECAGEM, NARRATIVA, SERIALIDADE E <i>STORYTELLING</i>	
2.1. O que o <i>Golpeflix</i> incorpora da checagem de fatos?	39
2.2. Narrativa, narração e narratividade	43
2.3. Serialidade	50
2.4. <i>Storytelling</i> no jornalismo digital	54
CAPÍTULO 03 – AS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS NO <i>GOLPEFLIX</i> E A CONSTRUÇÃO DO EFEITO DE VERDADE DA NARRATIVA	61
CONSIDERAÇÕES FINAIS	82
REFERÊNCIAS	85

INTRODUÇÃO

É difícil dizer exatamente em que ponto este trabalho começou a ser pensado. Naturalmente, esta pesquisa possui um marco histórico bem estabelecido: o dia 8 de janeiro de 2023, quando ataques de apoiadores da extrema-direita à sede dos Três Poderes danificaram o Palácio do Supremo Tribunal Federal, o Palácio do Congresso Nacional do Brasil e o Palácio do Planalto, em Brasília; e tentaram inspirar um golpe de Estado. A história deste dia se iniciou meses antes, ou até mesmo anos antes desta data. Os ataques foram resultado de muita desinformação e alegações infundadas sobre fraudes nas eleições de 2018 e 2022.

O líder dos “patriotas”, Jair Messias Bolsonaro, mesmo quando eleito presidente, em 2018, colocou em dúvida os resultados eleitorais, defendendo que já havia obtido mais da metade absoluta dos votos no primeiro turno do pleito. De maneira mais direta, converteu as comemorações pela Independência, nos 7 de setembro de 2021 e de 2022, em verdadeiras celebrações golpistas, nas quais milhares de seus apoiadores clamavam por “intervenção militar já” (Ricupero, 2024).

A partir do que descreve Ricupero (2024), entendemos que o 8 de janeiro não deve ser encarado como um episódio isolado, mas como o desfecho de um processo contínuo de construção de um discurso que tentou deslegitimar o sistema eleitoral e atacou as instituições democráticas, que foi orquestrado pela extrema-direita e por Bolsonaro e seus aliados. Em entrevista para o *Brasil de Fato*, publicada um ano após os ataques, o historiador Francisco Silva, ex-professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), defende que essas narrativas, aliadas à atuação falha do Governo do Distrito Federal e dos órgãos de inteligência, foram determinantes para incitar as manifestações violentas contra os Três Poderes, mobilizando e radicalizando um número considerável de pessoas (Lacerda, 2024). Mesmo que a tentativa de golpe não tenha sido concretizada, o dia 8 de janeiro de 2023 significou um ponto crucial na história recente do Brasil, marcando uma onda preocupante de tensões políticas e sociais, que ameaçam a integridade da democracia e apontam para uma ascensão do fascismo no país.

Os discursos orquestrados antes dos ataques foram amplificados pela propagação de um grande volume de informações falsas, alimentando um fenômeno de caráter social, político e cultural: a desinformação. O conceito de desinformação abrange não apenas as notícias falsas, mas qualquer discurso que possa enganar ou manipular, independentemente da intenção. Heller,

Jacobi e Borges (2020), com base em Wardle (2016, 2017)¹, afirmam que a desinformação não se resume à intencionalidade do “autor”, mas também é afetada pelo contexto atual de compartilhamento rápido de informações, onde o imediatismo e a confiança nas plataformas² on-line e em fontes selecionadas geram uma “economia cognitiva”, quando “em vez de conferir cada conteúdo, confio na seleção feita pelo algoritmo que seleciona a informação mais relevante de acordo com seus critérios ou em pessoas nas quais confio” (Heller *et al.*, 2020, p. 192). Esse comportamento facilita a propagação de *disinformation* (desinformação com intenção de enganar) e *misinformation* (reprodução de desinformação sem intenção de enganar)³. Segundo as autoras, a distinção de ambos os termos surgiu após as eleições de 2016 nos Estados Unidos da América (EUA), quando se buscou explicar a propagação de informações falsas de maneira mais ampla do que apenas as chamadas *fake news*.

Dourado (2020) vai dizer que este termo vem sendo descartado por dois principais motivos: o uso da expressão ter sido apropriada por políticos para atacar jornalistas; e pela incapacidade do termo de abranger todas as formas em que o fenômeno da desinformação pode aparecer. Em contrapartida, o autor ressalta que “em alguma medida, a popularização do termo é positiva para que a sociedade reconheça o objeto *fake news* como um problema a ser enfrentado e desmascarado eleição após eleição” (Dourado, 2020, p. 47 e 48). Por isso, neste trabalho, usaremos ambos os termos, “*fake news*” para nos referirmos às notícias falsas disseminadas rapidamente na internet⁴ e “desinformação”, que engloba as notícias falsas, mas se refere a um fenômeno social mais amplo.

Levando em consideração os estudos de Paes (2022) e Oliveira (2020), entendemos aqui que a desinformação se deriva de um conjunto de práticas sociais comunicativas que fazem parte de um fenômeno cultural e político complexo. Observar esse fenômeno é ver como as pessoas se comunicam e se relacionam. É também reconhecer a importância do papel do

¹ WARDLE, Claire. **6 types of misinformation circulated this election season**. 2016. Disponível em: https://www.cjr.org/tow_center/6_types_election_fake_news.php.

WARDLE, Claire. DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making**. 2017.

² Considerando a definição de 'plataforma' no dicionário Oxford, entendemos aqui plataforma no contexto digital como sistemas ou infraestruturas que facilitam a criação, distribuição e interação com diversos tipos de mídia, como texto, áudio, vídeo e imagens, em um ambiente digital. Essas plataformas permitem a navegação fluida e a troca de conteúdos dentro do ambiente on-line informativo.

³ Santos D' Amorim e Miranda (2021) ainda discorrem sobre um outro conceito: “malinformation”, para as informações corretas, mas que são compartilhadas fora de seu contexto real com algum propósito.

⁴ Considerando a definição de “internet” no dicionário Oxford, entendemos a internet como uma rede global e hiperconectada de computadores interligados, que utiliza protocolos específicos para conectar milhões de dispositivos. Ela oferece recursos como a World Wide Web, que permitem a comunicação quase instantânea e o acesso a informações de forma rápida e ampla em nível mundial.

receptor nos processos comunicativos; e ressaltar que há ali uma disputa pelo o que se quer evidenciar de acordo com interesses pessoais (Oliveira, 2020, p. 4 e 16).

A desinformação faz parte de um complexo jogo de disputas de sentidos permeado pelos sistemas de crenças (OLIVEIRA, 2020a) que são expressas, reproduzidas e ressignificadas nos ambientes informacionais contemporâneos. Em outras palavras, teremos uma melhor compreensão da desinformação se a considerarmos no bojo das interações e das próprias dinâmicas que caracterizam a comunicação humana na atualidade e as novas formas de sociabilidade incluídas (Paes, 2022, p. 34 e 35).

No atual contexto de desinformação on-line, especificamente política, o intuito não é nos aprofundarmos sobre a estrutura das plataformas ou sobre como os algoritmos se portam nelas. É sobre como a comunicação acontece, mas, mais especificamente, o que me interessa aqui é observar a posição do jornalismo e do jornalista em um mundo em que a circulação da informação está cada vez mais rápida, a credibilidade dos veículos de comunicação é constantemente questionada e a própria profissão passa por um processo de se reinventar e de se descobrir em novos formatos. A finalidade é investigar uma das formas em que o jornalismo atua e pode atuar para introduzir novas narrativas no debate público, oferecendo um contraponto às que já circulam on-line. A construção dessas narrativas não apenas sugere um “outro lado da história”, mas também revela os caminhos estratégicos adotados no processo de comunicação jornalística.

Foi pesquisando sobre esses novos formatos que o jornalismo vem assumindo, que encontrei o trabalho feito pelas agências de checagem, veículos jornalísticos que se dedicam à investigação e verificação de informações que são compartilhadas sobretudo on-line. O contexto do 8 de janeiro de 2023 foi um pontapé que também me levou a buscar alternativas e fontes que me oferecessem outras versões da história, diante das muitas narrativas que circulavam na mídia e nas redes sociais⁵ on-line. Nesse cenário, me deparei com os projetos da agência *Aos Fatos*, que se destaca pela sua atuação no combate à desinformação. A proposta da agência, especialmente com o lançamento de um de seus projetos, o *Golpeflix*, me chamou a atenção pela maneira com que busca reconstruir e relatar os eventos que culminaram nos ataques aos Três Poderes, oferecendo uma outra visão sobre o ocorrido.

⁵ Considerando a definição de “rede social” no dicionário Oxford, entendemos que redes sociais são plataformas digitais que permitem a interação e comunicação entre pessoas ou grupos com interesses semelhantes, criando uma rede de conexões que compartilham informações, experiências e objetivos em comum.

*Aos Fatos*⁶ é um veículo jornalístico que surge em resposta ao grande volume de desinformação que surgiu nos últimos 9 anos, principalmente no ambiente digital e através de discursos políticos (Aos Fatos, 2024b). A agência foi lançada em 7 de julho de 2015 pela jornalista Tai Nalon, hoje diretora executiva da agência, juntamente com Rômulo Collopy, engenheiro de dados que na época era líder de tecnologia, e Carol Cavaleiro, designer e especialista em produto, que então atuava como consultora de design. Atualmente, ambos fornecem serviços de consultoria para a agência, que possui uma equipe ampla de profissionais, que atuam nas áreas de produção jornalística, inteligência e tecnologia. A *Aos Fatos* ganhou notoriedade após as eleições presidenciais de 2018, quando a polarização política e a radicalização, antes não vistas em tamanha intensidade, criaram um ambiente instável e, junto ao crescimento da internet, impulsionaram a disseminação de desinformação (Dourado, 2020), o que criou um cenário fértil para a ascensão do *fact-checking*.

A escolha da agência *Aos Fatos* para ser objeto desta pesquisa se dá por dois principais motivos: pela sua relevância no contexto político/social atual brasileiro, sendo parte da Associação de Jornalismo Digital (Ajour)⁷, e por ser membro signatário do código de princípios do *International Fact-Checking Network* (IFCN)⁸.

A Associação de Jornalismo Digital (Ajour) é uma entidade que apoia as práticas jornalísticas de diferentes veículos de comunicação e tem como foco a produção de jornalismo digital no Brasil. A Ajour se dedica ao empreendedorismo e oferece suporte institucional e oportunidades para empresas jornalísticas. Seus objetivos incluem fortalecer a atuação das empresas associadas, prestar segurança jurídica e digital, e representar os interesses do setor junto aos poderes públicos (Ajour, 2024).

Já o IFCN, do *Poynter Institute* (instituição jornalística sem fins lucrativos dos Estados Unidos), estabelece regras quanto à transparência e ética profissional para a checagem de fatos e, hoje, verifica e regulariza mais de 100 agências que lutam contra a desinformação em todo mundo. O Código de Princípios “é para organizações que publicam regularmente relatórios não partidários sobre a precisão de declarações de figuras públicas, grandes instituições e outras alegações amplamente divulgadas de interesse para a sociedade” (IFCN, 2024). Além disso, as agências reguladas pela IFCN devem ter um compromisso público com a transparência quanto às suas fontes de informação, de financiamento e metodologia de checagem.

⁶ Para conhecer a agência, acessar: <https://www.aosfatos.org/>

⁷ Para mais informações, acessar: <https://ajor.org.br/>

⁸ Para mais informações, acessar: <https://www.poynter.org/ifcn/>

O *Golpeflix*⁹, por sua vez, é um catálogo¹⁰ digital da agência *Aos Fatos*, que reúne diversos conteúdos sobre as campanhas de desinformação que aconteceram depois das eleições de 2022. O catálogo foi lançado em março de 2023 e possui 657 mídias digitais (vídeos, fotos e áudios) organizadas em 9 capítulos, que possuem temas específicos de acontecimentos que marcaram o Brasil entre outubro de 2022 e o dia 8 de janeiro de 2023. Essas mídias foram selecionadas pela agência *Aos Fatos* a partir de uma base de arquivos de 199 mil imagens, 25 mil áudios e 321 vídeos compartilhados nas plataformas on-line monitoradas pela agência e coletados pelo *Radar Aos Fatos*¹¹. O *Radar Aos Fatos* é uma ferramenta de monitoramento de desinformação, que atua na coleta de conteúdos possivelmente enganosos e pouco confiáveis em sites de extrema-direita e em diferentes plataformas on-line (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter* (atual *X*), *WhatsApp* e *YouTube*) (*Aos Fatos*, 2023).

O que me interessa aqui é verificar como a *Aos Fatos* se propôs estrategicamente a construir narrativas sobre a trama que envolve o 8 de janeiro. É possível perceber que o modo como o *Golpeflix* é construído evidencia de forma clara a posição que a agência assume em seus processos comunicativos e o lado dessa história que ela deseja evidenciar, jornalisticamente. Isso não se limita apenas a trazer informações apuradas e desconstruir aquilo que é construído pela desinformação, mas também a conduzir o público a uma compreensão mais crítica dos eventos.

A escolha do formato *web stories* para apresentação dos conteúdos e a serialização dos acontecimentos que o constrói é o que mais me intriga no *Golpeflix*. Isso porque, o catálogo é uma publicação feita no site da *Aos Fatos*, mas que se utiliza dos mecanismos do formato *web stories*, característico das plataformas de mídia social on-line, para construir a narrativa. A própria nomenclatura do catálogo, com o uso do termo “flix” (em inglês), que significa “filmes” (tradução livre), e a sequência composta dos capítulos, também sugerem uma serialização dos eventos.

O *Golpeflix* surge como uma resposta à complexidade da desinformação, especialmente no contexto dos eventos que culminaram no 8 de janeiro de 2023. Ao expor os aspectos

⁹ O catálogo completo pode ser acessado em: <https://www.aosfatos.org/golpeflix/>

¹⁰ A nomenclatura “catálogo” no contexto do *Golpeflix* faz uma referência direta à organização e apresentação dos conteúdos, de maneira semelhante ao que vemos em plataformas de streaming de séries e filmes, como a Netflix. No caso dessas plataformas, um catálogo é um conjunto de conteúdos organizados por categorias, gêneros ou temáticas, que o usuário pode explorar livremente.

¹¹ Para conferir a metodologia do *Radar Aos Fatos*, acessar: <https://www.aosfatos.org/metodologia-radar-aos-fatos/>

absurdos¹² das narrativas golpistas, o produto não só desmascara as mentiras em circulação, mas também revela o jogo da desinformação que se disfarça como “verdadeiro”. A utilização do formato de *web stories*, que remete a dinâmica das plataformas digitais, contribui para o desmascaramento da história criada pela desinformação, oferecendo um novo “efeito de verdade” (Costa, 2017) em contraposição. Ao amplificar as partes mais chocantes dos acontecimentos, o *Golpeflix* chama atenção para o absurdo de permitir que informações falseadas ganhem tal proporção, tornando o processo de manipulação ainda mais evidente.

Essa desconstrução do “real” está diretamente relacionada à noção de verossimilhança de Greimas (2014), que sugere que a credibilidade de um discurso é julgada a partir da sua conformidade com uma concepção culturalmente aceita de realidade. No caso do *Golpeflix*, ao recriar a cronologia dos acontecimentos, o produto constrói por meio de informações apuradas, vídeos, áudios e imagens devidamente contextualizados, que incorporam sua narrativa, uma versão mais verossímil da realidade. A narrativa, ao explorar os aspectos mais absurdos da desinformação, faz com que o público questione as fronteiras entre o que é real e o que é fabricado, estabelecendo uma nova forma de verossimilhança que desconstrói o “real” construído pela desinformação por meio de uma exposição exagerada da mentira. Esse processo faz com que o público, ao interagir com o conteúdo, reflita criticamente sobre as “verdades” que circulam no debate público, enquanto se engaja com uma outra versão da realidade construída.

Neste trabalho, é importante dizer, o propósito não é dar uma ordem ou um caminho obrigatório para a construção narrativa da comunicação, e nem dizer que o jornalismo (ou a atuação das agências de checagem) é aquele que detém a legitimidade exclusiva da informação e da verdade. Oliveira (2020), em seus estudos sobre o conceito de desinformação, discute sobre a ideia de um ordenamento da informação. Ao analisar o trabalho de Lance Bennett e Steven Livingston (2018)¹³, a autora destaca que, embora concorde com a análise deles sobre como a desinformação causa a ruptura da ordem democrática decorrente da desconfiança nas instituições, o que, segundo os autores, prejudica a credibilidade das fontes “oficiais” e faz com que as pessoas busquem informações em outros lugares, ela questiona o pressuposto implícito

¹² Neste trabalho, no contexto do *Golpeflix*, o termo “absurdo” é empregado para caracterizar as narrativas da desinformação que ultrapassam os limites da realidade culturalmente aceita, quebram normas sociais e desafiam a lógica convencional, provocando um choque que expõe as mentiras de maneira crua e evidente. A exposição exagerada amplifica esse absurdo, com o objetivo de destacar a irracionalidade do discurso da desinformação e a distorção da “verdade”, moldando a visão do fenômeno de uma maneira específica para o público.

¹³ BENNET, Lance; LIVINGSTON, Steven. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, v. 33, n. 2, 2018.

de que existiria um “lugar certo” ou uma “ordem certa” para se obter a informação. Tal perspectiva reflete uma abordagem funcionalista da comunicação, que assume que o outro não é legítimo e que “entende que há um ordenamento do mundo como um ideal para a eficiência de uma comunicação direcionada” (Oliveira, 2020, p. 16).

O conceito de verdade, por sua vez, é objeto de debates e questionamentos há séculos. Embora existam diversas teorias da verdade que buscam oferecer uma definição mais precisa, nenhuma delas consegue, de forma definitiva, abarcar completamente o que realmente constitui a verdade. Orlando Tambosi (2007) vai dizer que “sendo um dos mais controversos conceitos filosóficos, a verdade ora tem sido considerada absoluta, ora relativa, ora apenas um ideal a ser alcançado, ora um conceito simplesmente dispensável” (p. 36). Já no campo do jornalismo, essa busca pela verdade se difere em alguns aspectos da verdade filosófica. Isso porque a atividade jornalística não busca estabelecer uma verdade absoluta. O que o jornalismo faz é uma construção da realidade, baseada em fatos que são apurados e verificados, a partir de um código de princípios éticos, os quais resultam na elaboração de um discurso.

Ao invocar estratégias discursivas o jornalismo cria efeitos de verdade sobre os fatos e, assim, constrói discursivamente aquilo que se constitui na realidade social. Neste sentido, o jornalismo perde muito do valor verdade, daquilo que é científico, e se aproxima de algo mais subjetivo, que tem efeito de verdade (Costa, 2017, p. 2).

Diante disso, podemos questionar: até que ponto a construção jornalística da realidade, ao se aproximar de algo subjetivo e com efeitos de verdade, pode comprometer a credibilidade da informação e o papel do jornalismo na sociedade? De acordo com Costa (2017), com base nos estudos de Charaudeau (2006)¹⁴ e Cornu (1999)¹⁵, há um contrato de comunicação jornalístico que é amplamente reconhecido pelo público. Esse contrato implica que o compromisso com a verdade está intimamente relacionado ao direito do público de ter acesso à informação verdadeira. Assim, a responsabilidade do jornalista vai além da simples credibilidade da informação; ela envolve o respeito à pessoa e ao valor intrínseco da verdade, tendo em vista que o profissional é pessoalmente responsável por tudo o que ele publica, passível inclusive de assumir as consequências legais e morais de seus atos.

Para explicar essa relação entre jornalismo e verdade, buscamos em Franzoni *et al.* (2011) a reflexão centrada em como o jornalismo cria efeitos de verdade para construir a realidade social do mundo ao qual retrata. Elas se baseiam na noção de verdade em Foucault

¹⁴ CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

¹⁵ CORNU, Daniel. **Jornalismo e verdade: para uma ética da informação**. Lisboa: Instituto Piaget, 1999.

(1979) para explicar como a prática faz referências ao que é real através das relações históricas e de poder que estabelece. Esta ideia será o fio condutor para nossa análise do catálogo. Esclarecidos esses pontos, retomamos o objeto desta pesquisa.

Este estudo investiga a estrutura, a organização e a história construída pelo catálogo *Golpeflix* da *Aos Fatos* como um todo, e não seus conteúdos separadamente. O objetivo é compreender como essa produção constrói uma forma de narrar os acontecimentos, oferecendo uma história sobre o 8 de janeiro, que contrapõe versões amplamente disseminadas on-line, desmascarando as distorções propagadas pelos golpistas e, a partir disso, construindo uma nova perspectiva do acontecimento. Ao construir essa história, o catálogo privilegia os aspectos mais absurdos dos acontecimentos, utilizando-os como ponto central para evidenciar as manipulações em jogo. Ao reunir, em um só produto, os métodos da checagem de fatos, originados da prática jornalística, o formato de *web stories* acompanhado das técnicas de *storytelling* e a serialização dos capítulos, o catálogo contribui para uma estratégia comunicacional mais complexa, no intuito de auxiliar na percepção dos fatos e na desconstrução de um conjunto difuso e intencional de disseminação de desinformação.

Um ponto que devemos esclarecer é que o *Golpeflix* se apresenta como um produto da checagem de fatos, mas não é uma checagem em si. O catálogo deixa de ser exclusivo da checagem quando assume outras características das variações que a prática possui. O *fact-checking* é apenas um dos modos com que as agências trabalham.

De modo geral, o *fact-checking* se apresenta como mecanismo estratégico interessante para o jornalismo que se propõe a investigar as diversas versões de um mesmo fato e que busca estabelecer uma análise mais precisa dos acontecimentos. Isso porque seu principal objetivo é detectar erros, distorções e mentiras e, com isso, confrontar histórias já pré-estabelecidas a fim de elevar a qualidade do debate público (Fonseca, 2017). Além disso, segundo Carvalho *et al.* (2019), o *fact-checking* tem sua origem atrelada ao jornalismo investigativo, mas se baseia principalmente ááti

A checagem de fatos, apesar de ter expandido para a verificação de outros tipos de conteúdo como correntes de Whatsapp e informações duvidosas no Facebook, teve início com a análise de declarações de figuras políticas ou de assuntos relacionados ao campo político e, em grande parte, ainda mantém essa atividade como foco. Por esse motivo, o uso de bancos de dados, originário do JGD, é uma das características do Fact-Checking (Carvalho *et al.*, 2019, pg. 6).

O uso de dados para a construção de uma narrativa contribui não só na interpretação dos fatos, como também na comprovação deles. Essa prática de verificação resgata um princípio

antigo do jornalismo: a transparência. Por meio dos dados e do trabalho de *fact-checking*, o jornalista consegue oferecer uma base sólida e mais confiável para suas publicações compartilhando, assim, informações mais ricas. Informação de qualidade é aquela que é contextualizada e detalhada de forma que o público possa compreender o impacto e a relevância de um acontecimento. Aqui, vale destacar que uma das principais críticas ao *fact-checking*, hoje, se relaciona com a capacidade (ou não) da prática de oferecer uma informação de qualidade – essa discussão será melhor abordada no Capítulo 1.

Além disso, o *fact-checking* permite que o jornalista usufrua de outros mecanismos tecnológicos, que podem ser úteis não só para a construção de uma narrativa, como também para que outras narrativas sejam desconstruídas.

O Fact-Checking se utiliza das possibilidades do ciberespaço para combater a desinformação e as fake news. Os checadores constituem “organizações jornalísticas estreitamente adaptadas ao ecossistema contemporâneo de notícias em rede” (GRAVES, 2016, p.9). Por meio de hiperlinks, bases de dados online, ferramentas para a construção de gráficos e a possibilidade de compartilhamento de planilhas, documentos, leis e projetos do governo, os checadores são transparentes e fazem uma “crítica à cobertura jornalística convencional” (FREITAS; GEHRKE; SEIBT, 2017, p.4) (Carvalho *et al.*, 2019, pg. 8).

Ao mesmo tempo que o *fact-checking* estabelece um “novo” modo de fazer jornalismo, o próprio jornalismo tradicional também se coloca crítico em relação ao *fact-checking* e seus métodos – essa dualidade entre os modos de fazer jornalístico também será melhor abordada no Capítulo 1.

O *fact-checking* vem assumindo novas formas; como o *debunking*, que, embora seja uma variação da checagem de fatos, apresenta diferenças importantes. O *debunking* tende a ser mais estratégico, focando em desmentir informações específicas com um ponto de vista claro (Lindwall *et al.*, 2021), enquanto no *fact-checking*, o checador busca manter-se mais distante do texto (Gabry, 2022), o que não significa ausência de escolhas editoriais. As agências de checagem, devido ao volume de desinformação nas plataformas digitais, têm adotado mais o *debunking* (Nóbrega, 2021), como no caso do *Golpeflix*, que constrói uma narrativa própria ao reunir checagens de fatos, conferindo um grau de subjetividade e moldando a percepção do público ao privilegiar um lado da história.

Para entender como o *Golpeflix* se constrói, optamos por considerar as conclusões de Luiz Gonzaga Motta (2004a; 2004b; 2006; 2008), que realiza todo um estudo sobre as narrativas jornalísticas e seus jogos de linguagem. Para Motta (2008), as narrativas midiáticas são organizadas de forma estratégica, combinando conhecimentos objetivos e subjetivos para

influenciar percepções e comportamentos. Ele sugere que as narrativas devem ser analisadas dentro de suas condições sociais e culturais, levando em conta a temporalidade, a sequencialidade e as intenções comunicativas por trás de cada discurso. A análise dessas narrativas envolve três dimensões: pragmática, que examina a intenção do autor; cognitiva, que avalia as emoções implícitas; e simbólica, que investiga as influências literárias e estéticas (Motta, 2004a). Segundo ele, essa abordagem permite desconstruir a narrativa e revelar novas e amplas significações.

Ademais, também consideramos os estudos de Machado (2000) e Teixeira (2020), que nos ajudam a compreender como a estrutura de uma narrativa seriada, como a do *Golpeflix*, contribui para o encadeamento dos acontecimentos e para a construção do significado da história. Machado (2000) introduz o conceito de serialidade, elucidando seu impacto na estrutura narrativa. Com base em seus estudos, Teixeira (2020) aprofunda a ideia de serialidade, abordando as semelhanças e diferenças entre as partes de uma trama, que, por sua vez, podem ser organizadas no que o autor chama de regimes de serialidade. Por outro lado, Sousa *et al.* (2017) e Taukatch *et al.* (2017), destacam o papel do *storytelling* no jornalismo digital, que vai além da simples transmissão de informações e busca criar conexões emocionais com o público. No caso do *Golpeflix*, a combinação do *storytelling* com os formatos do jornalismo digital visa engajar o público de forma interativa e dinâmica. Ao integrar essas abordagens, conseguimos obter uma compreensão mais aprofundada sobre como a narrativa, a serialização e o *storytelling* se entrelaçam no contexto do *Golpeflix* e o “efeito de verdade” que se deseja evidenciar e os aspectos verossímeis da narrativa são construídos.

O intuito é realizar um estudo de caso sobre os acontecimentos que tiveram como resultado os ataques de 8 de janeiro de 2023, por meio da história contada no catálogo. Assim, esta pesquisa procura responder à pergunta central: de que maneira a agência *Aos Fatos*, por meio do produto *Golpeflix*, cria narrativas jornalísticas que desconstroem a trama de informações falsas e distorcidas que levaram aos eventos de 8 de janeiro de 2023?

A escolha pela análise ampla do catálogo justifica-se não apenas pelo o que se deseja evidenciar em relação às estratégias comunicativas estabelecidas, mas também pelas limitações de tempo inerentes à pesquisa. Salientamos, ademais, que o *Golpeflix* se apresenta como um objeto de estudo singular e único, que merece ser explorado em profundidade por outros pesquisadores interessados em realizar investigações mais específicas. Nossa abordagem permite não apenas evidenciar as dinâmicas narrativas e estratégias de comunicação da agência *Aos Fatos*, mas também abre caminho para futuras pesquisas nos campos da desinformação, da

checagem de fatos, das narrativas jornalísticas, da serialização, do jornalismo digital e do *storytelling*.

Por fim, este trabalho se desdobrará em quatro seções principais: “A checagem como premissa”, que apresenta uma visão histórica e contextual da checagem de fatos no jornalismo, detalhando a evolução da prática, sua relação com a política e a desinformação, além de explorar as variações da checagem. “O desmascaramento no *Golpeflix*: checagem, narrativa, serialidade e *storytelling*”, que demonstra como o *Golpeflix* incorpora elementos da checagem de fatos, além de explorar aspectos da narrativa, da serialidade, da utilização do *storytelling* no jornalismo digital, que compõem a construção do catálogo. “As estratégias comunicativas no *Golpeflix* e a construção do efeito de verdade da narrativa”, que realiza uma análise de como o *Golpeflix* constrói narrativas por meio de estratégias comunicativas, que expõem o absurdo da desinformação e revelam como o efeito de verdade é construído pelo catálogo para desconstruir a trama que envolve o 8 de janeiro de 2023. Ao final, as considerações finais evidenciam como as estratégias adotadas pelo *Golpeflix* são fundamentais para a construção jornalística do catálogo.

CAPÍTULO 01 – A CHECAGEM COMO PREMISSA

Neste primeiro capítulo, vamos explorar a checagem de fatos como ponto de partida para compreender a construção do *Golpeflix* e o processo de reinvenção do jornalismo. Embora o *Golpeflix* não seja, propriamente dito, uma prática de checagem de fatos, ele pode ser visto como um produto derivado dessa atividade, desenvolvido a partir da reunião de diversas “mini checagens” de diferentes momentos históricos relacionados ao 8 de janeiro. Ao se combinarem, essas pequenas verificações criam uma nova narrativa, uma sequência de eventos que, ao ser reconstituída, constrói uma história com um início, meio e fim. Para entender a formação do *Golpeflix*, é essencial primeiro compreender o fenômeno da checagem de fatos, sua evolução e o impacto da internet nesse processo. Inicialmente, a verificação de informações acontecia antes da publicação, garantindo a precisão das matérias. No entanto, com a rápida proliferação de dados nas plataformas on-line, o jornalismo precisou se reinventar, adaptando-se para verificar fatos após sua disseminação, combatendo a desinformação e colocando em prática novas formas de controle da qualidade informativa.

1.1. A relação entre checagem de fatos e jornalismo

A checagem de fatos não é relativamente nova. Mesmo que a prática tenha se popularizado, e até ganhado novos formatos a partir do surgimento da internet, a verificação de informações, como complemento aos processos de apuração, já fazia parte da rotina de veículos jornalísticos desde o século XX. Na verdade, não só é uma prática, como também é um cargo, uma profissão dentro das redações que funciona até os dias atuais. O verificador fica responsável por fazer uma revisão do que é produzido pelos jornalistas e por identificar a coerência das produções. “Esse gênero de checagem de fatos avalia a solidez do relatório, verifica fatos e números e serve como uma sequência geral de controle de qualidade para o conteúdo de uma notícia antes da publicação” (Unesco, 2019, p.88).

De acordo com Marcos Palácios, ao falarmos sobre o jornalismo produzido no século XX, precisamos ter em mente que “credibilidade e qualidade são inseparáveis” (Palácios, 2019, p. 78). O autor mostra que havia uma preocupação com a transparência das informações pelos veículos jornalísticos da época, porque, em um contexto de industrialização e “urbanização do jornalismo” (Palácios, 2019, p. 78), a credibilidade surge como um elemento essencial nas

produções, já que credibilidade significava valor de mercado. Ou seja, quanto maior a transparência, maior a credibilidade do veículo e maior destaque no mercado.

É a partir daí que surge o primeiro veículo com um setor especializado em verificação de fatos. O jornal *The World*, de Nova York, passou a ter o *Bureau for Accuracy and Fair Play* em 1913, um serviço de checagem que verificava as informações antes da publicação das matérias. O setor criado pelo dono do jornal, Ralph Pulitzer, e pelo editor chefe, Isaac White, tinha como principal objetivo prevenir denúncias por calúnia e difamação, que até então davam prejuízos financeiros ao jornal e manchavam sua credibilidade (Palácios, 2019, p. 79). Depois disso, a prática também é adotada pela revista *Time* em 1920, que surge como pioneira no uso do termo *fact-checking* (Nóbrega, 2021, p.88). Esses setores especializados em verificação de fatos foram dando lugar ao que chamamos hoje de agências de checagem.

A contração econômica experimentada pela maioria das organizações de notícias em todo o mundo desde a virada do século XXI fez com que os departamentos de checagem de fatos encolhessem, fossem mesclados com as mesas de edição de texto ou fossem eliminados por completo. Hoje, são principalmente revistas semanais de alto nível, como o *The New Yorker* nos Estados Unidos ou *Der Spiegel* na Alemanha, que ainda empregam verificadores de fatos editoriais dedicados (Unesco, 2019, p.88).

Vale dizer que esses tipos de checagem de fatos se diferenciam do que vemos hoje em dia como fenômeno. O tipo de checagem que vemos emergir hoje é aquele que verifica algo depois que este se torna relevante publicamente. É como se fosse uma forma de responsabilizar algo ou alguém daquilo que se foi dito. “Os verificadores de fatos nessa linha de trabalho buscam fontes primárias e respeitáveis que possam confirmar ou negar reivindicações feitas ao público” (Unesco, 2019, p.88).

Ainda no início dos anos 1990, começamos a ver iniciativas de checagem de fatos próximas ao que temos hoje em dia. O jornalista Brooks Jackson, da *CNN* dos Estados Unidos, chegou a montar um time de jornalistas na redação, em 1991, para verificar os discursos de pré-candidatos à presidência (Prado *et al.*, 2018, p. 4). Ainda que a iniciativa tenha durado apenas até as eleições de 1992, ela representou o pontapé inicial para futuros projetos de Jackson, que impulsionaram o *fact-checking* em todo o mundo.

Foi em 2003, que o primeiro site dedicado ao *fact-checking* foi criado: o *FactCheck.org*. Jackson, com o apoio da *Annenberg Public Policy Center*, da Universidade da Pensilvânia, cria um veículo especializado na verificação de fatos relacionados a atores políticos, que “visa reduzir o nível de engano e confusão na política dos EUA” (*FactCheck.org*, 2024). O site ainda

atua no trabalho de checagem e, hoje, acumula mais de 20 prêmios e honrarias, sendo influente para várias outras iniciativas que vieram depois (Prado *et al.*, 2018, p. 8).

É possível perceber que a partir dos anos 2000, a mudança na forma como a checagem é feita, se deve, principalmente, ao surgimento da internet. É através dela que a checagem realmente se populariza e ultrapassa os métodos tradicionais do jornalismo.

A checagem de fatos à qual nos debruçamos parece também surgir em um contexto em que o jornalismo precisa se reafirmar discursivamente e evitar erros, no entanto, se difere da apuração de fatos convencional voltada para a produção de uma matéria em redações jornalísticas (Nóbrega, 2021, p. 88).

A apuração continua sendo uma das etapas fundamentais ao trabalho dos jornalistas, mas, para além disso, a checagem dos fatos como parte da apuração, sugere não só a necessidade de “dizer o que aconteceu”, mas também de mostrar ao público como uma história pode ser desmistificada.

O imediatismo potencializado a partir do fenômeno da plataformização¹⁶ e a propagação do uso das redes sociais on-line, obrigou o jornalismo a se adequar às novas formas de comunicação existentes. “Seja por conta do advento de coberturas em tempo real, seja por causa da diminuição da mão de obra disponível nas redações tradicionais...” (Aos Fatos, 2024a), o fato é que o jornalismo tradicional foi sendo questionado quanto ao seu padrão de qualidade.

É importante dizer que a checagem de fatos surge como uma forma do jornalismo reconquistar a confiança da sociedade através da transparência dos seus métodos, e mais uma vez, como forma de estabelecer maior credibilidade.

[...] pode-se aferir que um dos pontos que a checagem de fatos mais difere do jornalismo tradicional é em sua metodologia transparente e sua política de revisão interna que prioriza a informação correta em detrimento da informação mais rápida. O fact-checking, então, complementa o jornalismo tradicional, observando sua cobertura noticiosa diária e selecionando declarações que foram amplificadas e não necessariamente estão corretas (Prado *et al.*, 2018, p. 6).

Mas, não somente isso, o fenômeno da checagem que vemos hoje também se caracteriza não só por verificar discursos de políticos e autoridades do Estado. A *Aos Fatos*, por exemplo, monitora publicações feitas por diversos usuários em várias plataformas on-line (*Facebook*, *Instagram*, *Twitter* (atual *X*), *WhatsApp* e *YouTube*), inclusive que envolvam outros temas,

¹⁶ Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck, em seu artigo de 2020, definem a plataformização como a incorporação das infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais das plataformas digitais em diversas áreas da sociedade, impactando vários aspectos da vida cotidiana e das relações sociais.

como pseudociências, negacionismo climático, fraudes digitais e discursos de ódio. E já apresenta projetos que levam a prática para outras esferas, como o uso de inteligência artificial para o *fact-checking* (Aos Fatos, 2024b).

Em um ambiente digital globalizado de intensa circulação de informações, a prática de *fact-checking* ganhou notoriedade e se espalhou pelo mundo como uma possível resposta ao crescente desafio da desinformação. Diversas iniciativas surgiram em diferentes regiões do planeta, e, em setembro de 2024, só como signatárias do IFCN, haviam 134 agências de checagem ativas atuando em mais de 40 países diferentes, e outras 36 agências em processo de renovação de assinatura (IFCN, 2024b).

No Brasil, a checagem de fatos também surge a partir da verificação de discursos políticos de candidatos à presidência. O “Mentirômetro” e o “Promessômetro”, ferramentas do jornal *Folha de São Paulo*, foram iniciativas que trouxeram o *fact-checking* para o país nas eleições de 2010 (Prado *et al.*, 2018, p. 8). Depois disso, surgiram outros projetos similares em 2014, como o da jornalista Cristina Tardáguila, no jornal *O Globo*, um blog chamado *Preto no Branco*; e o da Agência Pública, através do chamado *Truco*. Mas foi em 2015, a partir da fundação da agência *Aos Fatos*, pioneira na criação de um veículo especializado em *fact-checking* no país, que a checagem de fatos realmente se estabeleceu como um fenômeno em território brasileiro. Em 2024, o Brasil possui quatro agências ativas e verificadas signatárias do código de princípios da IFCN, são elas: a *Aos Fatos*; o *Estadão Verifica*; a agência *Lupa*; e o *Uol Confere*.

Assim como no século XX, a crescente onda de agências de checagem hoje pode ser explicada pelo desejo do jornalismo em manter sua credibilidade e seu valor de mercado. Porém, Miguel (2019) vai dizer que no Brasil esse fenômeno surge também por um outro motivo: “Por aqui, a aposta no *fact-checking* nasce como reação às críticas suscitadas pelo elevado alinhamento partidário das grandes empresas de mídia” (Miguel, 2019, p. 51). O autor aponta que, em um ambiente político tão polarizado, como o que se instaurou após o golpe de 2016, alguns veículos de comunicação optaram por ser abertamente transparentes sobre seus vieses ideológicos, enquanto outros tentaram manter uma fachada de imparcialidade. Essa dicotomia trouxe à tona a necessidade de mecanismos que comprovassem a “veracidade” das informações veiculadas, visando restaurar a confiança do público na mídia, que estava abalada.

Nesse cenário, o desafio das agências de checagem é não apenas combater a desinformação, mas também lidar com a própria percepção de imparcialidade, frequentemente questionada pela polarização crescente e pelo alinhamento político dos meios de comunicação.

Assim, o *fact-checking* se transforma em um campo de batalha onde a credibilidade da mídia é constantemente testada, refletindo as tensões entre objetividade e parcialidade que permeiam o jornalismo contemporâneo no Brasil.

1.2. Jornalismo, política e desinformação

Para falar sobre como as agências de checagem se estabeleceram no Brasil hoje, é preciso antes fazer um breve histórico da atuação do jornalismo de grande mídia a partir dos conflitos políticos que o país viveu desde 2010, e também de como a desinformação se relaciona com esse contexto.

Em um sistema democrático, o jornalismo representa um pilar essencial para a manutenção da transparência, da responsabilidade e do engajamento cívico. Segundo o jurista Celso Lafer, no artigo “A reconstrução dos direitos humanos: a contribuição de Hannah Arendt”, informação, democracia e direitos humanos estão intimamente ligados.

Sem o direito à informação, não se garante a sobrevivência da verdade factual — a verdade da política —, na qual se baseia a interação e o juízo político, abrindo-se uma margem incontrolada para a mentira e os segredos conservados pelos governantes nas *arcana imperii* [segredos de estado]. Tanto as mentiras quanto os segredos corrompem o espaço público. A transparência do público através de uma informação honesta e precisa é, portanto, condição para o juízo e a ação numa autêntica comunidade política (Manual da Credibilidade, 2024b).

Acreditava-se que a garantia desses direitos fortaleceria a liberdade de expressão e o acesso à informação, criando um ambiente propício ao florescimento do debate público. Para que isso se concretizasse, o jornalismo deveria atuar como um fiscalizador do governo, promovendo a transparência e assegurando a responsabilização das autoridades eleitorais. Além disso, deveria criar um espaço rico em informações de qualidade, capaz de fomentar um diálogo saudável entre as diversas vertentes políticas e sociais. Nesse contexto, o jornalismo não deveria se posicionar como o único detentor da informação, mas sim abrir espaço para diferentes vozes e perspectivas, democratizando o debate e permitindo que outros contrapontos também fossem ouvidos.

Essa dinâmica não só enriqueceria a discussão democrática, mas também fortaleceria a confiança da sociedade nas instituições. Entretanto, mesmo que o jornalismo ainda mantenha seu *status* profissional por meio de veículos que lutam para manter a qualidade da produção jornalística, “a ascensão das chamadas *fake news* minou ambas as funções e comprometeu o

desempenho da democracia liberal tanto em sua dimensão autorizativa quanto em sua dimensão deliberativa” (Miguel, 2019, p.47).

Como sabemos, o auge da disseminação de *fake news* começa quando o ambiente informacional muda. Mas mesmo antes da chegada da internet, a manipulação de informações já era uma prática recorrente, especialmente em contextos políticos. O historiador americano, Robert Darnton, professor emérito da Universidade de Harvard, explica que a manipulação e distorção de informações aparece em quase todos os períodos da história mundial.

Um exemplo citado por Darnton (2017) é o de Pietro Aretino, poeta e dramaturgo italiano. O escritor tentou manipular as eleições de 1522 em Roma, pregando poemas chamados de “pasquins” nas ruas da cidade. Essas produções tinham a intenção de caluniar todos os candidatos, exceto aqueles que compunham a dinastia dos Médicis. Os pasquins eram textos satíricos que foram utilizados para disseminar notícias falsas e não muito agradáveis de figuras públicas, e o poeta também os usava para chantagear políticos e personagens do império romano.

Já no século XVII, os pasquins deram lugar a produções mais populares: os *canards*. Essas produções eram similares a jornais impressos ilustrados que circulavam por Paris e disseminavam mentiras pela cidade francesa. Eles circularam durante os 200 anos posteriores a sua criação, mas foi no século XVIII que teve grande influência no panorama político francês (Darnton, 2017). No prelúdio da Revolução Francesa, boatos sobre Maria Antonieta, apresentando-a como promíscua e extravagante, alimentaram o ódio popular que culminou em sua execução em 1793.

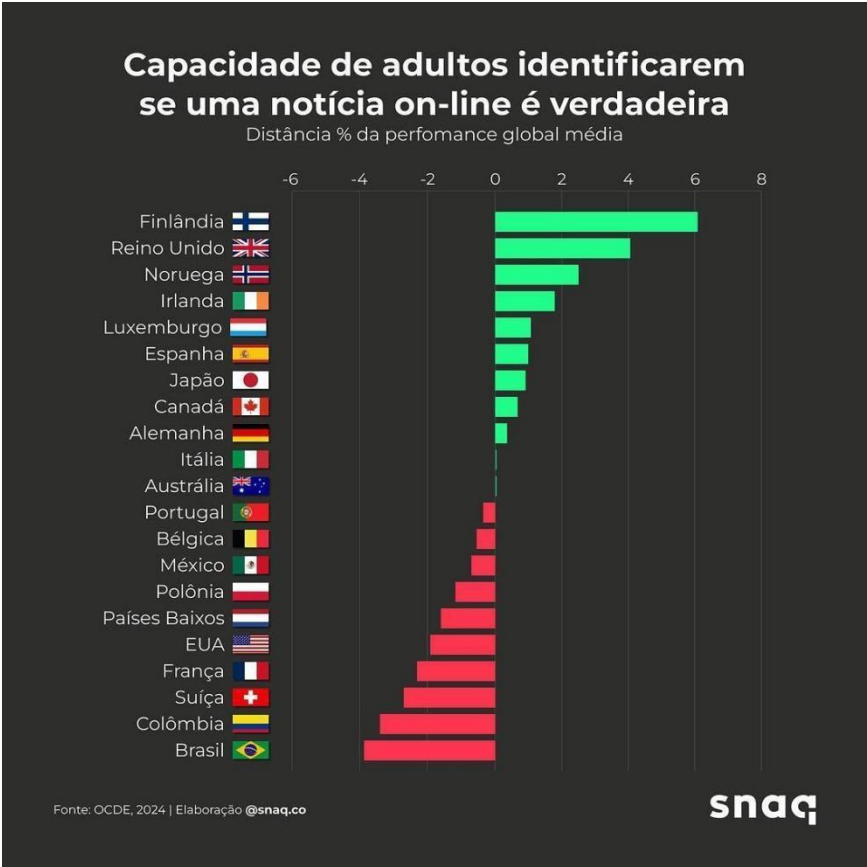
Segundo Robert Darnton, a tradição dos *canards* impulsionou a circulação de outros jornais. Foi em Londres no século XVIII que esses jornais alcançaram um público maior. Era comum que cronistas compartilhassem nesses jornais “fofocas” da sociedade britânica, que poderiam ser falsas ou meias-verdades. Esses exemplos mostram que a disseminação de desinformação, principalmente quando é impulsionada por um meio eficaz de comunicação, pode alterar nossa percepção da realidade e, unidas a um propósito político, podem convencer e influenciar nossas tomadas de decisões.

Nos últimos 10 anos, com o avanço da tecnologia e o aumento no uso de redes sociais on-line, a escala e o alcance da desinformação cresceram, o que fez com se tornasse difícil até mesmo distinguir o verdadeiro do falso. Segundo dados do Instituto Locomotiva, revelados pela Agência Brasil em 2024, oito em cada dez brasileiros, ou seja, 80% da população brasileira admite já ter acreditado em conteúdos falsos. Mesmo assim, dentre essas pessoas, 62% dizem

ser capazes de diferenciar informações falsas e verdadeiras. O estudo ainda revelou que em meio às notícias falsas que pareciam ser verdade, “64% era sobre venda de produtos, 63% diziam respeito a propostas em campanhas eleitorais, 62% tratavam, de políticas públicas, como vacinação, e 62% falavam de escândalos envolvendo políticos” (Mello, 2024).

No Brasil, a desinformação chega com mais força com a crescente polarização política que o país vive. Assim como na Roma, na França e em Londres, o Brasil é reflexo de uma dinâmica histórica de manipulação informacional. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) publicou, em junho de 2024, a pesquisa *Truth Quest*, que mede a capacidade de pessoas adultas identificarem um conteúdo falso on-line. A pesquisa foi feita em 21 países e 40.765 pessoas foram entrevistadas. A Finlândia teve o melhor desempenho geral quanto a porcentagem de acertos na análise do conteúdo (66%), enquanto o Brasil foi o país com o pior desempenho (54%) – como se vê na **Figura 1**.

Figura 1 - Gráfico que mostra a capacidade de pessoas adultas identificarem um conteúdo falso on-line



Fonte: OCDE, 2024 | Elaborado por: @snaq.co

A pesquisa também revelou que na América Latina, mais de 85% das pessoas consomem notícias pelas redes sociais on-line com frequência ou de tempos em tempos. Já em países da Europa e Japão, por exemplo, menos de 60% das pessoas são adeptas a esta prática. Ou seja, nos países em que as pessoas têm o costume de consumir notícias por outros meios de comunicação, a capacidade de identificarem um conteúdo falso é melhor.

Miguel (2019) argumenta que, no Brasil, a preocupação com as *fake news* aumentou juntamente com a intensificação da polarização política, que começou nas manifestações de 2013, passou pela disputa presidencial de 2014, pelo *impeachment* de 2016 e culminou na eleição de Jair Bolsonaro em 2018.

Durante esses períodos eleitorais, a desinformação se intensificou, com campanhas coordenadas visando deslegitimar os adversários e gerar desconfiança nos processos democráticos. Segundo Miguel (2019), as notícias falsas disseminadas on-line “fortalecem o sentimento de pertencimento a grupos políticos rivais e solapam a possibilidade de um diálogo abrangente” (Miguel, 2019, p.47). Para o autor, as *fake news* no Brasil possuem características próprias:

(a) o ceticismo quanto às fontes de conhecimento até então reconhecidas, como o jornalismo profissional, a ciência e a escola, próprio da condição que foi batizada como “pós-verdade” (ausência de qualquer critério fidedigno de validação da informação, levando a uma indeterminação perene); (b) a atração por teorias conspiratórias que fazem com que estas mesmas fontes de conhecimento apareçam não apenas como incertas, mas como participantes ativas de complôs para difundir e sedimentar inverdades (da qual o terraplanismo é um exemplo extremo e eloquente); e (c) o uso das novas tecnologias da informação e da comunicação como ferramentas incontroláveis para a geração de circuitos de difusão de verdades alternativas, que, graças aos fatores descritos em (a) e (b), tornam-se virtualmente invulneráveis a qualquer escrutínio crítico (Miguel, 2019, p.48).

Nesse contexto, pode-se inferir que a desinformação põe em risco tanto o sistema democrático quanto o jornalismo profissional. Miguel (2019) explica que o jornalismo é responsável por “empacotar e disponibilizar informações para um público de consumidores financiando-se seja por dotação estatal, seja pela venda de informações ao público e pela venda do público aos anunciantes” (Miguel, 2019, p. 48).

Como foi dito anteriormente, o jornalismo tradicionalmente associa a credibilidade ao seu valor de mercado, por isso a transparência das informações é tão importante. Para garantir essa “credibilidade”, o jornalismo se apoia em valores como o da imparcialidade, objetividade e neutralidade. Valores que são amplamente criticados e questionados, já que ao produzir

qualquer matéria jornalística, entende-se que a própria escolha das informações já indica certa parcialidade e uma neutralidade que não existe.

A partir disso, o autor explica que o novo contexto informacional muda completamente esses valores e o modo como o jornalismo é feito. A internet possibilita a circulação de informações gratuitas, muitas vezes desvinculadas da publicidade tradicional, que era fundamental para a sustentabilidade de veículos como rádio e TV. Com a crise de financiamento, o padrão jornalístico tende a diminuir por conta dos custos de produção. Além disso, um novo modelo de negócios, que prioriza conteúdo sensacionalista e de baixo custo em plataformas como Facebook e YouTube, cria um ambiente desafiador àqueles interessados em um jornalismo sério e, para que consiga se manter, “o jornalismo é colocado a serviço de interesses políticos ou comerciais, retrocedendo em sua profissionalização” (Miguel, 2019, p.49). É a partir daqui que o jornalismo começa a ser questionado e a perder a confiança que detinha do seu público.

Em suma, a relação entre jornalismo, desinformação e política no Brasil começa sendo complexa e preocupante. Com a crise de financiamento, o jornalismo enfrenta dificuldades em manter padrões de qualidade, e isso, aliado a um ambiente onde informações sensacionalistas se proliferam, compromete sua função de informar e educar o público. A falta de confiança nas fontes tradicionais de informação e a ascensão de teorias conspiratórias exacerbaram esse cenário, tornando a população mais suscetível a narrativas distorcidas.

É importante ressaltar que essa busca por outras formas de financiamento deve continuar, pois as funções do jornalismo precisam ser cumpridas por alguém. Informação e direitos humanos estão intimamente ligados, e sem uma comunicação que possa oferecer um ambiente rico em informação de qualidade e um debate público saudável, a sociedade corre o risco de se tornar mais vulnerável à desinformação e à manipulação.

Para enfrentar esse desafio, as agências de checagem surgem na esperança de reconquistar aquilo que o jornalismo vem perdendo. Entretanto, quanto a atuação das agências de checagem, Miguel (2019) estabelece uma crítica:

Cumprir observar que, ao recorrer às agências especializadas em *fact-checking*, o jornalismo reduz sua própria pretensão à posição de guardião da veracidade factual e a transfere a terceiros. [...] Se o jornalismo profissional não desfruta mais da credibilidade que suas práticas conferiam, se uma parte do público acredita que ele participa de uma conspiração para ocultar a realidade, não há porque não julgar que as agências de *fact-checking* estão igualmente comprometidas (Miguel, 2019, p. 50).

O que o autor quer dizer aqui é que, ao delegar a verificação de fatos às agências de

checagem, o jornalismo pode enfraquecer sua própria função perante à sociedade. Isso ocorre porque, se a credibilidade do jornalismo já está abalada e há desconfiança por parte do público, as agências de checagem podem ser vistas como igualmente parciais ou comprometidas. Assim, a transferência dessa responsabilidade para terceiros não necessariamente restaura a confiança do público, mas pode, ao contrário, alimentar a percepção de que todas as instituições estão envolvidas em uma forma de manipulação.

Mas como a polarização política que o país vive se relaciona com a atuação das agências de checagem? Como mencionado neste capítulo, no Brasil, as agências de checagem surgem não apenas devido à perda de credibilidade do jornalismo em relação ao seu valor de mercado, mas também como consequência da desconfiança gerada pela divisão partidária que impactou até mesmo os grandes veículos de comunicação do país.

Segundo Miguel (2019), a história do *fact checking* no Brasil é marcada por uma reação ao elevado alinhamento partidário das grandes mídias, especialmente em relação ao antipetismo. De acordo com o autor, a cobertura midiática do *impeachment* de Dilma Rousseff em 2016 e da perseguição judicial a Lula até a sua prisão em 2018 exemplificam como a mídia *mainstream* colaborou com narrativas que sustentavam a legalidade de ações consideradas golpistas.

A grande mídia, em vez de questionar a imparcialidade, reforçou a ideia de um consenso democrático, enquanto vozes dissidentes, como Carta Capital e Brasil de Fato, permaneceram marginalizadas. Para ele, a mídia também foi uma das principais responsáveis por criar um ambiente favorável às *fake news*.

É por isso que o *fact-checking* aparece no Brasil, em primeiro lugar, não tanto como um antídoto às *fake news*, mas como um atestado da “objetividade” da imprensa profissional, em resposta à suspeita generalizada de que ela estava a serviço da agitação política da direita. Uma de suas funções primordiais seria testar a veracidade do discurso de políticos – o que sinaliza uma autocrítica involuntária a respeito do jornalismo declaratório que é o pão cotidiano do ofício (Miguel, 2019, p. 52).

Nesse ponto, Moura *et al.* (2022) vão dizer que se estabelece uma relação perigosa entre a atuação das agências, o combate às *fake news* e os ideais capitalistas. Para os autores, as agências de checagem estão mais preocupadas em seguir uma linha editorial que seja menos “neutra” que a dos veículos de comunicação tradicionais, porém com mais ênfase em relação à origem das fontes de informação e financiamento que possuem.

Isso significa que as agências acreditam que os métodos de checagem e os fatos atestados por eles são suficientes para construir uma verdade absoluta dos fatos. Sobre isso,

Miguel (2019) acrescenta que, ao tratar de construir uma história dessa forma, “a seleção de fatos e o enquadramento ficam invisibilizados e, portanto, imunes à crítica” (Miguel, 2019, p. 53). Ao observar a atuação das agências de checagens, tem-se que:

Por um lado, percebe-se que a checagem de fatos feita pelas agências é benéfica à sociedade, na medida em que busca evitar, de fato, a propagação de informações falsas. Por outro, porém, a atuação das agências é regida por lógicas e óticas mercadológicas que também influenciam a sociedade de uma maneira específica, nem sempre ligadas ao interesse das pessoas, e sim de instituições melhor consolidadas na indústria da comunicação. Segundo, Diniz (2017), não é possível garantir que a checagem de fatos, ainda que com rigorosa metodologia de apuração, independência e transparência; esteja totalmente livre de alinhamentos ideológicos, políticos ou mercadológicos (DINIZ, 2017) (Moura *et al.*, 2022, p. 10).

A partir dessas perspectivas, pode-se concluir que a prática de *fact-checking*, mesmo que seja feita por meio dos métodos do Jornalismo Guiado por Dados (JGD), ainda assim reflete uma verdade maleável que atende a interesses políticos e sociais. Assim como o jornalismo *mainstream* e os veículos de comunicação tradicionais, as agências de checagem também sofrem influências institucionais e mercadológicas. Porém, nada disso invalida o trabalho que as agências fazem, quando feito com ética e transparência, para a construção de informação de qualidade.

A checagem de fatos pode funcionar como um dispositivo para escrutinar as atividades das altas esferas de decisão e ensejar uma leitura crítica da mídia por si mesma e pelos cidadãos, utilizando-se das informações checadas e das metodologias empregadas para fortalecer o ideal democrático, na medida em que a transparência e o rigor técnico-metodológico, aliados ao compromisso precípua de informar com vistas ao interesse público, consubstanciam a espinha dorsal da atividade jornalística (Diniz *apud* Moura *et al.*, 2022, p. 11).

Ambas as perspectivas, de Miguel (2019) e Moura *et al.* (2022), reconhecem a relevância das agências de checagem na sociedade contemporânea, especialmente em um contexto onde a desinformação é uma ameaça crescente. No entanto, elas divergem em suas avaliações sobre a neutralidade e a eficácia dessas agências. A análise das duas perspectivas revela uma tensão intrínseca na atuação das agências de checagem de fatos. Por um lado, elas são vistas como agentes de responsabilidade e transparência, essenciais para o fortalecimento da democracia. Por outro, a crítica aponta para a necessidade de um olhar mais crítico sobre suas práticas e a influência de interesses externos, sugerindo que a luta contra a desinformação deve ser acompanhada de um questionamento constante sobre a natureza da verdade que se busca promover.

1.3. A checagem como fenômeno e suas variações

Toda essa discussão sobre o trabalho realizado nas agências de checagem e as críticas que a suscitaram, estão intimamente ligadas com o momento de ascensão da prática e do seu lugar de destaque no contexto político e social do mundo.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), com base nos estudos do diretor do *International Fact-Checking Network* (IFCN), Alexios Mantzarlis, enfatiza que a prática de checagem de fatos se tornou um fenômeno a partir de dois momentos importantes. O primeiro momento se deu após o *PolitiFact* ganhar o Prêmio Pulitzer, em 2009.

O Prêmio Pulitzer é uma das mais prestigiadas honrarias nos Estados Unidos, destinado a reconhecer excelência em jornalismo, literatura, música e drama. Criado por Joseph Pulitzer (pai de Ralph Pulitzer) em 1917, ele atua incentivando e premiando o jornalismo de alta qualidade, destacando reportagens e serviços públicos que oferecem contribuições significativas à sociedade. Ao longo dos anos, o prêmio se adaptou às mudanças na mídia, incluindo o reconhecimento de trabalhos on-line e multimídia, e é concedido anualmente pela Universidade de Columbia, com base nas recomendações de um conselho independente (Pulitzer, 2024).

A atribuição do prêmio ao *PolitiFact*¹⁷, um site de checagem de fatos que avalia a precisão das declarações feitas por autoridades em seu “Medidor de Verdade”, foi importante, porque “deixou muito claro para o público o que era a verificação de fatos políticos – e esclareceu o papel do instrumento como uma ferramenta jornalística” (Unesco, 2019, p. 89).

A Unesco acrescenta que críticos inferem que o “Medidor de Verdade” trouxe certa subjetividade à checagem, já que classifica as informações em seis tipos: verdadeira; majoritariamente verdadeira; parcialmente verdadeira; majoritariamente falsa; falsa; e “calças pegando fogo”, quando a declaração é tão falsa, que se torna ridícula (Prado *et al.*, 2018, p. 5).

A crítica central se baseia no fato de que a checagem de fatos busca se reafirmar como objetiva e transparente, fundamentada em evidências e métodos científicos. Por isso, surge o questionamento: será que essa objetividade realmente existe, mesmo quando se tenta abster de qualquer opinião sobre o fato? Não seria a classificação “calças pegando fogo” um reflexo, em certa medida, de uma avaliação subjetiva? No entanto, é importante considerar que essa subjetividade pode, na verdade, ser útil na criação de novos formatos de comunicação, em que

¹⁷ Para saber mais, acessar: <https://www.politifact.com/>

as pessoas entendam de forma mais clara o real significado de um fato, tornando-o mais acessível e relevante para o público. Não é à toa que o prêmio foi concedido com a justificativa que o mecanismo do *PolitiFact* trouxe “uma camada de estrutura e clareza às verificações de fatos” (Unesco, 2019, p. 89).

Já o segundo momento, aconteceu após a explosão das chamadas *fake news*, em 2016. Nesse contexto, a checagem de fatos se adapta e passa também a desmistificar as mentiras virais contadas, principalmente, através das redes sociais on-line. Este tipo de checagem chamada “*debunking*”, “desmistificação” ou “desmascaramento”, refere-se ao processo de expor falsidades ou de medir o grau de veracidade de um conteúdo (Prado *et al.*, 2018, p. 3), que não necessariamente foi fabricado por fontes que tenham algum tipo de destaque na sociedade (ou seja, a maioria dos conteúdos vem de fontes anônimas), e que se tornou relevante socialmente.

Os autores Anneli Kimber Lindwall e James Pamment, estudiosos da Universidade de Lund, na Suécia, publicaram um estudo, em 2021, que compara o *fact-checking* com a prática de *debunking*. O objetivo geral de ambos os tipos de verificação é minimizar os impactos da desinformação. Entretanto, mesmo que haja similaridades entre a desmistificação e a checagem de fatos, principalmente, em relação aos métodos de trabalho que incluem a catalogação de informações falsas e a exposição dos fatos, ainda sim, existem algumas diferenças a serem observadas.

Segundo os autores, “a desmistificação frequentemente não é imparcial” (Lindwall *et al.*, 2021, p. 6). Isso significa que o *debunking* pode ser utilizado para destacar um determinado ponto de vista ou lado da história, enquanto a checagem de fatos busca, em sua essência, manter uma aparente imparcialidade. No entanto, embora o *debunking* de fato privilegie o que se deseja enfatizar, o que se observa na prática é que ele deixa suas intenções mais evidentes, ao passo que o *fact-checking* muitas vezes tenta transmitir a ideia de que não está priorizando nenhum aspecto específico. Na verdade, o que acontece na checagem de fatos é que o enunciador se retira do texto.

No segundo capítulo desta pesquisa, veremos as características da linguagem e do discurso adotados pela checagem de fatos, que, na maior parte de seu conteúdo, não necessariamente se abstém de seu posicionamento, mas transfere a validação daquilo que publica para o outro. A realidade é que não existe prática jornalística completamente imparcial, e talvez não devesse existir. O jornalismo, ao tentar ser “neutro”, acaba, muitas vezes, mascarando suas próprias escolhas editoriais, enquanto práticas como o *debunking* podem oferecer a clareza necessária para entender o contexto em que se inserem.

Os autores também vão falar que a “desmistificação é direcionada a um ator ou tópico específico” (Lindwall *et al.*, 2021, p. 6). Isso quer dizer que a prática começa com uma decisão ‘de que’ ou ‘de quem’ determinada informação deve ser desmistificada. Essa decisão baseia-se em uma avaliação geral da intenção ou comportamento que está por trás da informação. Ou seja, deixa de ser uma checagem de fatos ampla, e passa a ser uma verificação de uma história construída especificamente com um objetivo. Além disso, também vão dizer que a “desmistificação é estratégica” (Lindwall *et al.*, 2021, p. 6). Aqui a prática foca em resolver um problema para reduzir danos, e as iniciativas ignoram desinformações que são improváveis de ter um alto impacto na sociedade. Então, nesse ponto, diferente da checagem de fatos, nem toda desinformação terá um “peso” para a desmistificação.

Atualmente as agências de checagem ainda trabalham diretamente e diariamente com o *fact checking*, mas, mais fortemente com o debunking (LELO, 2021), principalmente devido ao volume de desinformação que circula nas plataformas digitais e devido às parcerias que adotaram com tais plataformas (Nóbrega, 2021, p. 91).

Em resumo, de acordo com Mantzarlis (2017)¹⁸, em tradução pela Unesco (2019), a prática se divide em três principais variações: *fact-checking* (checagem de fatos), *debunking* (desmascaramento) e *verification* (verificação). Veja na figura a seguir.

Figura 2 - Diagrama que relaciona checagem de fatos, desmascaramento e verificação



Fonte: Unesco, 2019, p. 90

¹⁸ MANTZARLIS, Alexios. **In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C.** Poynter, 2017. Disponível em: www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc

A checagem de fatos, o desmascaramento e a verificação estão intimamente relacionados, mas não são a mesma coisa. Enquanto o *fact-checking* e a verificação compartilham algumas semelhanças, eles se diferenciam em suas abordagens, métodos e resultados. O desmascaramento, por sua vez, surge da convergência desses dois tipos de prática, mas com características próprias. De acordo com Lindwall *et al.* (2021), o desmascaramento é focado em um objeto específico e visa expor algo, destacando o que é relevante em um determinado contexto. Por exemplo, ao desmentir uma *fake news* sobre um evento específico, você não apenas corrige o erro factual. A forma como você apresenta essa correção – destacando certos fatos, omitindo outros ou reorganizando a sequência de eventos – pode influenciar a percepção do público sobre o que realmente aconteceu. O *debunking* escolhe o que é relevante dentro do contexto da desinformação, o que deve ser enfatizado e o que é descartado, e isso cria uma nova versão da realidade. O "efeito de real" aqui não surge do fato de que algo é objetivamente verdadeiro, mas do modo como a verdade é apresentada, e como essa apresentação se alinha com o que o público considera ser uma narrativa plausível, com base em acordos culturais e sociais.

No caso do *Golpeflix*, essa variação da checagem de fatos se torna mais evidente, pois trata-se de um produto que reúne diversas checagens, desenvolvendo uma narrativa própria sobre um acontecimento específico, com um posicionamento pré-estabelecido e favorecendo claramente um lado da história. Assim, consideramos que o *Golpeflix* surge como uma manifestação do *debunking*, ou desmascaramento, pois combina a prática da checagem com a intenção explícita de revelar e desmentir ao construir uma trama dos acontecimentos. É importante destacar que, devido a esse caráter focado e a escolha de privilegiar um lado da história, o catálogo do *Golpeflix* carrega um grau de subjetividade que será mais profundamente discutido à frente, nos capítulos sobre narrativa e serialidade. Esse grau de subjetividade é intrínseco à forma como o *Golpeflix* constrói e apresenta os fatos, pois, ao criar uma sequência de eventos com um fim claro e um ponto de vista específico, ele molda a percepção do público de uma maneira que vai além da simples apresentação de informações verificadas.

CAPÍTULO 02 – O DESMASCARAMENTO NO *GOLPEFLIX*: CHECAGEM, NARRATIVA, SERIALIDADE E *STORYTELLING*

No primeiro capítulo, destacamos que o *Golpeflix* não é, propriamente, um produto da checagem de fatos, mas sim um derivado desse processo, que se assemelha mais especificamente ao *debunking*, ou seja, o desmascaramento, apresentando características próprias. Neste segundo capítulo, exploraremos como o *Golpeflix* incorpora elementos da linguagem da checagem de fatos, o que o aproxima dessa prática, mas também identificaremos suas distinções. O *Golpeflix* deixa de ser um produto exclusivo do *fact-checking* quando, ao desmascarar, se constrói por meio de outros três elementos fundamentais: a elaboração de uma narrativa própria, o encadeamento e serialidade dos eventos que relata, e as técnicas de contação de histórias do *storytelling* que emprega. Essa combinação estratégica pode gerar diferentes interpretações por parte do público. Embora não possamos, neste estudo, avaliar o reconhecimento do público sobre essas estratégias ou medir a eficácia do catálogo em desmentir os eventos que culminaram no 8 de janeiro, nosso objetivo é analisar como diversas técnicas de comunicação são empregadas na construção dessa narrativa.

2.1. O que o *Golpeflix* incorpora da checagem de fatos?

Para entender como o *Golpeflix* incorpora elementos do *fact-checking*, é fundamental analisar como o discurso da checagem de fatos é construído pela agência *Aos Fatos*, examinando a linguagem que ela emprega em suas publicações. Para isso, optamos por considerar as conclusões de um estudo realizado por Victor Gabry, que compara duas agências de checagem distintas: a *Aos Fatos* e a *Fato ou Fake* (do Portal G1). A escolha por esse estudo se justifica pelo fato de o autor investigar a influência dos códigos de princípios do *International Fact-Checking Network* (IFCN) na prática da checagem jornalística. Gabry (2022) compara as formas de linguagem das duas agências, levando em conta que uma delas é signatária do código de princípios da IFCN, enquanto a outra não segue essas diretrizes. Dessa forma, o estudo permite uma análise sobre como a adesão ou não a esses princípios impacta as práticas de checagem e a construção do discurso jornalístico nas duas agências.

O autor analisa a prática do *fact-checking* como um “ato de linguagem de invalidação do sujeito checado, isto é, um apontamento de que o discurso veiculado por determinado indivíduo é ou pode ser falso” (Gabry, 2022, p. 2). Segundo o autor, que se baseia nos estudos

de Greimas (2014), este ato não necessariamente deseja dizer se algo é verdadeiro ou falso, mas realiza uma construção da realidade através de estratégias, chamadas de camuflagem objetivante e camuflagem subjetivante.

A primeira é descrita como análoga ao discurso científico, quando esconde no enunciado o enunciador, enquanto a segunda esconde o enunciador no enunciado, tendo por exemplo as parábolas cristãs ou, em outras palavras, um saber que para ser verdadeiro, deve parecer secreto (GREIMAS, 2014, p. 213) (Gabry, 2022, p. 3).

Para Gabry (2022), a prática da checagem de fatos se utiliza da estratégia de camuflagem objetivante. Dessa forma, ao ocultar o enunciador, as agências se validam quando suas publicações são validadas por um "outro". O autor sugere que esse "outro" pode ser a própria instituição reguladora, a IFCN. No entanto, ao final do estudo, com as conclusões tiradas por Gabry (2022), vemos que também é possível argumentar que essa validação é esperada, em grande parte, pelos próprios leitores. Com as ferramentas que a *Aos Fatos* disponibiliza para que os usuários possam verificar as informações publicadas, por exemplo, a agência, de certa forma, também espera que seus leitores validem o conteúdo, estabelecendo uma relação de confiança mútua.

Toda a análise é construída com base na comparação de checagens feitas pela *Aos Fatos* e pela *Fato ou Fake* sobre assuntos que surgiram durante as eleições presidenciais de 2018. O intuito é comparar essas checagens observando a presença ou não dos códigos de princípios da IFCN, que são: 1. Tratamento igualitário entre os variados pontos de vista; 2. Dar mecanismos e ferramentas para que o leitor possa refazer os passos da checagem; 3. Ser totalmente transparente quanto às fontes de financiamento; 4. Ser totalmente transparente quanto a metodologia utilizada; e 5. Evidenciar as possíveis edições feitas nas publicações (Gabry, 2022, p. 4 e 5).

A partir desta análise, o estudo conclui que a agência *Aos Fatos* facilita tecnicamente a comprovação das publicações ao oferecer *hyperlinks* para páginas externas; demonstra preocupação quanto ao impacto e alcance dos conteúdos falsos verificados, oferecendo contextualização do acontecimento ao leitor; reforça a autonomia do leitor em verificar como a checagem foi realizada; e apresenta características que apontam para uma valorização da função didática do jornalismo e do autodidatismo. Ao final, o autor ressalta que a atuação da instituição reguladora em relação à agência de checagem signatária é, sem dúvida, um fator crucial para determinar a forma como essa checagem é conduzida.

Observando as características levantadas pelo estudo de Gabry (2022) e comparando-as com o que Greimas (2014) fala em seu livro “Sobre o Sentido II - Ensaio Semióticos”, é

possível estabelecer que a linguagem da checagem constrói uma concepção da realidade através da verossimilhança dos acontecimentos, estabelece um contrato social e de veridicção com seus leitores e se utiliza da estratégia de camuflagem objetivante para validar seu discurso.

O *Golpeflix*, por sua vez, incorpora essas características da linguagem da checagem de fatos em sua construção. Ao recriar a cronologia dos acontecimentos que culminaram no 8 de janeiro de 2023, o catálogo cria uma concepção da realidade a partir da reunião de diversos conteúdos que mostram fatos de um período histórico brasileiro.

De acordo com Greimas (2014), o critério de verossimilhança é aplicado principalmente a discursos figurativos e descritivos, ou seja, aqueles que narram acontecimentos ou situações de maneira mais direta e concreta. Além disso, a verossimilhança não se aplica a discursos abstratos ou normativos (como os filosóficos e jurídicos) e “sua aplicação não se restringe aos discursos literários (considerados obras de ficção), mas abrange qualquer discurso narrativo (“que história absurda!”, é o que se ouve nas conversas do dia a dia)” (Greimas, 2014, p. 116).

Segundo o autor, a verossimilhança está relacionada a uma “filosofia da linguagem”, implicando uma relação entre o discurso e a realidade, sendo um critério de avaliação sobre a credibilidade do discurso. Ela não é universal, pois sua aplicação pode mudar com base em diferentes tradições culturais, ou seja, o que é considerado verossímil varia conforme o contexto histórico, geográfico e social.

Portanto, a verossimilhança refere-se à capacidade de um discurso se alinhar com uma concepção culturalmente aceita de realidade, sendo um julgamento sujeito à interpretação e aos acordos implícitos entre o enunciador e o receptor do discurso.

Sobre esses acordos, a partir do que Greimas (2014) escreve, pode-se concluir que existe um contrato social e um contrato de veridicção, que regem a forma como a sociedade se comunica e percebe verdade nos discursos. O contrato social determina um acordo sobre as regras de interação e comunicação em uma sociedade. Ele não se limita às regras jurídicas e políticas, mas também às convenções linguísticas e culturais que moldam o discurso e como ele vai ser interpretado. O contrato de veridicção, por outro lado, é mais específico ao determinar um acordo sobre o que se constitui “verdade” em um discurso. Ambos os contratos podem mudar ao longo do tempo e de acordo com as mudanças que a sociedade sofre.

Um bom exemplo é o contexto de compartilhamento de informações que vivemos hoje. Com a multiplicação de discursos e a crescente desconfiança nas instituições, surge uma “crise de veridicção”, que dificulta a interpretação do que é verdadeiro ou falso. Por isso, o que antes era uma busca incessante pela verdade, se torna uma busca por uma construção da verdade, que

gera diferentes efeitos de sentido a partir dos critérios de verossimilhança, sem que haja uma definição específica do que é essa tal “verdade”.

Entende-se, portanto, que *Aos Fatos*, por meio do *Golpeflix*, estabelece esses “contratos de comunicação implícitos” com seu público. Mas, além disso, percebe-se um esforço em mantê-los. Ao proporcionar não apenas informações detalhadas sobre a origem das imagens, áudios e vídeos, mas também oferecer acesso completo ao seu acervo, a agência permite que os telespectadores refaçam por si mesmos a narrativa construída no *Golpeflix*, reforçando e validando esses acordos tácitos. Dessa forma, a agência não apenas transmite informações, mas também promove uma interação ativa com seu público, incentivando uma reflexão crítica e o questionamento das verdades construídas, sempre dentro dos parâmetros desses contratos.

Como já foi mencionado pelo estudo de Gabry (2022), a camuflagem objetivante é uma estratégia linguística bastante presente na checagem de fatos. O *Golpeflix* não se diferencia neste ponto. Na maior parte do catálogo, as mídias catalogadas pela *Aos Fatos* falam por si só e guiam a narrativa sem necessariamente se apoiarem em um enunciador. Mas não posso deixar de considerar que o *Golpeflix* em si também explora uma camuflagem subjetivante para construir seu discurso.

Segundo Greimas (2014), a camuflagem subjetivante pode ser entendida como uma maneira de construir um discurso, onde os significados não são diretos ou explícitos; ao contrário, eles são envoltos em complexidade para criar a impressão de que há algo mais profundo, algo a ser “decifrado”. Esse tipo de construção funciona como uma forma de sedução intelectual, no sentido de que o discurso não é imediatamente acessível, o que faz com que o ouvinte ou leitor sinta a necessidade de buscar um entendimento mais profundo, talvez em busca de um “segredo” ou uma verdade escondida.

Em alguns trechos do *Golpeflix*, essa estratégia discursiva subjetiva aparece com mais frequência. No Capítulo 1, por exemplo, lemos a frase: “*Aos Fatos* mostra as mentiras que os golpistas contaram. (E registra o outro lado desta história ao final deste especial.)”. A primeira frase se afasta da camuflagem objetivante ao colocar o enunciador no próprio enunciado. Ela tem uma força acusatória e polariza a situação em termos de “verdadeiros” e “mentirosos”, sem detalhar ou explicar concretamente (até então) o que são essas “mentiras” ou quem exatamente são os “golpistas”. O uso de termos fortes como “mentiras” e “golpistas” já carrega uma carga emocional, sugerindo que a narrativa está sendo construída a partir de uma perspectiva binária de certo e errado.

Já na segunda frase, o discurso é reforçado com a promessa de uma “revelação”, algo que será “mostrado” ao público, o que dá a impressão de que há uma verdade oculta a ser descoberta, mas, novamente, sem apresentar evidência (até então) de como esse “outro lado” será abordado. O uso da palavra “revela” sugere que o público está prestes a acessar uma perspectiva privilegiada ou uma verdade secreta, o que mantém a audiência interessada e em busca dessa revelação.

Essa estratégia utiliza uma narrativa aparentemente objetiva (referindo-se aos “fatos” e à “verdade”), mas ao mesmo tempo cria uma aura de mistério e apelação emocional. Ela apela à necessidade de confirmação de crenças (no caso, a ideia de que há uma “mentira” a ser desmascarada) e também instiga curiosidade sobre o que será “revelado”.

Em resumo, a frase em questão utiliza um discurso subjetivo que pode ser interpretado de várias maneiras, e sugere que uma verdade profunda está prestes a ser exposta, o que é uma característica da *camuflagem subjetivante* que mencionamos antes. O uso dessas estratégias é comum em narrativas que buscam estabelecer uma relação mais próxima com seu leitor.

É a partir da combinação dessas duas estratégias linguísticas distintas que o *Golpeflix* constrói e adota uma abordagem voltada à construção da verossimilhança em sua narrativa. Essa abordagem se concretiza por meio de uma construção narrativa que integra características próprias, as quais serão analisadas e detalhadas nos próximos tópicos.

2.2. Narrativa, narração e narratividade

Nos estudos de Luiz Gonzaga Motta sobre jornalismo e a configuração da narrativa do presente, o autor busca investigar se o jornalismo objetivo e factual, caracterizado pelas *hard news*, pode ser considerado uma forma de narrativa. E, caso afirmativo, como ele constrói significados a partir dessas narrativas. Para compreender o raciocínio desenvolvido por Motta (2004b), é necessário, primeiramente, entender os conceitos de narrativa, narração e narratividade.

Em sua produção, Motta (2004b) coloca em evidência diversas perspectivas de diferentes autores que distinguem sobre o que é ou não uma expressão narrativa. Ele inicia suas reflexões adotando a afirmação de Bal (2001), segundo a qual um texto narrativo é uma narração, ou seja, uma história contada por meio da linguagem, que se transforma em significados. A partir dessa definição, Motta (2004b) questiona o que, de fato, seria a narração.

Para ele, com base nas conclusões de Reis e Lopes (1988)¹⁹, a narração “é o procedimento representativo dominado pelo relato de eventos que configuram o desenvolvimento de uma ação temporal (cronológica) que estimula a imaginação (a diegese da história)” (Motta, 2004b, p. 3). Ainda discorre sobre como a narração se diferencia do processo de “descrição”, que está mais relacionada à uma atividade representativa que se excede em informações descritivas da realidade, tentando alcançar o nível mais próximo da verossimilhança possível, além de privilegiar um momento ‘estático’, suspenso no tempo.

A partir dessa primeira questão levantada, o autor segue sua análise questionando, então, o que seria o ato de narrar. Ao revisitar os estudos de Alvarez (2000)²⁰, Motta conclui que o ato de narrar é o processo de relatar fatos, que ocorreram ao longo do tempo, de maneira verossímil (Motta, 2004b). Por fim, o autor destaca que, na teoria literária, essa característica da narrativa é chamada de narratividade, mas sugere que a compreensão do conceito não se resume apenas a isso.

A partir dos estudos de Reis e Lopes (1988), citados por Motta (2004b), a narratividade é definida como uma característica das narrativas, que envolve a transformação de uma situação contínua em algo descontínuo. Isso significa que, ao longo de uma história, ocorrem mudanças e rupturas essenciais para gerar os efeitos de sentido — ou seja, para conferir significado à narrativa. Essas transformações movimentam a trama, criando novos momentos e situações que, por sua vez, fazem com que a história se desenvolva e ganhe um novo significado.

Essas mudanças são expressas no discurso, ou seja, na forma como a história é contada, o que influencia diretamente a maneira como o público compreende os acontecimentos. Por essas razões, a narratividade não se limita à literatura, podendo ser encontrada em todas as formas de narrativa, incluindo aquelas não literárias e até não verbais. Para Reis e Lopes (1988), a narratividade está profundamente conectada à estrutura do texto e envolve aspectos sociais, psicológicos e pragmáticos que afetam tanto a criação quanto a recepção da narrativa. Ou seja, a narratividade se configura não apenas na estrutura interna do texto, mas também nas relações que são estabelecidas no processo de compreensão do leitor (Reis e Lopes *apud* Motta, 2004b, p. 5).

Motta (2004b) também leva em consideração as reflexões de Paul Ricoeur sobre a relação entre tempo e narrativa. A visão de Ricoeur (1994)²¹, citada por Motta (2004b), enfatiza

¹⁹ REIS, Carlos. LOPES, Ana Cristina M. **Dicionário de teoria da narrativa**. São Paulo: Ática, 1988.

²⁰ ALVAREZ, Mirian. **Tipos de escrito I: narración y descripción**. Madrid: Arco Libros, 2000.

²¹ RICOEUR, Paul. **Tempo e narrativa**. Tomo I. São Paulo: Papirus, 1994.

que o significado pleno de uma narrativa só é alcançado quando ela se relaciona com a experiência temporal humana. Para Ricoeur, a narrativa não é apenas uma sequência de eventos, mas uma forma de reconfigurar o tempo de maneira humana, por meio de uma experiência vivida e interpretada pelo leitor.

Por último, Motta (2004b) formula uma conclusão sobre a pergunta feita no início, aquela que questiona se o jornalismo poderia ser considerado narrativa ou não. Assim, ele afirma:

A força narrativa dos enunciados jornalísticos estaria menos nas qualidades narrativas intrínsecas do texto das notícias e reportagens ou no confronto entre o estilo descritivo e o narrativo, mas principalmente no entendimento da comunicação jornalística como uma forma contemporânea de domar o tempo, de mediar a relação entre um mundo temporal e ético (ou intratemporal) pré-figurado e um mundo refigurado pelo ato de leitura. Uma trilha que põe a narrativa no campo dos atos de fala e das relações pragmáticas (Motta, 2004b, p. 11).

Ou seja, o jornalismo pode, sim, ser analisado como uma narrativa, pois, ao relatar fatos e interpretar os eventos do mundo, ele cria uma história que conecta o presente (o tempo em que os acontecimentos ocorreram) com o tempo em que o leitor está vivendo, o que ajuda a moldar o entendimento que temos desse mundo temporal. Ele "domina o tempo" quando seleciona e organiza informações de uma determinada forma, o que também influencia como as pessoas verão aquele fato.

O que o jornalismo faz é pegar aquilo que é imediato e transformá-lo em algo mais compreensível e reflexivo, situado em seus devidos contextos. Se toda narrativa se relaciona com a experiência temporal humana, então o jornalismo é exatamente uma narrativa, pois realiza essa mediação entre informação e público, além de influenciar diretamente a forma como as pessoas percebem o fluxo dos acontecimentos e sua relevância no cotidiano.

Essa perspectiva nos ajuda a olhar para o *Golpeflix* entendendo que, sendo uma produção jornalística, o catálogo pode, também, ser examinado como uma narrativa. Ao realizar o recorte de momentos específicos posteriores às eleições de 2022 e reorganizá-los em uma cronologia própria, ele exerce uma ação de “domar o tempo”, como indicado por Motta (2004b), e reconfigura a realidade de forma a criar um determinado sentido, muitas vezes voltado para desconstrução da desinformação.

A desinformação, nesse contexto, não se configura como uma representação integral dos eventos que levaram ao dia 8 de janeiro, mas como um recorte específico. Esse recorte poderia, por exemplo, ser feito a partir da ótica da atuação dos órgãos de segurança e do governo do Distrito Federal, cujas responsabilidades também foram cruciais para os acontecimentos que

culminaram nos ataques. Ou seja, a narrativa do *Golpeflix* não pretende abranger toda a cronologia dos eventos, mas escolhe e reorganiza elementos de forma estratégica, com o intuito de reforçar um ponto de vista específico, moldando a percepção do público sobre os fatos com um determinado ritmo de narração.

Esse “ritmo de narração” é fortemente influenciado pelas estratégias adotadas por uma narrativa para construir sua história. Como já discutido no tópico anterior, o *Golpeflix* também pode utilizar estratégias linguísticas objetivantes e subjetivantes em sua composição. Motta (2008) afirma que toda narrativa é construída a partir de conhecimentos objetivos (aqueles que não dependem da perspectiva do sujeito que os detém, como as ciências físicas e químicas) e subjetivos (emoções, valores, crenças, que são internos ao sujeito). Isso se aplica também às narrativas midiáticas, que podem ser fáticas (notícias, reportagens, etc.), fictícias (filmes, séries, etc.) ou até mesmo híbridas, quando "exploram o fático para causar o efeito de real (a objetividade) e o fictício para gerar efeitos emocionais (subjetividades)" (Motta, 2008, p. 2).

No caso de uma narrativa jornalística híbrida, ela se caracteriza exatamente por se afastar - não totalmente - do jornalismo tradicional, quando adquire maior dramaticidade ao reproduzir os acontecimentos, com o objetivo de aproximar e envolver o telespectador, causando, assim, determinados efeitos de sentido.

Os discursos narrativos midiáticos se constroem através de estratégias comunicativas (atitudes organizadoras do discurso) e recorrem à operações e opções (modos) linguísticos e extralinguísticos para realizar certas intenções e objetivos. A organização narrativa do discurso midiático, ainda que espontânea e intuitiva, não é aleatória, portanto. Realiza-se em contextos pragmáticos e políticos e produzem certos efeitos (consciente ou inconscientemente desejados) (Motta, 2008, p. 2).

Quando compreendemos que a comunicação narrativa midiática é estratégica, ou seja, que ela se organiza com um objetivo específico e utiliza diversos recursos para moldar a interpretação do seu discurso, também entendemos que a comunicação vai além de simplesmente representar a realidade. Ela exerce, de fato, uma função sociocultural, influenciando percepções, atitudes e comportamentos dentro de um determinado contexto social.

A partir da concepção de narrativa, narração e narratividade, assim como de suas características, e da inferência de como o discurso jornalístico se encaixa nessas características, em outra publicação, Motta (2008) se propõe a construir passos para a observação de uma narrativa jornalística. Esses passos, acreditamos, são fundamentais para identificarmos aspectos

em que o *Golpeflix* se relaciona e, assim, compreender como ele pode ser interpretado como uma narrativa jornalística, o que nos auxilia a entender melhor o objeto em questão.

O autor sugere que ao olharmos para uma narrativa jornalística que pressupõe reconstruir fatos reais, o primeiro passo é enxergar a temporalidade da história e como esse tempo é organizado. Além disso, os relatos do objeto analisado devem ser sobre um mesmo tema ou assunto, que estejam reunidos por intervalos de tempo (dias, semanas, meses ou anos) e que tenham uma sequencialidade, uma serialidade da trama construída. Por ser organizado em capítulos, que remontam os acontecimentos de um determinado período de tempo, e que conversam sobre o mesmo tema, o *Golpeflix* se encaixa nessas características.

Para a observação, o autor sugere uma metodologia mais subjetiva, que não pretende estudar a composição ou estrutura da narrativa como objetos fechados, nem tampouco independentes das suas condições de produção e comunicação. Para ele, “as narrativas são formas de relações que se estabelecem por causa da cultura, da convivência entre seres vivos com interesses, desejos, vontades e sob os constrangimentos e as condições sociais de hierarquia e de poder” (Motta, 2008, p. 3), e, por isso, não podem ser analisadas de forma isolada, caso contrário, essas perdem seu próprio sentido.

Esta análise da narrativa aborda três dimensões interligadas: pragmática, cognitiva e simbólica (Motta, 2004a). Segundo Motta (2004a), a pragmática na comunicação busca compreender como os sujeitos de um discurso (os interlocutores) se relacionam entre si, permitindo analisar o contexto comunicativo em que estão inseridos e as intenções por trás da comunicação estabelecida. Assim como Greimas (2014) sugere, há em um texto jornalístico, um contrato comunicativo que confere estabilidade à comunicação jornalística, na medida em que o leitor está predisposto a acreditar no que lê. Esse contrato pressupõe que o leitor interpretará as notícias de uma maneira específica. No entanto, isso só ocorrerá de forma geral, se assumirmos que as notícias ou reportagens não geram interpretações cognitivas e simbólicas, que surgem da subjetividade presente nos processos de linguagem.

Como vimos anteriormente, toda narrativa envolve aspectos sociais e psicológicos, o que confere uma natureza expressiva e emocional às narrativas. Sendo o jornalismo uma narrativa que transmite informações de caráter interpretativo, ele está sujeito a processos linguísticos e extralinguísticos subjetivos e intersubjetivos, o que pode levar o leitor a interpretar o texto de forma distinta daquela desejada pelo jornalista. O texto jornalístico oferece diretrizes para a interpretação, mas cabe ao leitor seguir ou não essas orientações. “É do delicado equilíbrio entre o que o jornalista pretende como sentido (sua intenção) em sua notícia

ou reportagem e o que o seu receptor confirma (ou não) que as significações se realizam.” (Motta, 2004a, p. 119).

O autor acrescenta que, para essa análise, devemos abordar as narrativas como jogos de linguagem. Em sua obra, “Jogos de linguagem e efeitos de sentido na comunicação jornalística”, Motta (2004a) diz que todo processo comunicativo é permeado de jogos de “co-criação de sentidos” em que o emissor e o receptor colaboram para a construção do significado. Esses efeitos de sentido não derivam apenas das palavras escritas no texto, mas também de toda a estética e conteúdo subentendido na comunicação.

Para ele, a simples “descrição das coisas existentes no mundo e a transmissão de informações não são as únicas funções da linguagem” (Motta, 2004a, p. 123). A linguagem é um ato histórico e social da fala, é uma atividade criativa que evoca diversos conhecimentos para os interlocutores, fazendo com que as informações do mundo se transformem no ato comunicativo.

Motta (2004a) enfatiza que o texto jornalístico também é um produto de um “ato criativo”, que convida o leitor a participar da sua significação. Por isso, ao propor caminhos para se observar esse tipo de texto, o autor diz que “as análises da linguagem jornalística não podem descartar as informações referenciais, mas precisam identificar a comunicação das emoções implícitas nos relatos informativos” (Motta, 2004a, p. 128).

O autor considera, então, que para analisar uma narrativa jornalística, devemos também levar em consideração as dimensões cognitivas do texto jornalístico, isto é, identificar as emoções (medo, raiva, felicidade, surpresa, ironia, etc.) que são marcas provocadas por aquele texto. Ele argumenta que esses estímulos emocionais são responsáveis por concentrar a atenção do indivíduo e também podem desencadear outros atos a partir dos diferentes efeitos de sentido.

Por último, Motta (2004a) sugere que a análise deve também ser expandida até sua dimensão simbólica. Trata-se de um mergulho na subjetividade do texto jornalístico, em que se desencadeia uma “percepção mitopoética” do jornalismo. “Ao revelar os aspectos simbólicos da notícia, a análise despe das máscaras do racional e revela a face oculta do mythos, mostra as contaminações literárias ou poéticas do texto objetivo.” (Motta, 2004a, p. 130). A partir disso, é possível inferir que a comunicação jornalística também pode ser um lugar onde as tramas, os personagens, o drama e a tragédia se entrelaçam.

Em suma, uma análise da narrativa jornalística deve considerar, além dos aspectos temporais e linguísticos, as dimensões pragmáticas, cognitivas e simbólicas do texto. Dessa

forma, o jornalismo não é apenas informativo, mas também uma prática narrativa que reflete e constrói significados sobre o mundo e o tempo.

Pressupõe-se que ao olharmos para o objeto, a partir das sugestões do autor, a narrativa se transforma. No final, teremos uma história desconstruída, que por meio das relações que estabelece, cria novas significações, mais amplas e mais nítidas para aquele que a lê.

É possível afirmar, portanto, que o *Golpeflix*, embora não seja uma narrativa no sentido tradicional da literatura ou do jornalismo factual, compartilha as características essenciais das narrativas: a narração de eventos que geram sentido ao serem reorganizados, a transformação temporal dos acontecimentos e a construção de um novo significado, criado a partir da relação do leitor com a narrativa, o que o coloca claramente dentro do campo da narratividade.

Contudo, ainda é necessário compreender como as estratégias narrativas comunicativas se manifestam no catálogo e constroem esse novo significado para um acontecimento. Essa análise não será feita a partir da aplicação direta dos passos de Motta (2008), mas sim com a consideração de que esses passos podem auxiliar na compreensão de como o catálogo se constrói como uma narrativa. O objetivo, portanto, é desvendar as significações subjacentes à comunicação narrativa do *Golpeflix*, revelando as intenções e estratégias envolvidas na construção do discurso.

Por último, como destacado por Motta (2004b), a principal característica de uma narrativa é a narratividade, que se constrói através da transformação de uma situação contínua em algo descontínuo. No caso do *Golpeflix*, podemos dizer que o modo como ele realiza a seleção dos acontecimentos, determina em quais aspectos da história o catálogo dará maior ênfase, o que também faz parte de sua estratégia comunicativa.

Essa abordagem evidencia não apenas as mudanças e contraposições ocorridas ao longo do tempo abordado, mas também apresenta rupturas significativas no discurso, as quais são encadeadas de forma estratégica para criar o efeito de sentido desejado.

Essa construção estratégica da narrativa no *Golpeflix* se reflete em sua estrutura episódica. A organização dos capítulos permite ao espectador uma vivência fragmentada, mas interconectada, do enredo. A seleção de momentos chave e a disposição episódica criam uma dinâmica que, ao mesmo tempo em que é familiar, também reserva espaço para quebras de padrão, determinando um encadeamento específico para os acontecimentos, o que também pode ser reconhecida como uma forma de “domar o tempo” da narrativa.

Esse equilíbrio entre regularidade e surpresa, tão presente nas narrativas seriadas, é essencial para o engajamento contínuo do espectador, como será explorado a seguir.

2.3. Serialidade

Uma narrativa seriada carrega consigo algo que a maioria das pessoas é boa em perceber: um padrão. De acordo com o Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa Michaelis²², a palavra “padrão” pode ter, ao todo, 10 significados diferentes. De maneira geral, um padrão pode ser aquilo que estabelece uma regra, pode ser um modelo de qualidade a ser seguido, ou algo regular que parece previsível. Este último significado é o que mais nos chama atenção quando falamos de narrativa seriada.

Quando identificamos padrões em uma história, começamos a esperar que eles se repitam. Em narrativas seriadas, esses padrões podem se manifestar de diversas maneiras, como nos personagens que retornam ao longo da trama, nas situações recorrentes que eles enfrentam em cada episódio, ou até no ritmo com que os episódios se desenrolam. Isso cria uma sensação de familiaridade que atrai o público, pois o que se espera começa a se tornar parte da experiência de assistir ou ler.

Entretanto, é importante lembrar que uma história não se constrói apenas com padrões. É justamente essa regularidade que nos abre espaço para surpresas, para quebras de expectativa. Quando algo inesperado acontece, essa ruptura no padrão chama a atenção do público, trazendo algo novo e, muitas vezes, mais emocionante. Essas quebras, embora surjam dentro de um contexto previsível, são elas que revitalizam a narrativa e tentam manter o público engajado. Elas se tornam a chave para a surpresa, pois, ao se desviarem do padrão, apresentam a novidade que desperta a curiosidade e renova o interesse pela trama.

De acordo com Machado (2000), podemos entender como "serialidade" a continuidade e descontinuidade presentes em uma trama. Trata-se de uma característica das narrativas seriadas, facilmente identificável, mas de definição complexa. Teixeira (2020) observa que essa dificuldade em definir a serialidade surge justamente por ser uma característica que se manifesta em diversas mídias (livros, rádio, televisão, cinema, internet, etc.), abrange diferentes gêneros (drama, terror, ação, comédia, etc.) e pode se apresentar em formatos distintos (séries, folhetins, radionovelas, entre outros) (Teixeira, 2020, p. 7).

É possível perceber que a definição de serialidade trazida por Machado (2000) se assemelha bastante a de narratividade, trazida por Motta (2004b). O que podemos dizer aqui é

²² Ver: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/padr%C3%A3o/>

que toda narrativa seriada também possui a característica intrínseca da narratividade, mas nem toda narrativa tradicional vai possuir as características da serialidade.

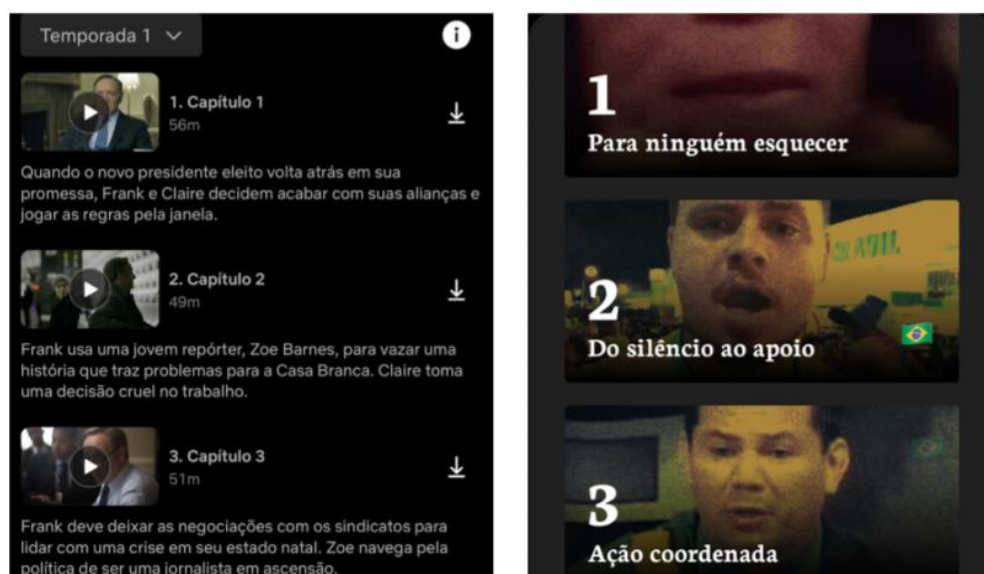
Isso porque a serialidade é a “característica que permite que algo seja reconhecido enquanto série” (Teixeira, 2020, p. 7). De acordo com Teixeira (2020), para que se configure uma série, pressupõe-se que existam múltiplos elementos a serem colocados em um conjunto. Ou seja, uma série é dividida em várias partes. Essas partes são geralmente chamadas de episódios ou capítulos.

As semelhanças entre as partes de uma série são aquilo que as permitem ser vistas como um conjunto. É aquilo que dá sua unidade. Não importa se as partes são diferentes umas das outras, é preciso que seja possível reconhecer o conjunto entre elas. É claro que, quanto maior a semelhança entre as partes, mais fácil é a criação de um senso de ligação. No entanto, mesmo quando as partes são mais marcadamente distintas, ainda assim é preciso se construir uma noção de conjunto (Teixeira, 2020, p.8).

Ou seja, uma série se constrói através das semelhanças (padrões) e diferenças (surpresas) que estabelece entre suas partes. Nesse contexto, é relevante também abordar as semelhanças e diferenças que se manifestam na estrutura do que podemos reconhecer como uma série. O *Golpeflix* possui uma característica específica que chama a atenção assim que analisamos sua composição.

Além do termo “flix” em seu nome, que remete ao conceito de filmes em inglês (em tradução livre), a organização dos capítulos do *Golpeflix* segue um padrão semelhante ao formato dos episódios das séries da *Netflix*. Essa estrutura lembra diretamente a maneira como os episódios são apresentados no catálogo da plataforma, com uma organização que facilita a continuidade da narrativa de forma episódica. Veja a figura a seguir.

Figura 3 - Comparação feita da organização dos episódios da série *House Of Cards*, original da *Netflix* com a organização dos capítulos do *Golpeflix*, da *Aos Fatos*



Fonte: imagem à esquerda, catálogo da *Netflix* (2024) e imagem à direita, catálogo da *Aos Fatos* (2024)

Ao compararmos a organização dos episódios da série *House of Cards* com a estrutura do *Golpeflix*, notamos semelhanças importantes. Ambos dividem a narrativa em episódios ou capítulos, permitindo ao espectador selecionar partes específicas da história. Embora haja uma ordem primária sugerida para o consumo do conteúdo, o espectador tem a liberdade de escolher o que deseja assistir a qualquer momento. Essa flexibilidade torna claro que o *Golpeflix* sugere a serialidade de sua construção até mesmo em sua estrutura. A própria *Aos Fatos* se refere ao *Golpeflix* como um catálogo, de forma similar ao que a *Netflix* faz com o *layout* de suas séries.

Ademais, Teixeira (2020) vai dizer que uma característica importante da narrativa seriada é a forma como suas histórias se desenvolvem: se elas continuam ao longo das diferentes partes ou se são concluídas ao final de cada uma delas. É essa diferença que vai determinar a classificação dos regimes de serialidade (Teixeira, 2020, p. 11).

Os regimes de serialidade são os modos como a serialidade aparece em cada tipo de trama. A classificação dos regimes de serialidade segundo Teixeira (2020) divide as narrativas seriadas em quatro tipos principais:

1. **Iterativo:** Tramas que começam e terminam na mesma parte, sem consequências para as partes seguintes, baseadas na repetição de elementos com pequenas variações, mantendo um estado constante do mundo.
2. **Espiral:** Iniciam e terminam de forma semelhante, mas com consequências para as partes seguintes, avançando lentamente o estado do mundo. Elas cultivam dois públicos: um que

acompanha episódios isolados e outro que acompanha o desenvolvimento da série como um todo.

3. **Quase-saga:** Continuam por várias partes, formando um arco narrativo com consequências entre as partes do arco, mas nem sempre com o restante da série. Esse regime altera o ritmo de séries menos continuadas, dando um toque de continuidade.
4. **Saga:** Sempre contínuas e interdependentes, exigem conhecimento das partes anteriores, com consequências que se estendem a todas as partes subsequentes. A estrutura é composta por múltiplos arcos narrativos que se sobrepõem, criando a ilusão de uma história contínua.

O autor destaca que esses tipos de serialidade não precisam, necessariamente, se manifestar de forma exclusiva com essas características específicas. O interessante, entretanto, é perceber que as narrativas seriadas podem integrar simultaneamente dois ou mais tipos de serialidade, interagindo entre si dentro de uma mesma produção.

Consideramos que as características apresentadas por Teixeira (2020) nos ajudam a olhar para o *Golpeflix* e para a sua serialidade de forma mais clara. Ao adotar a estrutura de capítulos, o catálogo constrói uma trama que se desdobra ao longo do tempo, permitindo a construção de um senso de continuidade e descontinuidade entre as partes. A presença de elementos recorrentes, como a desinformação e os personagens envolvidos na história do 8 de janeiro, estabelece padrões que são repetidos e revisitados em diferentes partes do catálogo. Ao mesmo tempo, o *Golpeflix* insere surpresas ao desmascarar as versões golpistas e ao destacar o absurdo dos acontecimentos, criando quebras de expectativa durante a trama.

Ao observarmos uma narrativa seriada, levamos em consideração as diversas formas de serialidade que o objeto possui. Como Teixeira (2020) sugere, é tudo sobre as semelhanças e as diferenças entre suas partes, que fazem com que a série possa ser entendida como um conjunto. Para isso, o autor propõe três exercícios de perguntas que têm como objetivo analisar como a serialidade e a estrutura das tramas funcionam dentro das séries. Dentre as perguntas propostas por Teixeira (2020), algumas são interessantes para refletirmos sobre a serialidade presente no *Golpeflix*, como, por exemplo, “a trama de uma determinada parte parece continuar alguma situação anterior?”; “são desenvolvidas mais de uma trama em cada parte?”; e “quanto tempo é dedicado a cada trama?”. Essas perguntas são um pontapé para que novas perguntas sejam feitas, levando em consideração especificamente o contexto do *Golpeflix*. Vale dizer que, neste trabalho, não levamos em consideração apenas uma metodologia, ou apenas um modo de reflexão, é uma combinação de reflexões que se desenvolve em uma nova metodologia de análise que é criada a partir da própria observação do objeto de estudo, que é singular e único.

O que o autor sugere nos ajuda a pensar em como o *Golpeflix* quer ser entendido e interpretado. No catálogo, embora haja continuidade no encadeamento dos eventos e exista consequências para as partes seguintes do arco narrativo, cada capítulo é relativamente autossuficiente, apresentando informações pontuais e detalhadas sobre determinados acontecimentos relevantes que compõem a trama do 8 de janeiro. No entanto, a conexão entre os capítulos e os elementos que se estendem ao longo da narrativa conferem uma sensação de avanço no desenvolvimento da história, ao mesmo tempo que não se exigem conhecimentos prévios para a compreensão de cada parte individualmente. O conteúdo se constrói como um grande arco narrativo que, ao revelar as distorções e manipulações por trás da desinformação, propõe uma reflexão contínua sobre a realidade e o impacto da mentira no cenário político.

Essa estrutura de capítulos autossuficientes e, ao mesmo tempo, interconectados, no *Golpeflix*, também é fruto das técnicas de contação de histórias que se fazem presentes no catálogo. Essas técnicas permitem aos jornalistas conectar fragmentos de informação, despertar emoções e criar uma narrativa coesa. Embora cada capítulo tenha seu caráter independente, o catálogo como um todo estabelece uma reflexão contínua e uma conexão emocional com o espectador. No contexto do *Golpeflix*, o uso do *storytelling* não apenas transmite informações, mas também cria laços de identificação e fidelização com a história. Esse formato ganha um certo destaque no cenário digital, onde o jornalismo encontra no *storytelling* uma poderosa ferramenta para aproximar-se de seu público, algo que será aprofundado na próxima seção.

2.4. *Storytelling* no jornalismo digital

O ato de contar histórias é uma prática milenar, profundamente enraizada na natureza humana e essencial para a maneira como retratamos o mundo ao nosso redor ao longo da nossa existência. Com a evolução dos meios de comunicação, essa prática foi se transformando, adquirindo novos formatos e possibilidades. Hoje, o conceito de contar histórias é amplificado e reconhecido sob o termo *storytelling*.

O termo surgiu para descrever a arte de contar histórias de forma mais envolvente, visando estabelecer uma conexão emocional entre o ouvinte/leitor e a narrativa (Sousa *et al.*, 2017). Ao retratar uma história de maneira comovente, emocionante, recheada de sensações pessoais, “o *storytelling* humaniza a comunicação, conectando narrador e receptor através de

histórias reais ou imaginárias” (Sousa *et al.*, 2017, p.4). Ao citar Domingos (2008)²³, os autores argumentam que:

Ao envolver o público emocionalmente, vínculos de identificação são formados e laços de fidelização são estabelecidos. O *storytelling* permite ainda transmitir informações para a audiência de maneira inteligível, seguindo um roteiro lógico com eventos temporalmente ordenados, ao mesmo tempo que estimula sua imaginação. De acordo com Domingos (2008), o *storytelling* tem a função de conceder à narrativa uma função de persuasão, pois ele não apenas informa como também forma princípios (Sousa *et al.*, 2017, p. 4).

Essa característica de persuasão do *storytelling* faz com que as técnicas de contação de histórias sejam um atrativo para o jornalismo, que vem tentando se reinventar ao longo do tempo e está cada vez mais ligado ao digital. De acordo com Sousa *et al.* (2017), devido às suas particularidades, o *storytelling* pode ser uma opção mais interessante para o jornalismo que deseja criar vínculos com seu público do que outras formas de comunicação tradicionais.

Mas como esse vínculo pode acontecer? Para Taukatch *et al.* (2017), autor que avalia as aplicações do *storytelling* no jornalismo com base nos estudos de McSill (2013)²⁴, a prática tem elementos básicos narrativos que se apresentam ao longo da história contada e que são essenciais para uma relação de proximidade entre jornalista, leitor e narrativa.

O autor explica que toda narrativa geralmente começa com a definição de uma meta que o personagem quer atingir, mas à medida que ela avança, surgem obstáculos ou conflitos que criam tensões na história. Esse conflito gera um momento de virada, no qual “alguma ação do protagonista resulta em problemas que precisam ser resolvidos” (Taukatch *et al.*, 2017, p. 4). A narrativa então transita para um momento de reflexão, é nesse momento que a história ganha profundidade, permitindo que o público compreenda os dilemas da história. Esse processo impulsiona a trama para o desfecho, seja para a resolução dos conflitos ou para o enfrentamento de um novo desafio. Trata-se de uma jornada intelectual e emocional para o espectador que irá relacionar suas vivências do cotidiano com aquilo que a história retrata.

Essa estrutura básica permite que o escritor, jornalista ou redator organize seus pensamentos e conceitos na hora de estruturar o texto, roteiro ou reportagem. Para o leitor, é uma forma de criar conexões na narrativa, já que cada parte está relacionada e se encadeia às outras para despertar a atenção (Taukatch *et al.*, 2017, p. 4).

²³ DOMINGOS, Adenil Alfeu. *Storytelling: Fenômeno da Era da Liquidez*. **Signum: Estudos da Linguagem**, v. 11, n. 1, p. 93–109. Londrina, 2008.

²⁴ MCSILL, James. **5 lições de storytelling: fatos, ficção e fantasia**. Rio de Janeiro: DVS Editora, 2013.

Em resumo, sendo o jornalismo uma forma de produção narrativa, podemos dizer que a prática do *storytelling* também pode ser usada em produções jornalísticas para que o jornalista, o leitor e a narrativa criem um vínculo. Ao reconfigurar o mundo a partir da contação de histórias de pessoas reais, que despertam emoções e reflexões, o jornalismo ajuda a dar sentido aos acontecimentos do cotidiano de outras pessoas que se conectam com aquela história.

No caso do *Golpeflix*, essa estrutura narrativa também é evidente. É possível que as técnicas do *storytelling*, nos ajudem a entender como acontece, no catálogo, o desmascaramento dos eventos que levaram ao golpe de 8 de janeiro de 2023 e como esses acontecimentos se aproximam de quem o lê. À medida que a narrativa se desenrola, obstáculos surgem, criando conflitos e tensões que culminam em um desfecho. Resta investigar, a partir da observação da história, qual é o fio condutor dessa trama, quais são os conflitos estabelecidos, quando a "verdade" sobre os envolvidos e as consequências de seus atos são reveladas, se há ou não um momento de reflexão e como ele acontece, e, por fim, como o desfecho da história é apresentado. Acreditamos que esses são elementos que surgem durante a análise do catálogo e que estão intrinsecamente ligados às estratégias comunicativas que a produção estabelece.

De acordo com Sousa *et al.* (2017), quando associado a produções midiáticas, o *storytelling* ganha novas características. Isso porque, a mídia é capaz de reinventar as relações entre emissor e receptor, através de canais de comunicação mais estreitos, que influenciam diretamente na forma como a história é recebida. Com a internet, isso se amplifica, e surgem outros produtos midiáticos que utilizam do *storytelling* para construir uma narrativa.

O jornalismo, nesse contexto, explora esses novos produtos midiáticos na intenção de se aproximar do seu público. O jornalismo digital surge para atender às novas formas de consumo de informações on-line. Hoje, a comunicação não é mais unidirecional, em que os veículos de comunicação são os únicos emissores de conteúdo. A atual dinâmica da plataformização transforma o processo de distribuição de informação, permitindo que o papel de emissor e receptor seja compartilhado. Isso confere ao jornalismo digital características próprias, como interatividade com o público, instantaneidade das informações e a multimidialidade dos conteúdos (Sousa *et al.*, 2017, p. 5). Essa junção do jornalismo digital com o *storytelling* se manifesta, comumente, em um formato específico: os *web stories*.

O *Snapchat*, um aplicativo de mensagens, lançado em julho de 2011, foi o primeiro a divulgar a ferramenta de *web stories* em sua interface. A principal característica do recurso é a publicação de imagens e vídeos que ficam disponíveis somente por um determinado período de tempo. A popularidade do recurso é tanta, que em 2024, estima-se que mais de um bilhão de

*stories*²⁵ foram compartilhados publicamente no *Snapchat* todos os meses no quarto trimestre por criadores e parceiros de mídia do aplicativo. Por conta dessa popularidade, o *Instagram*, um outro aplicativo de rede social, introduziu a ferramenta em sua interface em 2016, e daí em diante, o recurso só vem ganhando mais espaço em vários outros *apps*.

A questão é que se trata de uma ferramenta multimídia, podendo ser composta não só de imagens e vídeos, como também por *links*, *emojis*, *gifs*, etc., que tornam mais dinâmica a visualização dos conteúdos. Além disso, o uso da ferramenta é bem simples: um toque para visualizar os diversos *stories* de um mesmo usuário; um deslize do dedo na tela para pular os *stories* de um usuário para outro; e caso deseje pausar os *stories*, é só segurar o dedo na tela. Os conteúdos também podem ser clicados e ampliados pelos dedos. No caso do *Instagram*, os *stories* tem duração de 60 segundos que desaparecem após 24 horas. O conteúdo pode ser fixado por mais tempo no perfil do usuário que o postou, entretanto, não ficará mais disponível no *feed* de seus seguidores. É uma ferramenta que oferece a possibilidade de criar narrativas visuais mais interativas.

Jornais brasileiros de grande repercussão como *Folha de S. Paulo*, *O Globo*, *Portal G1* e *Estadão*, utilizam do *web stories* para oferecer ao seu público novas formas de se consumir produções jornalísticas (**Figura 4**).

Figura 4 - Sequência selecionada de *web stories* do Portal G1 sobre os núcleos de operações da tentativa de golpe



Fonte: Portal G1 Notícias, 2024

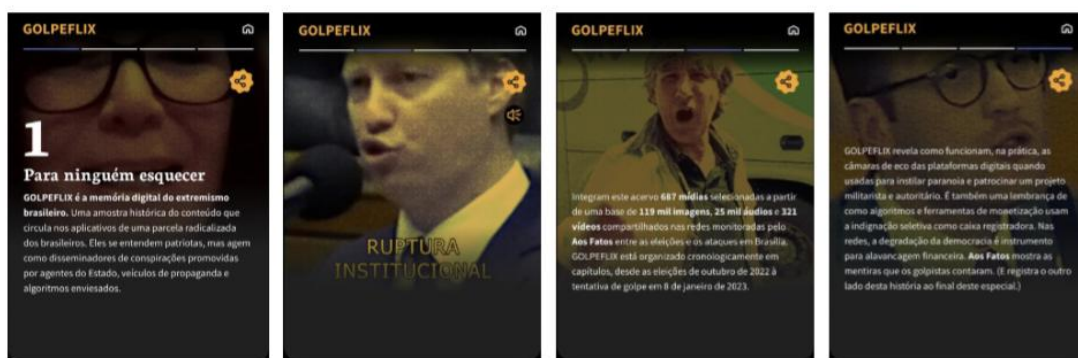
²⁵ Ver: <https://investor.snap.com/news/news-details/2025/Snap-Inc.-Announces-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2024-Financial-Results/default.aspx>

Por conta da extensão da publicação do *Portal G1*, não foi possível colocar todos os *stories* que contemplam a notícia²⁶. Mas pelas imagens podemos ter uma boa noção de como esse formato é construído. Imagens grandes, tipografias diferentes, letras em destaque, recursos para *hiperlinks*, a montagem de ilustrações chamativas e a organização em *slides* são algumas das características que podemos perceber na composição da reportagem. Esses recursos fazem com que o entendimento e leitura do conteúdo fique mais fácil e acessível.

Ao compararmos essas imagens com a estrutura apresentada no *Golpeflix*, podemos perceber que o catálogo da agência *Aos Fatos* também é um produto do jornalismo digital que se utiliza do formato de *web stories* para a construção do seu relato sobre os acontecimentos que culminaram no dia 8 de janeiro de 2023. É justamente da junção da narração de uma história com os recursos do *web stories* que o *Golpeflix* é construído. A **Figura 5** apresenta os *stories* do primeiro capítulo do catálogo.

Algo interessante a se destacar é que por mais que o formato de *web stories* seja característico de plataformas de redes sociais on-line, quando utilizado por veículos jornalísticos para produção de notícias, reportagens e outros conteúdos, a publicação pode até ser feita no perfil oficial desses veículos nas plataformas, porém, é comum de encontrarmos este formato publicado em um site. Este é o caso tanto da publicação do Portal G1, quanto do *Golpeflix*. E há uma razão para que isso seja feito.

Figura 5 - Sequência de *web stories* do primeiro capítulo do *Golpeflix*



Fonte: Aos Fatos, 2024

²⁶ Ver: <https://g1.globo.com/politica/stories/2024/12/14/veja-nucleos-e-quem-e-quem-na-tentativa-de-golpe.ghtml>

Alves *et al.* (2019) explicam, a partir dos estudos de Bradshaw e Maseda (2016)²⁷, que o uso dessas novas tecnologias apresenta alguns desafios para os jornalistas. Mesmo que essas ferramentas sejam úteis na hora de se montar e publicar um conteúdo, elas também apresentam certas limitações que esbarram diretamente com a natureza empírica da produção jornalística. Alves *et al.* (2019) destacam três possíveis limitações citadas por Bradshaw e Maseda (2016):

1. Efemeridade da ferramenta: Nos aplicativos como *Snapchat* e *Instagram*, tudo é consumido de forma rápida e temporária, o que acaba atrapalhando a memória do conteúdo publicado pelo jornalista, que não se perpetua.

2. Interface dos aplicativos: A interação com o conteúdo é simplificada, permitindo ao usuário pular de cena ou perfil de forma muito rápida se o conteúdo não for interessante.

3. Amadorismo no conteúdo: As imagens produzidas nesses aplicativos podem parecer amadoras devido à tipografia padrão e aos pincéis de desenho disponíveis, que conferem um visual simples e informal.

Para superar os desafios mencionados, os jornalistas frequentemente optam por publicar seus conteúdos em sites dedicados. Esses sites permitem que as publicações sejam acessadas a qualquer momento, oferecendo aos leitores a flexibilidade de revisitar matérias conforme desejado. Além disso, a estrutura de *links* entre os conteúdos e a associação exclusiva a um domínio específico contribuem para manter os leitores “presos”, evitando que sejam direcionados a outros perfis ou sites. Essa estratégia fortalece a fidelização do público ao conteúdo produzido. Os sites também oferecem a vantagem de serem editáveis, permitindo atualizações frequentes e a personalização do layout conforme as preferências do publicador. Essa flexibilidade resulta em um conteúdo mais profissional e alinhado às necessidades editoriais de um produto jornalístico.

No caso do *Golpeflix*, a escolha de um formato visual e dinâmico, como o de *web stories*, facilita o engajamento do usuário com essa história por meio, principalmente, de dispositivos móveis, e também o incentiva a interagir com os conteúdos de forma mais ativa. Mas, o formato associado ao domínio de um site, oferece uma experiência interativa alinhada aos princípios editoriais jornalísticos, que se adequam às novas formas de consumo de informação da era digital, mas também não deixam de ter controle sobre o conteúdo que publicam. É assim também que o jornalismo estabelece uma relação mais próxima com seu leitor através daquilo que constrói.

²⁷ BRADSHAW, Paul. MASEDA, Barbara. **Snapchat para periodistas**. [S. I.]: Leanpub. 2016.

Todos os aspectos abordados neste capítulo são fundamentais para nos despertar a uma análise mais ampla e atenta do catálogo, permitindo que percebamos suas nuances e, assim, aprofundemos a avaliação do *Golpeflix*. No próximo capítulo, exploraremos como esses elementos se conectam ao efeito de verdade presente no discurso jornalístico, investigando como esse efeito busca apresentar uma nova versão da realidade e desmascarar os eventos relacionados ao 8 de janeiro de 2023.

CAPÍTULO 03 – AS ESTRATÉGIAS COMUNICATIVAS NO GOLPEFLIX E A CONSTRUÇÃO DO EFEITO DE VERDADE DA NARRATIVA

Neste capítulo, realizaremos uma análise do objeto desta pesquisa: o *Golpeflix*, um catálogo digital da agência *Aos Fatos*, que se propõe a expor as mentiras que levaram aos ataques de 8 de janeiro de 2023. O catálogo explora a história desse evento a partir de um recorte temático, abordando o fenômeno da desinformação e como ele teve um protagonismo significativo para a sequência de eventos que culminaram nos ataques.

Realizamos um estudo de caso sobre os eventos que levaram ao 8 de janeiro de 2023. A partir desse estudo, nosso objetivo é investigar como o jornalismo, ao criar produtos por meio da checagem de fatos, estabelece estratégias comunicativas a partir da construção de uma narrativa própria sobre o acontecimento. Essa narrativa envolve um estilo particular de contar histórias, a organização seriada e a construção de *web stories*, oferecendo uma versão alternativa da história em contraposição àquela estabelecida pela desinformação. Aqui, pretendemos observar como a comunicação acontece, produzindo conhecimento sobre um fenômeno social, cultural e político, e contribuindo com *insights* para investigações futuras sobre o tema. Todo esse processo é influenciado pelos autores citados neste trabalho que nos ajudaram a expandir nossa visão para observarmos aspectos narrativos, estruturais e os efeitos que o objeto apresenta.

Formulamos algumas perguntas iniciais que nos guiaram na observação do catálogo:

1. *Como o Golpeflix constrói os personagens dessa história? Que visão o discurso jornalístico quer passar desses personagens?*
2. *Quais são as estratégias comunicativas (de objetivação e subjetivação) adotadas no Golpeflix?*
3. *Alguns arcos narrativos anteriores são retomados ao longo do catálogo? Algum arco é continuado entre os capítulos e suas respectivas partes?*
4. *Como o Golpeflix demonstra que o "efeito de verdade" criado pela desinformação não corresponde à realidade?*
5. *Como o Golpeflix cria um novo “efeito de verdade”?*

A análise foi realizada com base na observação dos nove capítulos do *Golpeflix* e os *stories* que compõem cada um deles, além das mídias digitais apresentadas. Essa abordagem

procurou não observar as partes isoladamente, mas sim a sua relação com o todo. Trata-se de uma proposta de análise cruzada, que relaciona as características de narrativa, serialidade e *storytelling* levantadas anteriormente e os elementos estruturais do *Golpeflix*, com o efeito de verdade que é construído por meio dessas características. O que estamos investigando é como esse efeito de verdade se manifesta ao longo da narrativa através das estratégias comunicativas que o catálogo utiliza.

Essa abordagem é relevante porque, no campo do jornalismo, sempre há um encontro da prática jornalística com os conceitos de verdade e de realidade. Para explicar essa relação, Franzoni *et al.* (2011) desenvolvem toda uma reflexão centrada em como o jornalismo cria efeitos de verdade para construir a realidade social do mundo ao qual retrata. Elas se baseiam na noção de verdade em Foucault (1979)²⁸ para explicar como a prática faz referências ao que é real através das relações históricas e de poder que estabelece.

Segundo as autoras, para Foucault (1979), o conceito de verdade “está circunscrito na história ou, se preferirmos, no conjunto de práticas discursivas e não discursivas de dado momento histórico” (Franzoni *et al.*, 2011, p. 47). Isso quer dizer que a verdade é algo relativo ao seu tempo e local de existência. Assim como descreve Greimas (2014), ao falar sobre o conceito de verossimilhança, a verdade está relacionada à capacidade de um discurso se alinhar com uma concepção culturalmente aceita de realidade, que pode ou não ter relação com a verdade de fato. Nessa perspectiva, Foucault (1979) ainda acrescenta que os mecanismos de distinção entre o que é verdadeiro ou falso são permeados por jogos de poder “daqueles que têm o encargo de dizer o que funciona como verdadeiro” (Foucault *apud* Franzoni *et al.*, 2011, p. 47). Em suma:

O objetivo da genealogia Foucaultiana é o de examinar quem tem o direito de dizer a verdade, por que certos discursos são valorizados a ponto de se tornarem verdades e quais os mecanismos que permitem distinguir o verdadeiro do falso, naquele momento em que a reflexão tem lugar (Franzoni *et al.*, 2011, p. 47).

Sobre essa distinção entre verdadeiro e falso, a primeira coisa a se perceber é que ela é construída a partir da oposição de dois discursos e da exposição de suas estratégias para se parecerem como reais. Para as autoras, o discurso que se pretende verdadeiro exerce sobre os outros uma “pressão” e se impõe aqueles que são considerados falsos. Ao citar Charaudeau (1999), elas explicam que “o verdadeiro significa dizer o que é exato (em detrimento do falso,

²⁸ FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. São Paulo: Graal, 1979.

do erro), revelar a intenção oculta (em vez de mascará-la) e fornecer provas das explicações (ao invés de omiti-las)” (Franzoni *et al.*, 2011, p. 47).

Por conta de tudo isso, as autoras dizem que o que é verdade hoje, pode não ser mais verdade amanhã. Quando Foucault fala dessa “verdade”, ele se debruça mais para um “efeito de verdade”. Aquilo que pode ser comprovado de acordo com o nível de similaridade com a realidade que possui. No caso do jornalismo essa lógica não muda, já que ele também está sujeito a ser influenciado por contextos históricos, culturais, sociais, políticos e econômicos, e pelos jogos de poder que o permeiam. Mas essas influências não são capazes de inviabilizar o trabalho do jornalismo.

É possível dizer que a legitimidade do discurso jornalístico está amparada, ao mesmo tempo, no lugar institucional que ocupa e num conjunto ritual de práticas cotidianas, que permitem que ele selecione a informação, as fontes, as versões que serão divulgadas. Essa legitimidade será fixada por uma suposta eficácia, construída por e pela prática ritual, por meio do que se denomina “efeito de verdade” – um “efeito de verdade” que não existe fora de um dispositivo enunciativo, no qual ele busca a adesão a um universo de pensamento e de “verdade”. Pode-se considerar ainda que, no caso do jornalista, o que está em causa não é tanto a busca de uma “verdade” em si, mas a busca de “credibilidade” para a sua atuação (Berger, 2003) (Franzoni *et al.*, 2011, p. 51).

Márcia Benetti (2008) vai dizer que essa credibilidade surge da “compreensão social de que o jornalismo é uma prática autorizada a narrar a realidade” (p. 22). Decifrar a realidade e colocá-la em uma narrativa exige do jornalista uma competência de técnicas muito bem estabelecidas que vem somente a partir do acúmulo de conhecimento e práticas estratégicas que fazem com que um discurso seja bem elaborado, sendo o mais próximo da realidade possível.

Em um contexto da era da pós-verdade, onde se tende a crer mais fielmente naquilo que se acredita pessoalmente do que em evidências comprovadas, isto é, “quando a emoção da massa fica acima da verificação da informação” (Santos *et al.*, 2018, p.2), o desafio é construir discursos que consigam desconstruir aquilo que os próprios discursos distorcidos buscam estabelecer: o efeito de verdade. Não cabe mais ao jornalismo apenas elaborar seu discurso por meio da construção da realidade, mas também assumir a tarefa de confrontar e se posicionar por meio dos seus próprios efeitos de verdade. E isso só é possível por meio do discurso.

O efeito de verdade funciona também para o sujeito como forma de estabilizar o dizer. Esse efeito é possível porque, em princípio, realidade e língua se relacionam apenas em uma dimensão imaginária da discursividade fundadora de sentidos e sujeitos: “a dimensão imaginária de um discurso é sua capacidade para a remissão de forma direta à realidade. Daí seu efeito de evidência, sua ilusão referencial” (ORLANDI, 2012a, p. 32). É no nível discursivo – considerando sempre as relações com as dimensões sociais e históricas dos processos de significação – que os sujeitos constroem seus

sistemas de crenças e, conseqüentemente, suas concepções de verdade (Siebert *et al.*, 2020, p. 245).

Não seria possível analisar o *Golpeflix*, portanto, sem levar em consideração que o que está em disputa aqui são os efeitos de verdade. Imaginemos o efeito de verdade como uma linha que cruza as informações apresentadas no catálogo, guiando toda a narrativa. Esse efeito só é possível porque ele se constrói através das características presentes no catálogo e das estratégias comunicativas que ele adota. O efeito de verdade é, portanto, o objetivo a ser alcançado e é ele que alimenta a disputa de discursos: de um lado, temos o discurso da desinformação, que busca provar uma determinada visão, e, do outro, o discurso do catálogo, que tenta estabelecer uma verdade própria, fundamentada, ao desmascarar o discurso opositor.

A questão central aqui é que, enquanto o catálogo se vale de uma série de elementos – provas, informações verificadas e estruturadas – para sustentar seu ponto, a desinformação se apoia em crenças pessoais e informações distorcidas ou falsas, criando uma narrativa que distorce a realidade. E isso ocorre em um contexto particular: a era da pós-verdade. Nesse cenário que vivemos hoje, o conceito de verdade em si tem sido, muitas vezes, ignorado. O que prevalece, em muitos casos, é aquilo que valida as crenças preexistentes das pessoas.

A desinformação tenta se disfarçar de realidade, e é justamente para desconstruir esse “efeito” que o catálogo da agência *Aos Fatos* se propõe a retratar os eventos de 8 de janeiro. Ele busca construir uma versão da história por meio de estratégias discursivas ao mesmo tempo que constrói o seu próprio efeito de verdade. Por isso, trata-se de uma análise cruzada, em que procuramos identificar essas estratégias com o efeito de verdade que se tenta estabelecer.

Ao reunir as contribuições de Motta (2004a; 2004b; 2006; 2008) sobre narrativa, Machado (2000) e Teixeira (2020) sobre serialidade, e Sousa *et al.* (2017) e Taukatch *et al.* (2017) sobre *storytelling* no jornalismo digital, e ao cruzar essas abordagens com os conceitos de verossimilhança de Greimas (2014) e de efeito de verdade sob a perspectiva foucaultiana abordada por Franzoni *et al.* (2011), espera-se que essas referências se complementem, oferecendo uma visão integrada sobre as estratégias discursivas no jornalismo contemporâneo. Acreditamos que essa combinação propicia um quadro abrangente para analisar o *Golpeflix* como um todo.

Figura 6 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 1, *storie* 1 e 3



Fonte: Aos Fatos, 2024

A primeira frase do primeiro capítulo do *Golpeflix* é a seguinte: “O *Golpeflix* é a memória digital do extremismo brasileiro”. Podemos dizer que o primeiro movimento que o catálogo faz é de se colocar em uma dimensão temporal de resgate do passado para contar uma história. É também uma maneira de colocar o objeto no íntimo de quem o lê, como se fosse uma aproximação da história de vida do leitor com a história do catálogo. Ou seja, ele chama a atenção para aquele que viveu o momento histórico em que o 8 de janeiro aconteceu ou para a memória daqueles que não viveram e deveriam se lembrar (por meio do catálogo). O catálogo faz isso porque é exatamente através da nossa memória que construímos a realidade do mundo. É ela que nos ajuda a construir nossa identidade e nossa história.

O encadeamento cronológico é feito desde o início, com o uso de datas muito específicas (outubro de 2022 até 8 de janeiro de 2023), o que confere à narrativa uma extensão temporal bem definida. É dentro desse intervalo que os eventos se desenrolam, e a serialidade desses acontecimentos ao longo do tempo revela que o episódio de 8 de janeiro não é um fato isolado. Não se trata apenas de uma sequência de acontecimentos aleatórios em um período específico, mas de como esses eventos se entrelaçam e constroem uma história que culmina em um desfecho. Durante essa trajetória, existem diversos mini-arcos narrativos que exploram aspectos

distintos do recorte temático e que se cruzam ao longo da narrativa. Esses arcos estão intimamente ligados ao tempo da história, o que reforça a ideia de que esse recorte temporal escolhido é essencial para a construção do enredo. Vale lembrar que esse é apenas um fragmento de um todo maior: eventos aconteceram antes e continuarão a acontecer depois do período abordado. O catálogo, portanto, seleciona um período específico da história para ser seriado. Esse processo de serialização permite ao leitor perceber como as consequências, os ganchos, as continuções e as rupturas se estabelecem de um capítulo para o outro, e de uma história para a seguinte, criando uma rede de relações complexas que mantém a narrativa coesa e envolvente.

Podemos dizer que até este ponto, o catálogo já faz dois movimentos muito importantes para a construção do seu efeito de verdade. O primeiro deles é o de aproximar a narrativa do cotidiano de quem o lê. Se o efeito de verdade é definido como uma construção da realidade em que vivemos, a primeira estratégia aqui identificada é a de aproximar essa realidade construída à realidade vivida e assistida pelos brasileiros quando o 8 de janeiro aconteceu. Aqui o catálogo faz um chamado ao leitor para se lembrar desse episódio e entender que ali será construído uma versão dos acontecimentos dessa determinada época. O segundo movimento consiste em determinar o recorte temporal dos acontecimentos. O objetivo é que o leitor se recorde de um período específico da história, e a identificação precisa das datas e do período em que a narrativa ocorre é o que coloca o leitor dentro de um tempo determinado do mundo. Além disso, a organização dos eventos de forma serial tem um papel fundamental, pois aproxima a história da realidade ao organizá-la dentro de um tempo humano, tornando a experiência de ler o catálogo mais relacionável à experiência vivida pelas pessoas. Essa estrutura temporal ajuda o leitor a se conectar emocionalmente e intelectualmente com o desenvolvimento dos acontecimentos, como se eles fizessem parte de uma continuidade vivida e compartilhada.

Mas qual é a relação entre as eleições de 2022 e o dia 8 de janeiro de 2023? Essa é precisamente a questão que o catálogo deseja abordar. É por meio do encadeamento cronológico entre essas duas datas que o catálogo começa a construir seu argumento central: o 8 de janeiro não foi um episódio isolado. Ao conectar esses momentos no tempo, o catálogo evidencia como os eventos se entrelaçam e se influenciam mutuamente, permitindo ao leitor compreender que o que ocorreu no dia 8 de janeiro foi parte de um processo maior, com causas e consequências que vão além de um acontecimento pontual.

E como ele comprova esse argumento? Para o *Golpeflix*, a história do 8 de janeiro toma grandes proporções, quando após os resultados das eleições de 2022, começa-se uma onda de questionamentos acerca da validade do sistema eleitoral brasileiro. O catálogo afirma que essa onda de questionamentos era instigada pelo ex-presidente Jair Bolsonaro (quem perdeu as eleições) e seus apoiadores, tanto dentro quanto fora das instituições oficiais do governo. Em seus discursos, os apoiadores alegavam que o sistema de contagem de votos das urnas eletrônicas era fraudado e este tentava privilegiar o candidato opositor a Bolsonaro nas eleições e vencedor, Luiz Inácio Lula da Silva²⁹.

De acordo com o catálogo, a história do 8 de janeiro começa quando campanhas de desinformação são orquestradas para reverberar a história de que as eleições não teriam sido legítimas. Por isso, o recorte temático desta história é o fenômeno da desinformação, já que o catálogo tenta provar com seus argumentos e estratégias comunicativas que o discurso desinformativo foi um dos principais “motivadores” do 8 de janeiro.

Figura 7 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 1, *storie* 4



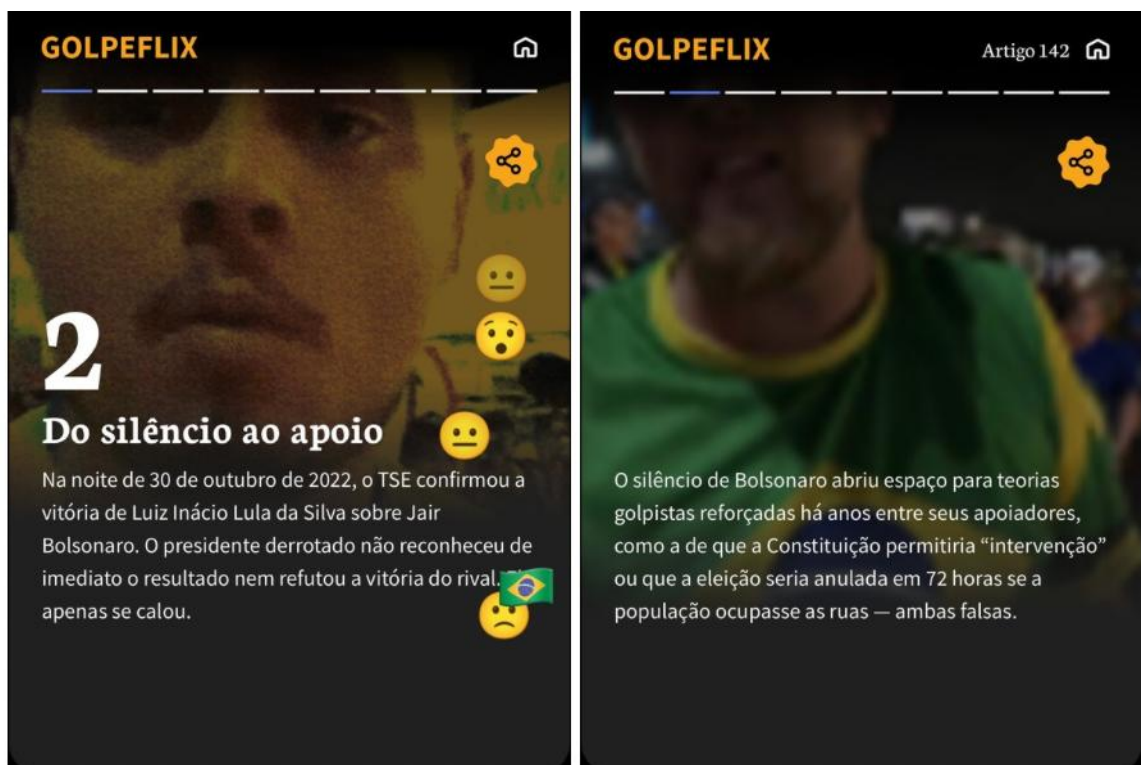
Fonte: *Aos Fatos*, 2024

²⁹ Sobre explicação sobre como funcionam as urnas eletrônicas, ver: <https://www.tre-sp.jus.br/comunicacao/noticias/2024/Fevereiro/entenda-por-que-nao-e-possivel-fraudar-a-urna-eletronica>

Vale lembrar que como falamos anteriormente, existe aqui uma disputa pelos efeitos de verdade a serem determinados. O *Golpeflix*, neste sentido, se coloca em oposição ao discurso da desinformação. Como é possível observar na imagem acima (**Figura 7**), o uso de estruturas linguísticas como “*Golpeflix* revela como funcionam, na prática, as câmaras de eco das plataformas digitais quando usadas para instilar paranoia e patrocinar um projeto militarista e autoritário” (*Golpeflix*, 2025, cap. 1) mostra claramente a posição que o catálogo toma para si e a oposição que faz ao discurso propagado on-line, inclusive o caracterizando como fruto de um projeto “militarista e autoritário”.

Uma questão central no desenvolvimento do argumento de que o discurso da desinformação é inválido surge quando o *Golpeflix* destaca o papel de figuras políticas e veículos de comunicação que amplificam essa desinformação. O catálogo afirma que, ao se apoiar em instituições supostamente legitimadas, a desinformação tenta se apresentar como verídica. Por meio desse respaldo, o catálogo dá a entender que a desinformação busca constantemente estabelecer uma conexão com a realidade, fazendo com que seus argumentos pareçam mais plausíveis e legitimados, mesmo quando estão distantes da verdade.

Figura 8 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 2, *storie* 1 e 2



Fonte: Aos Fatos, 2024

É interessante dizer que a história começa justamente explorando os principais personagens desta história. Assim como na estrutura básica do *storytelling*, temos aqui personagens que almejam um objetivo, e desse objetivo surge um conflito. Isso acontece porque são exatamente os personagens que movem a história. O que vale reparar aqui, é como esses personagens, no caso os apoiadores de Jair Bolsonaro, são construídos pelo discurso jornalístico do catálogo.

O *Golpeflix*, durante todo o segundo capítulo, faz a construção dos personagens de uma forma bem crítica e satírica, de certo modo. O catálogo ironiza o fato dos golpistas se chamarem “patriotas”, já que eles mesmos agem em uma conspiração contra o Estado. Essa é a construção que o catálogo faz daqueles que tentam passar uma imagem de “heróis” do Brasil. É bom lembrar que em uma narrativa jornalística, os personagens remetem sempre a pessoas reais. Mas o interessante aqui é perceber como o discurso jornalístico cria uma figura do personagem em questão. E aqui podemos observar mais uma estratégia comunicativa que se relaciona ao efeito de verdade que o catálogo quer estabelecer.

A questão dos personagens é importante porque eles são os principais responsáveis por criar uma sensação de identificação e fidelização com o conteúdo. O modo como eles são apresentados é capaz de despertar no leitor diversos tipos de emoções, como compaixão, simpatia, ou repúdio, desgosto. Isso é uma característica própria do *storytelling*, que utiliza a construção de personagens complexos e multifacetados para gerar uma conexão emocional com o público. Por meio dessas construções, o *storytelling* cria uma jornada intelectual onde os leitores ou espectadores se envolvem emocionalmente com as histórias, refletindo sobre as ações e dilemas dos personagens, o que aumenta o impacto da narrativa e o seu efeito de verdade, ao se aproximar de uma realidade culturalmente aceita. É essa construção dos personagens que vai nos mostrar as nuances políticas, sociais e culturais presentes na narrativa. No caso do *Golpeflix*, essas nuances são expostas quando o catálogo revela contradições em que os próprios personagens são expostos.

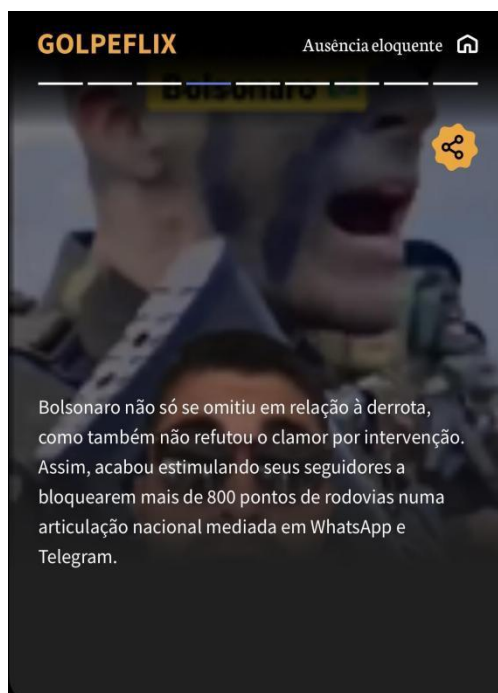
Por exemplo, em um dos vídeos³⁰ produzidos por apoiadores de Bolsonaro, uma mulher afirma que seria necessário o presidente ficar “72 horas calado para que o povo saísse às ruas e falasse por ele”. O catálogo reforça que a ideia subjacente ao discurso opositor era interpretar o artigo 142 da Constituição Federal de 1988 como uma justificativa para a tomada de poder, sugerindo que o silêncio presidencial por esse período conferiria uma falsa legitimidade para

³⁰ Ver no *Golpeflix* o vídeo 4 presente no Capítulo 2, *storie* 5.

anular os resultados das eleições³¹. A partir desse movimento de oposição, o *Golpeflix* constrói o imaginário dos personagens, que, ao serem desmentidos e desmascarados, perdem credibilidade diante do leitor, que passa a desconfiar cada vez mais das narrativas que sustentam.

Além disso, essa parte das nuances políticas, sociais e culturais é fundamental porque, ao explorar as contradições e os dilemas dos personagens, o *Golpeflix*, assim como aponta Sousa *et al.* (2017), cria e molda princípios, que são assimilados pelo público de maneira semelhante ao que o jornalismo busca fazer. Assim como o jornalismo, que ao abordar questões sociais, políticas e culturais procura não só informar, mas também formar uma visão crítica no espectador, o *storytelling* presente no *Golpeflix* vai além da simples narração de fatos. Ele cria um espaço onde as ações e escolhas dos personagens expõem valores, ideologias e comportamentos, ajudando a moldar a percepção do público sobre questões essenciais, como ética, verdade, justiça e poder.

Figura 9 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 2, *storie* 4



Fonte: *Aos Fatos*, 2024

³¹ Em checagem publicada pela *Aos Fatos* esclarece-se que, além de o Artigo 142 não mencionar qualquer prazo ou condição desse tipo, ele trata exclusivamente da organização das Forças Armadas, sem qualquer relação com a alegação de anulação das eleições ou de dar respaldo a golpes de Estado. Mais detalhes em: <https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-artigo-142-preve-que-presidente-deve-ficar-em-silencio-por-72-horas-apos-eleicoes/>

No que diz respeito aos personagens, o catálogo também constrói a visão do protagonista da história: Jair Messias Bolsonaro. Em meio às ações de interrupção de rodovias promovidas por seus apoiadores, que questionavam a legitimidade dos resultados das eleições de 2022, ele optou por se manter em silêncio. É a partir desse silêncio que o conflito começa a se desenrolar. Para o *Golpeflix*, a decisão de um chefe de Estado em não reconhecer os resultados de um sistema democrático e legal foi crucial para alimentar os questionamentos sobre a legitimidade do sistema eleitoral brasileiro e incitar os clamores por uma “intervenção militar já”³². Trata-se de uma estratégia narrativa para o controle da história. O fio condutor do argumento precisa ser coeso, e é aqui que ocorre um jogo de sentidos, onde o protagonista da história assume a figura do vilão, aquele que, ao se omitir, torna-se responsável pelo desenrolar do conflito.

Perceba que a partir deste ponto, na estrutura narrativa do *Golpeflix*, cada arco recebe uma dedicação temporal distinta, o que também é uma característica da serialidade. O protagonista, Jair Bolsonaro, aparece em momentos pontuais e curtos, com sua presença marcada por aparições que não são contínuas, mas esparsas, criando uma sensação de retorno cíclico à trama. Ele surge e desaparece, até o momento em que, finalmente, recebe um capítulo mais exclusivo (o Capítulo 7), o que marca sua transição para o centro da história. Esse tempo dedicado a Bolsonaro é, portanto, segmentado e intermitente, como se sua trajetória fosse construída por blocos temporais curtos, até que sua presença se torne dominante.

Por outro lado, os apoiadores de Bolsonaro, têm sua história contada de forma mais contínua. Eles ocupam o destaque em vários *stories* ou até capítulos consecutivos, o que lhes confere uma temporalidade mais expandida e um desenvolvimento mais constante ao longo da trama. Essa narrativa sobre os apoiadores mantém sua relevância por mais tempo, mas, eventualmente, a história toma um novo rumo, o que os faz desaparecer gradualmente do foco da narrativa, sem que sejam completamente apagados, até que retornem novamente à trama principal. Eles permanecem presentes, mas seu tempo de destaque diminui à medida que a narrativa se volta para outros aspectos, afastando-os do centro da trama e distanciando-os da linha temporal principal dominada pelo protagonista. Essa dinâmica entre os tempos dedicados

³² De acordo com a Constituição, que prevê o Estado de Direito, nenhum chefe de Estado ou órgão está impedido de questionar os resultados eleitorais. O próprio Tribunal Superior Eleitoral (TSE) estabelece os meios legais para que haja contestação, por meio da Ação de Impugnação de Mandato Eletivo. Essa ação exige a apresentação de provas robustas e deve ser realizada dentro de um prazo determinado. Caso a ação seja movida de má-fé, o autor pode ser responsabilizado por crime eleitoral. Mais detalhes em: <https://www.gazetadopovo.com.br/republica/tse-formas-de-contestacao-da-eleicao-obstaculos-constituicao/>

a cada arco narra a continuidade e descontinuidade de uma história maior, onde a centralidade dos personagens vai sendo reconfigurada conforme o desenrolar dos eventos.

Figura 10 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 3, *storie* 1



Fonte: *Aos Fatos*, 2024

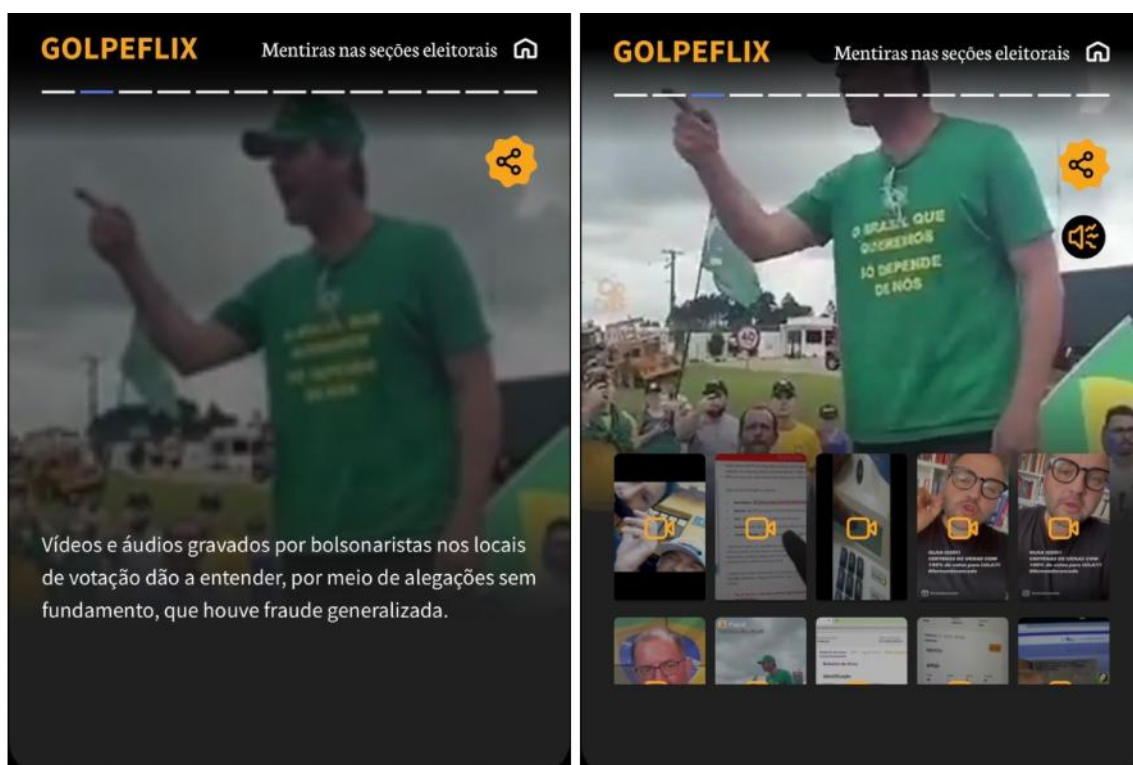
O Capítulo 3 do *Golpeflix* retoma em seu início o arco narrativo do Capítulo 2 para introduzir um novo contexto, que aqui o catálogo apresenta como consequência do primeiro contexto apresentado: se, por um lado, o silêncio de Bolsonaro e o seu isolamento foram os responsáveis por instigar as ações de seus apoiadores nas ruas, esse isolamento abriu espaço para que outras pessoas, aliadas a Bolsonaro, assumissem o papel de coordenar as ações de desinformação. Essa retomada, além de reforçar o caráter de serialidade do texto por apresentar a consequência de uma trama de um capítulo para o próximo, revela uma atitude organizativa do texto, onde o catálogo resgata o que foi falado anteriormente para que seja relacionado com o que será falado agora. Percebe-se aqui que a crítica passa a ser direcionada às pessoas que compunham os espaços institucionais, que, de acordo com o catálogo, não só permitiram que o sistema eleitoral fosse questionado, como também não agiram prontamente para defendê-lo.

Fica notório que até aqui temos um fio condutor da narrativa. O questionamento da legitimidade dos resultados das urnas é o pontapé inicial do tempo da história, é o que sustenta

as tensões da narrativa e também é o que gera contradições entre um discurso e o outro. Aqui, no caso, nos referimos ao discurso sustentado pela desinformação e ao discurso do *Golpeflix*. Um tenta provar que houve fraude no processo eleitoral e o outro tenta mostrar que o discurso da fraude é uma farsa.

Entre um *storie* e outro, vemos a história se desenrolar. A cada sequência, o *Golpeflix* organiza e apresenta informações de maneira em que as mídias, seja um vídeo, uma imagem ou um áudio, assumem um papel central. As mídias tomam destaque e passam a conduzir a narrativa por si só. O movimento que o catálogo faz é similar ao que jornalistas fazem ao escrever uma notícia ou uma reportagem, por exemplo: apresentam a informação e logo em seguida utilizam de uma citação, de um dado, de uma mídia que comprove aquilo que foi falado anteriormente. Esta pode ser considerada uma estratégia de objetivação similar à que a checagem de fatos também faz: o checador se retira do texto e mostra que quem está falando determinada coisa não é ele, é o outro, e espera que assim, o leitor confirme o que foi apresentado por ele.

Figura 11 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 3, *storie* 2 e 3



Fonte: Aos Fatos, 2024

Na primeira imagem acima (**Figura 11**), o catálogo apresenta uma determinada informação e logo em seguida, na segunda imagem, mostra os vídeos e áudios que comprovam

essa informação. Trata-se de uma estratégia de conferir um efeito de verdade ao conteúdo, o qual tenta o aproximar de algo verossímil. De acordo com Luiz Gonzaga Motta:

As citações encobrem muito bem a subjetividade porque o leitor supõe que elas reproduzem literalmente o que a fonte disse e quis destacar. Produzem a sensação de uma proximidade entre a fonte e o leitor. Dissimulam a mediação. (Motta, 2008, p.10).

O autor também aponta que uma outra estratégia de objetivação, que interpretamos ser bastante presente no catálogo, é o grande volume de números e quantidades apresentadas. Além do uso de números exorbitantes ao longo de todo o material, como “119 mil imagens, 25 mil áudios e 321 vídeos”; “a eleição seria anulada em 72 horas”; “bloquearam mais de 800 pontos de rodovia”; “mais de 40 horas de silêncio” (Golpeflix, 2025, cap. 1 e 2), o catálogo se aproxima do inesgotável devido à imensidão de informações e mídias que contém, transmitindo a sensação de que as mentiras são intermináveis. São tantas camadas de distorções que a impressão que se cria é de que o catálogo visa nos deixar exaustos. Além de evocar essa sensação, o volume de dados confere certa precisão aos relatos, e os números também são usados para representar a quantidade de horas, minutos, conectando-nos ao tempo histórico em questão.

Figura 12 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 4, *storie* 1 e 4



Fonte: Aos Fatos, 2024

No início do Capítulo 4, é retomado um arco narrativo específico do Capítulo 2, aquele que abordava as tentativas de tomada de poder por meio do artigo 142 e as 72 horas de silêncio, reforçando a conexão entre narrativas de partes não sequenciadas. Neste capítulo, surge um novo personagem: Lula, que se torna o alvo direto da tentativa de deslegitimar sua vitória nas urnas. Se, por um lado, Bolsonaro é retratado como o vilão da história, aqui Lula assume o papel de mocinho. Mais uma vez, essa estratégia narrativa visa colocar em oposição dois lados: um que tenta subverter a ordem e outro que segue as regras. Nesse ponto, é importante destacar que as estratégias de subjetivação estão presentes no catálogo. Aqui se constrói um mundo de heróis e vilões, onde a comédia e a tragédia se entrelaçam, e a trama ganha contornos literários.

A partir deste ponto, observamos uma característica argumentativa bastante explícita: o catálogo privilegia os aspectos mais absurdos dessa história. Esses elementos são justamente aqueles que nos fazem questionar se o que está sendo contado realmente aconteceu, ao mesmo tempo em que nos instigam a querer saber como algo tão chocante pode ser verdade. A forma como o catálogo busca provar essa veracidade acrescenta uma camada de incerteza e curiosidade. Esse destaque ao absurdo se configura como uma estratégia subjetiva e argumentativa da narrativa, sendo o ápice, o clímax da história – aquilo que nos surpreende pela magnitude da sua quebra de expectativa.

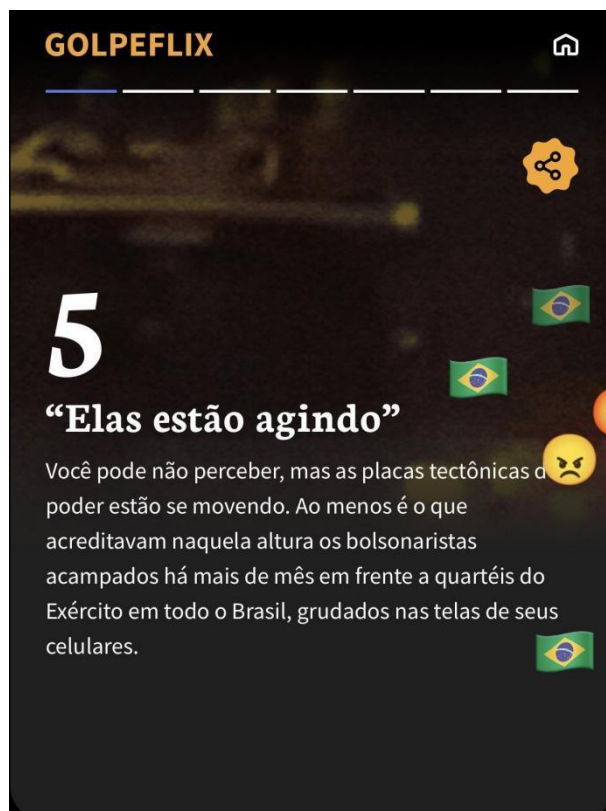
Segundo o *Golpeflix*, os apoiadores de Bolsonaro, convencidos de que o presidente eleito não assumiria, passaram a acreditar que qualquer ausência de Lula em compromissos oficiais era uma prova de que ele havia sido morto ou substituído por um clone, o que gerava uma série de teorias conspiratórias nas redes sociais. A estratégia da desinformação, nesse contexto, parece ser a construção de um espetáculo em torno dessas mentiras.

O catálogo busca mostrar que essa narrativa, que espalha a ideia de que Lula seria impedido de assumir seu cargo legítimo, visava, na verdade, incitar uma ação das forças armadas – algo que não foi alcançado pelo clamor da “intervenção militar já”. É nesse ponto que os aspectos absurdos da desinformação se tornam ainda mais evidentes, com a criação de uma falsa morte de Lula, alimentando a crença de que a tomada de poder deveria ocorrer de qualquer forma.

Ao reforçar essa narrativa, o catálogo tem como objetivo expor a magnitude das mentiras disseminadas. Através do privilégio do absurdo, ele busca ilustrar a insanidade das histórias que a desinformação espalha. Com isso, como discurso opositor, o catálogo se coloca do lado oposto, demonstrando como seu próprio discurso privilegia os aspectos mais

verossímeis da história, contrastando com as distorções apresentadas pelas versões conspiratórias.

Figura 13 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 5, *storie* 1



Fonte: *Aos Fatos*, 2024

O catálogo realiza um movimento de ironia e sátira ao ridicularizar as alegações dos golpistas. No início do Capítulo 5, há uma frase que diz: “Você pode não perceber, mas as placas tectônicas do poder estão se movendo.” Embora essa frase não se dirija diretamente ao leitor, ela faz alusão aos pensamentos conspiracionistas que estavam sendo estimulados pelos apoiadores da tentativa de tomada de poder. A todo momento, acreditava-se que as forças armadas interviriam para impedir a posse do presidente eleito. É nesse contexto que, mais uma vez, o clamor por intervenção militar – um arco narrativo iniciado no Capítulo 2 – surge, mas, desta vez, com um fim (pelo menos, temporário). Esse momento marca o retorno de Jair Bolsonaro ao protagonismo nos próximos capítulos, o que também ilustra uma das características centrais do encadeamento dos eventos na serialidade.

O retorno de personagens de um arco narrativo anterior, como no caso de Bolsonaro, em um novo arco ou em vários subsequentes, estabelece um padrão narrativo e serial importante. À medida que a história se desenrola, o *Golpeflix* foca inicialmente nos personagens

secundários dessa trama, mas, constantemente, esses personagens estão interligados à trajetória do protagonista, como se suas histórias paralelas seguissem um caminho simultâneo. Em dado momento, os dois arcos narrativos se cruzam, convergindo para uma única narrativa contínua. Essa dinâmica de continuidade e descontinuidade entre os arcos é justamente o que caracteriza a serialidade na trama, criando uma sensação de conexão e evolução entre os eventos e personagens ao longo da história.

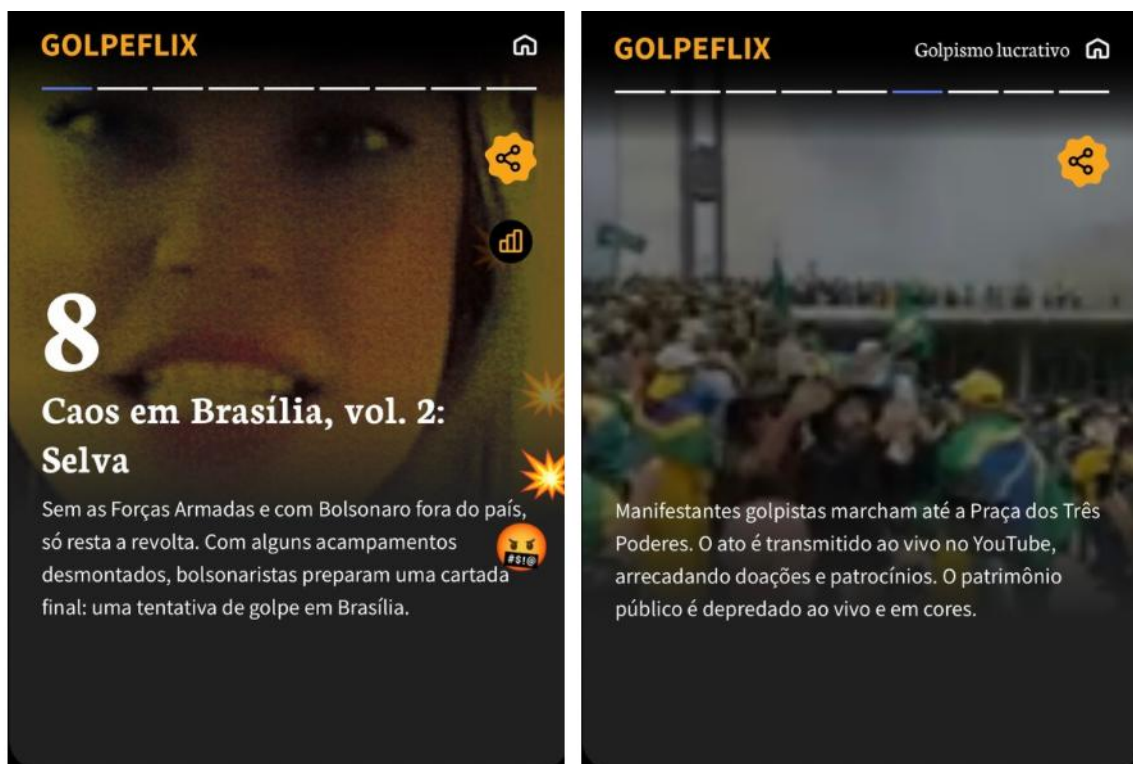
Figura 14 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 6, *storie* 1 e Capítulo 7, *storie* 1



Fonte: *Aos Fatos*, 2024

Segundo o *Golpeflix*, nas vésperas da diplomação de Lula, Bolsonaro se reúne com seus apoiadores para incitar movimentações, proferindo discursos inflamados. Nesse ponto, o catálogo reforça que o fio narrativo da história se repete: os personagens ainda perseguem a mesma meta – deslegitimar as eleições. Os Capítulos 6 e 7 revelam como as tensões provocadas pelos instigadores de dúvidas sobre o sistema eleitoral mantinham vivas as esperanças de que algo aconteceria para impedir que Lula subisse a rampa do Palácio do Planalto. É nesse momento que a reflexão surge: as forças armadas não irão intervir e, neste ponto, o protagonista da história (Bolsonaro, que saiu do país e foi para os Estados Unidos em uma recusa de participar do dia da posse) também não irá mais agir. Só resta, então, a revolta.

Figura 15 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 8, *storie* 1 e 6

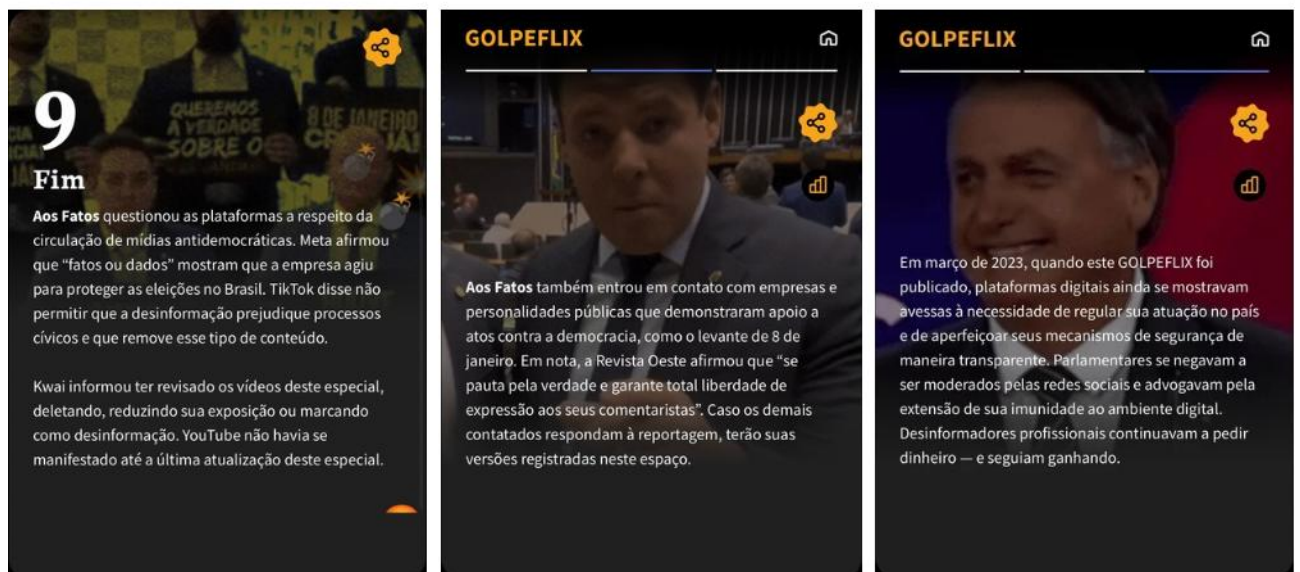


Fonte: Aos Fatos, 2024

O catálogo revela como a desinformação continua a guiar as ações dos golpistas. Por meio de grupos no *WhatsApp*, *Telegram* e outras redes sociais, os apoiadores de Bolsonaro começam a organizar os ataques de 8 de janeiro. Mas como o *Golpeflix* comprova que isso realmente aconteceu? A resposta está no encadeamento de vídeos gravados pelos próprios envolvidos. São eles que assumem a cena, e, como em um movimento de contar sua própria história, se colocam como protagonistas. O 8 de janeiro é documentado diretamente pelos invasores dos espaços públicos em Brasília.

Neste ponto, o *Golpeflix* retoma suas estratégias de objetivação, retirando o enunciador de cena e colocando em evidência as próprias falas dos golpistas e expondo mais uma de suas contradições. Enquanto estavam no ato, os apoiadores do ex-presidente afirmavam veementemente que quem havia organizado tudo eram os próprios seguidores de Lula. Esse detalhe alimenta ainda mais o argumento do *Golpeflix*, ao desmascarar as mentiras da desinformação. É como se o catálogo dissesse: “Se você ainda não acreditou, veja-os mostrando que estavam no ato e, mesmo assim, culpando os outros, o ‘outro lado’”. E esse é o desfecho da história evidenciado pelo catálogo.

Figura 16 - Imagem do *Golpeflix* - Capítulo 9, *storie* 1, 2 e 3



Fonte: *Aos Fatos*, 2024

No último capítulo, o *Golpeflix* faz um movimento final para evidenciar sua busca pelo efeito de verdade. Assim como no processo de apuração do jornalismo tradicional, o principal objetivo é trazer à tona todas as versões possíveis dos envolvidos em uma história. O *Golpeflix*, ao escolher seu recorte temático – aquele que evidencia a desinformação nas plataformas online – também se posiciona criticamente em relação aos gestores dessas plataformas, questionando como esse fenômeno ganha proporções ainda maiores devido à omissão ou inação dessas empresas diante do problema.

Por isso, o *Golpeflix* volta sua atenção para essas plataformas, questionando-as sobre suas respostas aos eventos, em um movimento que busca legitimar o trabalho apresentado. O catálogo, ao focar nesse ponto, tenta reforçar a ideia de que, para compreender a magnitude da desinformação e suas consequências, é essencial entender o papel das empresas que permitem sua disseminação e como suas atitudes, ou a falta delas, contribuem para a escalada do fenômeno.

Em suma, o catálogo *Golpeflix* se apresenta como uma narrativa jornalística construída para evidenciar a dimensão da desinformação e suas implicações no contexto político brasileiro, especialmente no episódio do 8 de janeiro. Ao se posicionar contra o discurso de desinformação, o catálogo constrói uma versão dos fatos que visa desmascarar as mentiras divulgadas por

grupos bolsonaristas, ao mesmo tempo em que questiona a omissão das plataformas digitais diante do problema. O catálogo cria uma linha do tempo clara, com um fio narrativo que conduz a história e que leva a um desfecho. Ele faz essa construção da realidade através de diversos movimentos que aproximam sua história da verdade e que se opõem ao discurso criado pela desinformação.

Mas, afinal, como o catálogo constrói seu efeito de verdade? Ele o faz por meio de uma narrativa jornalística estruturada, que se opõe frontalmente ao discurso da desinformação. Essa oposição se dá por meio de estratégias de objetivação e subjetivação, que englobam diversos recursos narrativos como dados, citações, imagens, vídeos, áudios, organizados serialmente e sequencialmente no catálogo e estruturados por técnicas do *storytelling* dentro do jornalismo digital. O catálogo privilegia os aspectos mais absurdos da narrativa da desinformação, criando uma linha do tempo de eventos e destacando as contradições nos discursos, as teorias conspiracionistas e os comportamentos duvidosos dos personagens envolvidos.

A narrativa é linear e cronológica, o que facilita a compreensão das causas e consequências dos eventos ao se relacionar ao tempo vivido humanamente quando os eventos aconteceram, o que além de promover uma sensação de continuidade e conexão entre os diferentes momentos da trama, também aproxima o leitor da história contada. A serialidade dos capítulos organizados em *stories* sequenciais, reforça essa continuidade, conduzindo o público de um evento para o próximo, enquanto cria um espaço para que os arcos narrativos se expandam, se aprofundem e se entrelaçem. A organização seriada da narrativa, a divide em blocos que podem funcionar como unidades independentes, mas se conectam entre si para formar uma história com início, meio e fim.

O fio condutor da narrativa é o questionamento da legitimidade das eleições de 2022, que serve como ponto de partida e mantém a tensão ao longo dos capítulos. Esse conflito entre os discursos de desinformação e a verdade é constantemente alimentado pela crítica aos personagens envolvidos e pelas contradições que permeiam suas falas e ações. A dramatização do absurdo das alegações bolsonaristas e das teorias conspiratórias, como as de que Lula estaria morto ou teria sido substituído por um clone, cria uma sensação de incredulidade que leva o espectador a refletir sobre a veracidade dessas afirmações e a se alinhar à narrativa apresentada no catálogo.

Uma das estratégias-chave do *Golpeflix* é a contraposição entre um discurso e o outro. A cada afirmação feita por Bolsonaro ou seus aliados, o catálogo contrasta essas palavras com imagens, vídeos e testemunhos que revelam a realidade dos eventos. A exposição do contexto

histórico e político também é uma estratégia fundamental no *Golpeflix*. Ao situar o discurso desinformativo em um contexto mais amplo de manipulação e desinformação, o catálogo permite que o público compreenda as alegações golpistas não apenas como incoerências pontuais, mas como parte de uma estratégia deliberada de deslegitimação das instituições democráticas. Essa análise crítica revela que as ações golpistas não são eventos isolados ou acidentais, mas sim uma narrativa com objetivos claros e uma estratégia de desinformação que tenta se passar por verdadeira.

Ao questionar o papel das plataformas digitais e seu envolvimento na propagação dessas mentiras, o *Golpeflix* também amplia sua crítica para a estrutura maior que permitiu que esse fenômeno crescesse. Através de todos esses movimentos citados na análise, o catálogo estabelece, enfim, um contrato com seu leitor, porque oferece a ele informações contextualizadas e permite que o espectador tire suas próprias conclusões acerca do conteúdo. O que fortalece a fidelização com o que foi apresentado e aprimora o efeito de verdade que deseja estabelecer.

Afinal, o catálogo propõe uma versão dos eventos que se coloca como uma resposta crítica ao discurso desinformativo, ou seja, ele não apenas oferece uma versão mais verossímil dos acontecimentos, mas também aponta para as falhas estruturais no tratamento da desinformação, propondo uma reflexão sobre o papel das plataformas digitais e dos próprios cidadãos na construção e manutenção da verdade coletiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora o *Golpeflix* não adote os métodos tradicionais da checagem de fatos, como os comumente utilizados por veículos jornalísticos e agências especializadas, sua abordagem narrativa cumpre uma função semelhante, mas com estratégias distintas. Em vez de seguir exclusivamente a lógica objetiva da checagem, que se baseia na análise documental dos dados, o catálogo constrói sua própria forma de “checagem” por meio de uma narrativa que não se limita às técnicas objetivas do jornalismo tradicional. Ele também faz uso de recursos subjetivos, que aproximam o leitor e criam um espaço em que ele é convidado a participar ativamente da narrativa. Trata-se, portanto, de um trabalho complexo de desmascaramento, que assume para si diversas nuances na construção da narrativa.

O *Golpeflix* utiliza uma combinação da construção dos personagens e dos eventos no discurso jornalístico para desconstruir as narrativas falaciosas de forma quase teatral. Ao criar vilões e mocinhos, incitar sentimentos de raiva e surpresa e construir uma história que revela as contradições e incoerências dos discursos golpistas, bem apoiadas nas técnicas do *storytelling* e na organização seriada dos capítulos, o catálogo oferece uma experiência que vai além da simples exposição dos fatos. Através de imagens, vídeos e áudios capturados diretamente dos próprios golpistas, ele torna as mentiras e distorções evidentes, de maneira que o absurdo se torna impossível de ignorar.

O absurdo nos é exposto quando percebemos que as mentiras são tantas e de uma magnitude tão grande, que elas se chocam de forma veemente com a concepção de realidade que aceitamos socialmente. O *Golpeflix* desconstrói esse absurdo ao desmembrar as histórias em diversos pontos e refutar cada um deles. Desde as narrativas sobre o artigo 142, as teorias da intervenção militar, as campanhas de desinformação orquestradas com o apoio de figuras políticas e veículos de comunicação, as alegações de fraude nas urnas, a morte de Lula, até as supostas movimentações para a tomada de poder, que para os golpistas eram legítimas, o *Golpeflix* evidencia a desconexão com a verdade que essas narrativas apresentam. A desconstrução do absurdo se concretiza quando, ao sermos confrontados por essas distorções e chegarmos ao ponto de questionarmos se aquilo é realmente verdade, o catálogo nos revela essa total dissonância com os fatos. Esse processo, por si só, funciona como uma forma de checagem, pois, ao colocar os discursos da desinformação em confronto com a verdade exposta, o catálogo não apenas desmascara, mas também refuta as versões distorcidas da realidade que circulam nas redes sociais, criando, ao mesmo tempo, um efeito próprio dessa verdade.

Essa estratégia narrativa é a chave para entender como o *Golpeflix* organiza seu discurso. Cada frase é cuidadosamente montada, cada pedaço do acontecimento é destacado de maneira específica, e a maneira como os aspectos objetivos e subjetivos se intercalam na narrativa não é aleatória. Nada ali é ingênuo; cada escolha de linguagem tem a intenção de evidenciar algo específico, o que faz parte da própria produção jornalística. Sabemos que o jornalismo é permeado por influências sociais, culturais e políticas, sendo também construído por princípios editoriais e lógicas mercadológicas, o que o torna um discurso estratégico com um objetivo claro, sendo o *Golpeflix*, também resultado disso.

Ao longo da narrativa, foram observados os 9 capítulos que compõem o *Golpeflix*, bem como todos os *stories* que o constituem, e que apresentam temas específicos de acontecimentos que marcaram o Brasil entre outubro de 2022 e o dia 8 de janeiro de 2023. Dentro desses capítulos, foram observadas 657 mídias digitais (vídeos, fotos e áudios) selecionadas pela agência *Aos Fatos* a partir de uma base de arquivos própria. Podemos dizer que, o *Golpeflix* não se limita apenas ao que é apresentado dentro do catálogo, como também faz apontamentos que expandem seu escopo, questionando não apenas os indivíduos e seus discursos apresentados, mas também as estruturas maiores que permitem a disseminação dessas informações, com um foco especial nas plataformas digitais.

Nesse sentido, o catálogo assume um papel duplo: realiza uma checagem de contextualização mais aprofundada em comparação com uma checagem tradicional (o que faz com que o formato se aproxime mais do *debunking*), enquanto também oferece uma crítica que se estende aos aspectos sociais, culturais e externos à narrativa. As expressões irônicas e as críticas pontuadas pelo catálogo desempenham um papel importante na exposição da farsa e no questionamento das versões opostas da história.

Entretanto, alinhado com algumas críticas ao *fact-checking*, não poderíamos deixar de mencionar que, embora haja um nível de contextualização mais aprofundado no produto em comparação com uma checagem tradicional, acreditamos que, para maior clareza das ideias apresentadas, seria interessante adicionar uma nota explicativa a cada mídia, indicando o que está errado naquela mídia em específico. Isso ajudaria a tornar o entendimento do conteúdo mais acessível e a esclarecer melhor o impacto da desinformação.

No entanto, percebemos que, para manter o ritmo da narração, isso poderia ser uma interrupção. A adição dessas notas poderia prejudicar a capacidade do produto de surpreender e envolver o público, uma característica própria da mídia digital. A serialidade, que é uma ferramenta fundamental para gerar o encadeamento dos eventos, poderia ser comprometida, já

que essas notas poderiam quebrar a estrutura do catálogo e afetar a dinâmica de criação de ganchos e rupturas de expectativa.

Outro ponto relevante é o trabalho envolvido. Considerando a quantidade de mídias reunidas, inserir notas explicativas para cada uma delas seria uma tarefa extremamente difícil e, talvez, desnecessária. Mesmo assim, o catálogo mantém seu propósito de gerar reflexão sobre a desinformação, sem que a falta dessas notas comprometa seu impacto ou clareza.

Jornalisticamente, o *Golpeflix* busca nos instigar, provocando uma reflexão crítica sobre o 8 de janeiro, encorajando-nos a olhar para esse episódio de forma abrangente, considerando todo o contexto que o envolve, e não somente o que envolve este dia em específico. O papel do jornalismo é justamente esse: provocar o confronto, instigar novas perspectivas sobre os acontecimentos. O que o catálogo faz é apresentar, com riqueza de detalhes, o que ocorreu sob uma perspectiva crítica, oferecendo um olhar sobre o processo de manipulação da desinformação. Sua importância está em mostrar como discursos aparentemente desconexos podem ser estrategicamente interligados para construir uma realidade alternativa ao mesmo tempo em que ele próprio constrói uma versão da realidade em contraposição.

É sobre também ver todos os lados dessa história. O catálogo nos chama a atenção para a importância de questionarmos o que consumimos em nossa vida cotidiana. Será que tudo o que nos é apresentado em determinado espaço, seja nas redes sociais, nos meios de comunicação ou em outros ambientes, é realmente verdade? O catálogo nos provoca a refletir sobre as narrativas que nos cercam e a necessidade de adotar uma postura mais crítica frente ao que é disseminado como informação.

Entendemos, então, que o *Golpeflix* adota uma abordagem complexa e multifacetada para expor e combater a desinformação. Agora, resta-nos medir como o público percebe essas estratégias e avaliar sua eficácia na transmissão da mensagem que o catálogo deseja passar em um próximo estudo. Isso levanta questões importantes sobre a recepção do conteúdo e a capacidade dessas técnicas narrativas de alcançar e engajar diferentes audiências. Esse cenário abre portas para novas pesquisas na área, permitindo uma reflexão mais profunda sobre o impacto de narrativas alternativas no combate à desinformação e na formação de opinião pública.

REFERÊNCIAS

- MELLO, Daniel. **Quase 90% dos brasileiros admitem ter acreditado em fake news.** Agência Brasil, São Paulo, 1 abr. 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2024-04/quase-90-dos-brasileiros-admitem-ter-acreditado-em-fake-news>
- ALTARES, Guillermo. **A longa história das notícias falsas.** *El País*, Madri, 18 jun. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/06/08/cultura/1528467298_389944.html. Acesso em: 2 out. 2024
- ALVES, Yago Modesto. SILVA, Edna de Mello. **As narrativas jornalísticas em formato de stories no Instagram e Snapchat.** *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, v. 44, p. 73-92, 2019. DOI: 10.12795/Ambitos.2019.i44.05.
- AOS FATOS. **Aos Fatos ganha prêmio para preservar acervo digital que originou Golpeflix.** 12 mai. 2023. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/aos-fatos-ganha-premio-para-preservar-acervo-digital-que-originou-golpeflix/>. Acesso em: 2 out. 2024
- AOS FATOS. **O que é checagem de fatos - ou fact-checking?** 2024a. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em: 1 out. 2024
- AOS FATOS. **Sobre o Aos Fatos.** 2024b. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/sobre-o-aos-fatos/>. Acesso em: 1 out. 2024
- ASSOCIAÇÃO DE JORNALISMO DIGITAL (AJOR). **Sobre a Ajour.** 2024. Disponível em: <https://ajor.org.br/sobre-a-ajor/#missao>. Acesso em: 2 out. 2024
- BENETTI, Márcia. **O jornalismo como gênero discursivo.** *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 15, p. 13-28, jun. 2008.
- CARVALHO, Carmen. OTERO LÓPEZ, Maria. ANDRADE, Karina Costa de. **Agências de checagem no Brasil: uma análise das metodologias de Fact-Checking.** SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Goiânia, 2019. Disponível em: <https://proceedings.science/sbpjor-2019/trabalhos/agencias-de-checagem-no-brasil-uma-analise-das-metodologias-de-fact-checking?lang=pt-br>. Acesso em: 1 out. 2024
- COSTA, Siliana Dalla. **Conceito de verdade como compromisso ético jornalístico.** Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC. In: XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Caxias do Sul, RS, 15 a 17 jun. 2017. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Disponível em: <portalintercom.org.br>. Acesso em: 2 out. 2024
- DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas.** *El País*, 30 abr. 2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html. Acesso em: 2 out. 2024

DARWICH, Rosângela Araújo. C. G. OLIVEIRA, Ivana. CARDOSO, Jefferson Luis da Silva. **Agências de checagem de fatos no combate à desinformação no Brasil**. Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Anais Intercom, 2023. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2023/listaGP.php>. Acesso em: 27 set. 2024

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão. **Fake News na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/31967>. Acesso em: 2 out. 2024

FACTCHECK.ORG. *About Our Mission*. 2024. Disponível em: <https://www.factcheck.org/about/our-mission/>. Acesso em: 1 out. 2024

FONSECA, Bruno. **O que é fact-checking?** Agência Pública, 2017. Disponível em: <https://apublica.org/checagem/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>. Acesso em: 1 out. 2024

FRANZONI, Sabrina. BERTASSO, Daiane. LISBOA, Silvia. **A verdade no jornalismo: relações entre prática e discurso**. Verso e Reverso, v. 25, p. 58-05, abril 2011. DOI: 10.4013/ver.2011.25.58.05.

GABRY, Victor Martini. **A Educação na Checagem Jornalística: Os Princípios da IFCN e a Função Didática do Jornalismo**. Revista Iniciacom – Vol. 11, N. 1 (2022). Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/iniciacom/article/view/3968>. Acesso em: 1 out. 2024

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II: ensaios semióticos**. Tradução Dilson Ferreira da Cruz. - 1. ed. - São Paulo: Nankin Editorial: Edusp, 2014. 256 p.; 23 cm. Tradução de: Du sens li: essa is sémiotiques.

HELLER, Bruna. JACOBI, Greison. BORGES, Jussara. **Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da ciência da informação**. Ciência Da Informação, Brasília: IBICT, vol. 49, n. 2, p. 1-258, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/5196>. Acesso em: 01 out. 2024

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK (IFCN). *Commit to Transparency*. 2024a. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>. Acesso em: 2 out. 2024

INTERNATIONAL FACT-CHECKING NETWORK (IFCN). *Signatories*. 2024b. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>. Acesso em: 2 out. 2024

LACERDA, Nara. **Atentado de 8 de janeiro já é fato histórico, mas ainda precisa ser enfrentado pelo país**. Brasil de Fato, São Paulo, 7 jan. 2024. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2024/01/07/atentado-de-8-de-janeiro-ja-e-fato-historico-mas-ainda-precisa-ser-enfrentado-pelo-pais>. Acesso em: 01 out. 2024

LINDWALL, Anneli Kimber. PAMMENT, James. *Fact-checking and debunking: a best practice guide to dealing with disinformation*. NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2021. Disponível em: <https://stratcomcoe.org/publications/fact-checking-and-debunking/8>. Acesso em: 2 out. 2024

MACHADO, Arlindo. **A narrativa seriada**. In: MACHADO, Arlindo. A televisão levada a sério. São Paulo: Editora SENAC. São Paulo, 2000.

MANUAL DA CREDIBILIDADE. **A desinformação na história**. 2024a. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/historia>. Acesso em: 2 out. 2024

MANUAL DA CREDIBILIDADE. **Jornalismo e democracia**. 2024b. Disponível em: <https://www.manualdacredibilidade.com.br/jornalismoedemocracia>. Acesso em: 2 out. 2024

MATTOS, Cristine Fickelscherer. **Narrativa seriada e comunicação: meios, modos e tempos**. Texto Livre, Belo Horizonte, v. 11, n. 3, p. 268-280, set.-dez. 2018. DOI: <10.17851/1983-3652.11.3.268-280>. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivre/article/view/16822>. Acesso em: 2 out. 2024

MIGUEL, Luis Felipe. **Jornalismo, polarização política e a querela das fake news**. Estudos em Jornalismo e Mídia, vol. 16, n. 2, p. 46-58, jul./dez. 2019. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p46>. Acesso em: 2 out. 2024

MOTTA, Luiz Gonzaga. **A análise pragmática da narrativa jornalística**. 2008. Intercom. Disponível em: <https://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/105768052842738740828590501726523142462.pdf>.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jogos de linguagem e efeitos de sentido da comunicação jornalística**. Estudos em Jornalismo e Mídia, v. 1, n. 2, 2004a. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2077>. Acesso em: 2 out. 2024

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jogos semânticos, efeitos de sentido e ação cognitiva nas notícias**. In: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Compós, 2006.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Jornalismo e configuração narrativa da história do presente**. E-compós, v. 1, dez. 2004b. Disponível em: <http://www.compos.org.br/e-compos>. Acesso em: 2 out. 2024

MOURA, Júlia Frank de. Costa, Gabriel da. **Desinformação e fact-checking: a checagem de fatos como instrumento a favor da democracia**. Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília. Comunicologia, v. 15, n. 1, p. 1-14, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RCEUCB/article/view/14136>. Acesso em: 2 out. 2024

NÓBREGA, Lizete Barbosa da. **O fact-checking no combate à desinformação: um estudo de caso da Agência Lupa e suas estratégias para a retomada da verdade factual**. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2021.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. **Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia**. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense, Niterói. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, dezembro de 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.1505>. Acesso em: 2 out. 2024

PAES, Fabio Amaral de Oliveira. **Desinformação científica no Twitter: fixação de crenças em torno da Cloroquina durante a pandemia da Covid-19**. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Belo Horizonte, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/45844>. Acesso em: 2 out. 2024

PALÁCIOS, Marcos. **Fake News e a Emergência das Agências de Checagem: terceirização da credibilidade jornalística?** In: MARTINS, Moisés de Lemos; MACEDO, Isabel (Ed.). Políticas da Língua, da Comunicação e da Cultura no Espaço Lusófono. V. N. Famalicão: Edições Húmus, 2019.

POSSETTI, Julie. MATTHEWS, Alice. *A short guide to the history of 'fake news' and disinformation: a learning module for journalists and journalism educators*. International Center for Journalists (ICFJ), Washington, 2018. Disponível em: <https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation%20ICFJ%20Final.pdf>. Acesso em: 2 out. 2024

PRADO, Jean Gabriel Reis do. MORAIS, Osvando José de. **A checagem de fatos (fact-checking) como nova prática jornalística: história, crescimento e profissionalização**. In: XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2018, Belo Horizonte, MG. Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018.

PULITZER. *The Pulitzer Prizes*. 2024. Disponível em: <https://www.pulitzer.org/page/history-pulitzer-prizes>. Acesso em: 1 out. 2024

RICUPERO, Bernardo. **O que foi o 8 de janeiro?** Jornal da Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 8 jan. 2024. Disponível em: <https://jornal.usp.br/?p=716080>. Acesso em: 27 set. 2024

SANTOS, Emmanuely Castro dos. MACIEL, Ruberval Franco. **Verdade situada e a construção de sentido no contexto da Pós-Verdade**. In: XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, 2018, Campo Grande, MS. Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2018.

SANTOS-D'AMORIM, Karen. MIRANDA, Májory Fernandes de Oliveira. **Informação incorreta, desinformação e má informação: Esclarecendo definições e exemplos em tempos de desinfodemia**. Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação, Florianópolis, v. 26, p. 01-23, 2021. DOI: 10.5007/1518-2924.2021.e76900. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/view/76900>. Acesso em: 1 out. 2024

SIEBERT, Silvânia. Pereira, Israel Vieira. **A pós-verdade como acontecimento discursivo**. Revista Brasileira de Linguística Aplicada, v. 20, n. 2, p. 1-20, 2002. DOI: 10.1590/1982-4017/200201-00-00.

SILVA, Fabiano Couto Corrêa da. **A Sociedade da Desinformação**. *Logeion: Filosofia da Informação*, Rio de Janeiro: IBICT, vol. 9, n. 1, p. 143-161, set. 2022/fev. 2023. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10183/249679>. Acesso em: 01 out. 2024

SOUSA, Sabrina Teixeira de. Rios, Riverson. **O storytelling como ferramenta do webjornalismo**. Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017. Acesso em: 2 out. 2024

TAMBOSI, Orlando. **Jornalismo e teorias da verdade**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. 30, n. 1, p. 35-48, jan./jun. 2007. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/279>. Acesso em: 2 out. 2024

TAUKATCH, Patricia Aparecida Hoça. Santos, Filipe Bordinhão dos. **O fato e a ficção: Aplicações do storytelling no jornalismo contemporâneo**. In: 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017, Curitiba, PR. Anais Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/>. Acesso em: 2 out. 2024

TEIXEIRA, João Senna. **Regimes de serialidade, volume 3**. Salvador: Benditas, 2020. Coleção narrAtiVas. 31 p.; il. ISBN: 978-65-87091-00-6. ISBN da coleção: 978-65-87091-04-4.

UNESCO. **Jornalismo, Fake News & Desinformação: Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo**. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2019. ISBN 978-85-7652-240-9. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>. Acesso em: 2 out. 2024