

Desinformação como estratégia eleitoral: como inocular os efeitos de narrativas que incentivam a descrença no sistema eleitoral?

La desinformación como estrategia electoral: ¿cómo contrarrestar los efectos de las narrativas que fomentan la desconfianza en el sistema electoral?

Disinformation as an electoral strategy: how to counteract the effects of narratives that encourage distrust in the electoral system?

JOSCIAR SOUZA SILVA¹, TOBIAS DE ALCANTARA
DO NASCIMENTO², CAMILA MARIA CUSTÓDIO DIAS
DA SILVA³

Resumo: Este artigo mapeia conteúdos produzidos no YouTube para atacar o processo eleitoral nas eleições de 2022 e investiga como os usuários reagiram a esses vídeos que incentivaram a desconfiança no processo eleitoral brasileiro. Os vídeos foram selecionados com base nos conteúdos de desinformação eleitoral identificados pelo Sistema de Alertas de Desinformação Eleitoral do Tribunal Superior Eleitoral. A análise de conteúdo foi aplicada para interpretar as reações dos usuários na plataforma digital em relação aos vídeos que promoviam debates sobre a integridade do sistema eleitoral. O estudo destaca que a desinformação foi empregada como uma estratégia de

¹ Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professor Adjunto no Instituto de Ciência Política (IPOL) da Universidade de Brasília (UnB). Email: joscimar144@gmail.com

² Doutorando em Ciências da Informação e Comunicação pela Université Bourgogne Europe (UBE). Pesquisador vinculado ao laboratório CIMEOS (Communications, Médiations, Organisations, Savoirs). Email: tobiasedalcantara9@gmail.com

³ Bacharel em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB). Email: camilamariacustodio@gmail.com

campanha eleitoral por atores da extrema direita para atacar o sistema eleitoral e as instituições democráticas e reflete sobre possíveis estratégias de inoculação da desinformação eleitoral.

Palavras-chave: Comunicação política; Comportamento Eleitoral; Integridade da Informação; Campanhas eleitorais.

Resumen: Este artículo recopila contenidos producidos en YouTube para atacar el proceso electoral en las elecciones de 2022 e investiga cómo reaccionaron los usuarios ante estos videos que fomentaban la desconfianza en el proceso electoral brasileño. Los videos se seleccionaron en función de los contenidos de desinformación electoral identificados por el Sistema de Alertas de Desinformación Electoral del Tribunal Superior Electoral. Se aplicó un análisis de contenido para interpretar las reacciones de los usuarios de la plataforma digital en relación con los videos que promovían debates sobre la integridad del sistema electoral. El estudio destaca que la desinformación fue empleada como estrategia de campaña electoral por actores de extrema derecha para atacar el sistema electoral y las instituciones democráticas, y reflexiona sobre posibles estrategias de inoculación de la desinformación electoral.

Palabras clave: Comunicación política; Comportamiento electoral; Integridad de la información; Campañas electorales.

Abstract: This article maps content produced on YouTube to attack the electoral process in the 2022 elections and investigates how users reacted to these videos that encouraged mistrust in the Brazilian electoral process. The videos were selected based on electoral disinformation content identified by the Electoral Disinformation Alert System of the Superior Electoral Court. Content analysis was applied to interpret user reactions on the digital platform to videos that promoted debates about the integrity of the electoral system. The study highlights that disinformation was used as an electoral campaign strategy by far-right actors to attack the electoral system and democratic institutions and reflects on possible strategies for inoculating electoral disinformation.

Keywords: Political communication; Electoral behavior; Information integrity; Electoral campaigns.

Introdução

Como a propagação de informação falsa no YouTube incentivou as discussões sobre a desconfiança no processo eleitoral durante as eleições de 2022? Estudos prévios indicam a relevância do YouTube nos debates sobre indícios de fraude eleitoral, com narrativas promovidas por atores políticos de

extrema direita para fins eleitorais (Dourado et al., 2024; Fernandes et al., 2025).

O objetivo deste artigo é identificar como essa campanha desinformativa mobilizou a opinião pública dos seguidores dos canais e outros usuários do Youtube alcançados pelos vídeos com desinformação sobre a integridade eleitoral. Este estudo contribui para o debate sobre estratégias de inoculação contra a informação falsa eleitoral. As estratégias de inoculação já foram estudadas em outros contextos desinformativos (Cook; Lewandowsky; Ecker, 2017), mas ainda precisam ser desenvolvidas e testadas em contextos eleitorais.

A ascensão das mídias sociais ampliou a proliferação de desinformação, dado que os usuários publicam e republicam informações para dar visibilidade para determinados discursos em detrimento de outros. Ao facilitar o compartilhamento de informações em larga escala, a permanência desses conteúdos no espaço online e o anonimato, as mídias sociais digitais contribuem para ampliar a propagação de informação falsa que buscam mobilizar a opinião pública. Assim, as campanhas de conteúdo enganoso se transformaram em estratégia permanente de marketing eleitoral, no qual seus efeitos contaminam a arena política e impactam nos direitos dos cidadãos de fazerem escolhas.

Dada a relevância do YouTube nas discussões sobre fraude eleitoral, selecionamos sete vídeos publicados na plataforma entre abril e dezembro de 2022 com base nos tópicos descritos pelo Sistema de Alertas de Desinformação Eleitoral (SIADÉ) do Tribunal Superior Eleitoral (TSE). A pesquisa aplicou a técnica de análise de conteúdo para interpretar a mobilização e a interação dos usuários por meio de comentários postados na plataforma, portanto, essa pesquisa é de natureza interpretativa, para compreender sobre o fenômeno informacional no pleito de 2022. Optou-se por restringir a pesquisa apenas ao YouTube levando em consideração os seguintes aspectos dessa plataforma: 1) facilidade para produzir e compartilhar vídeos em outras mídias sociais; 2) muitos usuários dessa plataforma no Brasil e; 3) automatização dos dados referentes às transcrições e aos comentários.

A seção 2 é dedicada ao debate conceitual sobre desinformação e seu uso como estratégia eleitoral. Em seguida, a seção 3, metodológica, apresenta os passos de coleta e análise dos dados. A seção 4 destaca os principais resultados da pesquisa e discute as implicações da desinformação como

estratégia eleitoral. Por fim, como considerações finais, o texto apresenta os principais achados e os potenciais desdobramentos da pesquisa.

O fenômeno da desinformação

A desinformação afeta a qualidade e a integridade da informação, com influência sobre a opinião pública e as decisões. Aqui, desinformação significa produção deliberada, pensada estrategicamente com uma finalidade de confundir, distorcer fatos ou criar teorias conspiratórias, divulgada para obter vantagens econômicas ou para enganar deliberadamente o público, e que é suscetível de causar um prejuízo público. (Comissão Europeia, 2018; Dourado; Almeida; Piaia, 2024; FGV/DAPP, 2020; Gross, 2018; Ireton, 2018; Kalil, 2022; Nobre, 2020; Pereira; Lunardi; Correia, 2023; TSE, 2022; Rosa; Ângelo; Braga, 2021; Valente, 2023; Vega Yañez, 2022)⁴.

A desinformação no processo eleitoral ameaça tanto a legitimidade das eleições quanto a democracia como um todo, pois a produção de narrativas falsas visa enganar e semear dúvidas entre os eleitores sobre o sistema eleitoral e espalhar desconfiança sobre o regime político que depende da confiança para se sustentar. Os conceitos de *misinformation* e desordem informacional também são úteis para a análise. O primeiro aponta para um problema de informação distorcida e/ou incompleta, mas em que não há intencionalidade nesta distorção; não aplicado a este trabalho, onde selecionamos narrativas falsas como estratégia eleitoral. Por outro lado, o conceito de desordem informacional nos é útil, por se tratar de um conjunto abrangente de distorções e deficiências na informação que afetam como as pessoas a consomem e, por extensão, podem moldar a maneira como indivíduos e grupos tomam decisões. Um ambiente com maior desordem informacional torna-se suscetível à desinformação e ao uso da desinformação como estratégia eleitoral.

Pereira, Lunardi e Correia (2023) argumentam que a difusão da desinformação dificultou o controle de qualidade das informações em uma sociedade de rede, pois todos são sujeitos comunicantes e destinatários das informações. O universo da desinformação se torna cada vez mais complexo e sofisticado: as fake news, por exemplo, agora têm uma segunda geração, as

⁴ Deepfakes sofisticam a informação. APJor: Associação Profissão Jornalista, São Paulo, 23 out. 2019. Disponível em: <https://www.anj.org.br/deepfakes-sofisticam-a-desinformacao/>. Acesso em: 06 de abril de 2024.

deepfakes, cujo potencial de estrago é ainda maior do que o da primeira versão. Também, os avanços da inteligência artificial generativa é capaz de produzir materiais realistas a partir de um simples comando de texto do usuário.

Neste contexto, ampliam-se as denúncias de supostas fraudes eleitorais. Vega Yañez (2022, p. 170) relata a dificuldade de identificar uma fraude eleitoral e comprová-la, pois apenas a denúncia não é suficiente para emitir uma decisão que qualifique o ato como fraudulento. Os discursos que alegam fraude eleitoral também são utilizados como um recurso para os atores políticos boicotarem o processo eleitoral ou prejudicarem a imagem de autoridades que serão eleitas, instaurando uma crise de credibilidade a longo prazo (Vega Yañez 2022; Dourado; Almeida; Piaia, 2024; FGV/DAPP, 2020)⁵.

Muitos trabalhos já analisaram a desinformação como produção proposital para prejudicar o debate político e as instituições eleitorais, afetando o processo eleitoral, enfraquecendo a legitimidade democrática e desincentivando a participação política e sobre como enfrentá-la (TSE, 2022) sobre suas características (Gross, 2018, p. 157) e sobre como enfrentá-las (Nobre, 2020). Porém, essa literatura ainda não respondeu sobre como a desinformação é utilizada como estratégia eleitoral. Entender isso é fundamental para atuar sobre as regras eleitorais impondo limitações para evitar que políticos e campanhas possam agir como articuladores na produção e propagação de informação falsa e ao mesmo tempo propor informação de qualidade que inocule os cidadãos quanto a narrativas falsas. A próxima sessão enfatiza o uso da desinformação como estratégia de campanha eleitoral.

A pós-verdade e a desinformação como estratégia de campanha eleitoral

A literatura sobre pós-verdade (Owen, 2017; D’Ancona, 2018; Block, 2019) indica seu uso político para manipulação da opinião pública, especialmente em contextos de polarização, onde a construção de narrativas se sobrepõe aos fatos (Emediato, 2016; Seixas, 2019). Lewandowski et al. (2017, p. 356) sintetiza que “um melhor enquadramento da mazela pós-verdade se dá através das lentes dos impulsionadores políticos que criaram uma epistemologia

⁵ Relembre alguns ataques de Bolsonaro ao sistema eleitoral sem apresentar. Folha de São Paulo. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2021/01/veja-o-que-bolsonaro-ja-disse-sobre-urnas-eletronicas-e-fraude-em-eleicao-sem-apresentar-provas.shtml>. Acesso em: 08 maio. 2024.

alternativa que não está em conformidade com os padrões convencionais de apoio probatório.

Cenários eleitorais radicalizados em ambientes digitais favorecem a pós-verdade. Miguel (2022, p. 7) afirma que a pós-verdade remonta ao uso no bojo do discurso político - em uma conjuntura de incerteza epistêmica absoluta - no qual se opera “uma difusão deliberada de desinformação” fortificando-se “seus adeptos em enclaves de seguidores de tal ou qual “verdade” alternativa, de maneira a bloquear qualquer tipo de interlocução com ideias diferentes”. Dessa forma, ele conclui que, “os dispositivos de pós-verdade são eficazes para bloquear o debate público” (Miguel, 2022, p. 8).

Em contexto de desordem informacional, a desinformação se operacionaliza mais facilmente (Araújo, 2024; Fish, 2017). A desinformação se dissemina sem controles, contaminando processos eleitorais (Cunha Filho; Carvalho; Carvalho, 2022).

A desinformação funciona como cadeia descentralizada com capilaridade no mundo virtual (Barreto Junior; Napolini; Picazio, 2023). Portanto, basta que os líderes dessa cadeia de comando – políticos, influenciadores digitais, assessores e produtores de conteúdo - soem o “apito de cachorro” para que a desinformação seja compartilhada e distribuída nas mídias sociais, estabelecendo uma dimensão falseada da realidade. Witten (2023) explica que a “política do apito de cachorro” é uma técnica projetada de forma consciente ou subconsciente que permite pelo menos duas interpretações plausíveis de uma mensagem que é compreendida apenas por um determinado grupo de pessoas sendo ocultada para o público geral.

O viés de confirmação é um componente indissolúvel da desinformação, no qual os interlocutores não estão interessados, obviamente, em informar seus destinatários, mas sim em reforçar suas próprias teses (Barreto Junior; Napolini; Picazio, 2023; Cunha Filho; Carvalho; Carvalho, 2022). Segundo Silva (2024), o forte resgate do discurso moral nos recentes processos eleitorais, indica que estes ocupam um papel central de atalhos informacionais, conectando profundamente emissores de desinformação e um público receptor ansioso para reafirmar suas convicções. Segundo Posetti (2018, p. 65), a disseminação de desinformação é ampliada nas “redes de confiança” e “reações emocionais”, desencadeadas por viés de confirmação, já que as pessoas tendem interagir com aquelas que compartilham afinidades ideológicas ou partidárias, no qual cria ecossistemas que rejeitam discursos que questionam suas crenças (Vega Yañez, 2022, p. 175), resultando numa

dissonância cognitiva, como tem atuado os discursos de moralização da política (Silva, 2024) e de reforço dos antagonismos (Silva; Alcantara, 2025).

A campanha de Bolsonaro exemplifica campanha centrada em desinformação. Bolsonaro constantemente compartilhava conteúdos sobre voto impresso e desconfiança no processo eleitoral (Kalil, 2022; Moraes; Silva, 2021)⁶.

Materiais e métodos

Esta pesquisa analisa conteúdos do YouTube que atacam o processo eleitoral em 2022 e reações de usuários, visando compreender estratégias de inoculação da desinformação.

A análise dos dados aplicará a técnica de análise de conteúdo, utilizada, dentre outras, para interpretações textuais (Sampaio; Lycarião, 2021, p.17). Como critério para a seleção dos vídeos para integrar essa pesquisa, foram utilizados os tópicos descritos pelo SIADE/TSE como fontes de desinformação (BRASIL, 2022c). Baseando-se nisso, a Tabela 1 traduz a estratégia utilizada para encontrar os vídeos que abordam sobre possíveis indícios de fraude eleitoral nas eleições gerais de 2022.

Quadro 1: Estratégia de busca dos vídeos no YouTube

Tema	Descrição	Vídeos que trataram essa questão
1) Fraude eleitoral;	Argumento é utilizado para descredibilizar processos eleitorais.	- Com medo dos militares, ala do TSE já fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral; - URGENTE: PF VAI FISCALIZAR AS URNAS ELETRÔNICAS; - Urnas Eletrônicas x Bolsonaro;

⁶ Ver também: .1. Marca do governo, live do Bolsonaro às quintas está abandonada há 3 semanas. Estado de Minas. Disponível em:

https://www.em.com.br/app/noticia/politica/2022/11/17/interna_politica,1422466/marca-do-governo-live-do-bolsonaro-as-quintas-esta-abandonada-ha-3-semanas.shtml. Acesso em: 08 maio. 2024.

		- Fraude Eleitoral?; - A treta das rádios - Completa.
2) Adulteração de votos;	Argumento menciona a possibilidade de invadir as urnas eletrônicas, além de alterar os votos.	- Com medo dos militares, ala do TSE já fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral.
3) Contagem fraudulenta de votos;	Argumento afirma que a contagem dos votos é manipulada, sobretudo, pelas instituições eleitorais.	- Com medo dos militares, ala do TSE já fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral; - TSE diz que urnas eletrônicas passarão por testes de segurança; - Urnas Eletrônicas x Bolsonaro;
4) Violação das urnas eletrônicas;	Argumento destaca que as urnas eletrônicas são vulneráveis.	- LIVE DA SEMANA - PR JAIR BOLSONARO (14/04/2022); - TSE diz que urnas eletrônicas passarão por testes de segurança;
5) Impossibilidade de se auditar as urnas eletrônicas;	Argumento alega que a contagem de votos não pode ser auditável.	- LIVE DA SEMANA - PR JAIR BOLSONARO (14/04/2022)
6) Código-fonte das urnas eletrônicas;	Argumenta que o código-fonte das urnas eletrônicas não é de acesso público.	- Com medo dos militares, ala do TSE já fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral; - TSE diz que urnas eletrônicas passarão por testes de segurança.
7) Resultado equivocado da eleição;	Questiona os resultados das eleições e tenta comprovar um ato fraudulento.	- Com medo dos militares, ala do TSE já fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral.
8) Ataque hacker às urnas e/ou ao TSE;	Argumenta que as urnas eletrônicas podem ser facilmente invadidas por hackers.	- TSE diz que urnas eletrônicas passarão por testes de segurança.
9) Informações falsas sobre horários, locais, ordem de votação e documentos exigidos;	Informações enganosas produzidas intencionalmente para lançar dúvidas nos eleitores sobre horários, exigidos;	Não foi identificado nenhum vídeo que tratou desse tema.

	locais, ordem de votação e documentos exigidos.	
10) Contas falsas da Justiça Eleitoral;	Páginas da Justiça Eleitoral criadas intencionalmente para enganar os eleitores.	Não foi identificado nenhum vídeo que tratou desse tema.

Fonte: Elaboração própria, com base nos tópicos descritos pelo SIADE.

O Quadro 1 apresenta a caracterização da estratégia de busca dos vídeos, empregando os termos do SIADE para selecionar os vídeos que formam esta pesquisa. Para obter os comentários que foram deixados pelos usuários utilizou-se a ferramenta *Youtube Data Tools*. Esses dados foram tratados no para a elaboração no corpus textual, que foi processado pelo software Iramuteq, permitindo a criação de gráficos de análise de similitude, que se baseia na teoria dos grafos que possibilita o estudo das relações entre os objetos de um modelo matemático. Com essa análise é possível inferir a estrutura de construção do texto e a frequência dos temas por meio da coocorrência entre as palavras (Salviati, 2017, p. 69).

A desinformação como estratégia eleitoral na campanha de Jair Bolsonaro (2022)

Neste tópico serão analisados sete vídeos publicados no YouTube que abordam questões sobre a legitimidade do processo eleitoral brasileiro no período de abril a dezembro de 2022. Essa análise apresentará os resultados obtidos e identificará de forma anônima as interações e reações dos usuários em relação a esses vídeos que promoviam debates sobre a integridade do sistema eleitoral.

Em março de 2019, o presidente recém-empossado Jair Bolsonaro iniciou uma tradição de realizar transmissões ao vivo nas noites de quinta-feira para tratar de diversos assuntos. Jair Bolsonaro buscava estabelecer um diálogo com seus seguidores, frequentemente acompanhado por algum secretário ou ministro de Estado que aproveitavam para explicar as ações de suas respectivas pastas (Moraes e Silva, 2021). Os autores constataram que no YouTube, ao vivo, a audiência oscilava entre 15 e 30 mil espectadores, contudo a gravação ficava disponível na plataforma e ao longo dos meses acumulavam milhares de visualizações.

No dia 14 de abril de 2022 foi publicado a Live da Semana no canal de Jair Bolsonaro no YouTube. Na transmissão ao vivo, Jair Bolsonaro dialogou com

o então presidente da Embrapa, Celso Moretti, sobre fertilizantes e a produção do trigo no Brasil. Subsequentemente, Bolsonaro reagiu a algumas notícias da semana e relatou durante a transmissão que “A urna não é inviolável, é penetrável, sim. Mas não vou falar disso, as Forças Armadas estão tomando conta disso”. Bolsonaro atacou as urnas eletrônicas 183 vezes entre 2019 e 2022.

O vídeo denominado “Com medo dos militares, ala do TSE fala em extinguir Comissão de Transparência Eleitoral” foi publicado no canal do programa “Os Pingos nos Is”, da Jovem Pan. Foram convidados os comentaristas João Maria Trindade, Ana Paula Henkel, Guilherme Fiuza e Rodrigo Constantino para discutirem a notícia. Verificou-se que a principal finalidade do vídeo era analisar sobre a possibilidade de encerramento dos trabalhos da Comissão de Transparência Eleitoral.

Os comentaristas argumentam que a Comissão foi criada para impedir o voto impresso, que o sistema foi violado e que ministros do TSE são partidários. Constantino afirma que nenhum país sério usa urnas eletrônicas.

O vídeo intitulado “URGENTE: PF VAI FISCALIZAR AS URNAS ELETRÔNICAS” foi publicado pelo canal Vista Pátria no YouTube. O jornalista Allan Frutuoso iniciou uma live no canal para analisar uma notícia divulgada no portal G1 pela jornalista Camila Bomfim, a qual dizia que “Em ofício ao TSE, ministério diz que PF poderá usar programas próprios para fiscalizar urnas”.

Durante a transmissão ao vivo, Allan Frutuoso manifesta apoio a Jair Bolsonaro e menciona que o povo anseia por uma eleição limpa. O jornalista Allan Frutuoso também apresenta a notícia que foi divulgada no site do Vista Pátria intitulada “Por que briga tanto pra não auditar urna?, diz Zezé di Camargo sobre TSE”. O jornalista pondera que diversos setores da sociedade estão desconfiando do sistema eleitoral brasileiro.

Frutuoso foi denunciado à CPMI das Fake News por participação em campanhas de ódio. Bolsonaro estabeleceu uma rede de disseminação de desinformação com atores da extrema direita.

No dia 15 de julho de 2022, foi publicado no YouTube o vídeo: “TSE diz que urnas eletrônicas passarão por testes de segurança”, pelo canal 3 em 1 da Jovem Pan. O programa 3 em 1 tem como objetivo apresentar três pontos de vista de um mesmo assunto. Participaram os comentaristas Fábio Piperno, Fernando Conrado, Marco Antônio e Rodrigo Constantino para analisarem a notícia sobre testes de segurança das urnas. Ao analisar a referida notícia o comentarista político, Rodrigo Constantino afirma que as Forças Armadas

estão apenas solicitando mais transparência e oferecendo sugestões para este processo que é administrado e centralizado pelo Tribunal Superior Eleitoral. Constantino expôs durante a discussão que os ministros da Corte Eleitoral possuem viés político, partidário e ideológico, além de lançar diversas críticas referente às urnas eletrônicas. Fernando Conrado faz uma analogia sobre as urnas eletrônicas comparando-as a uma casa que possui uma porta central difícil de acessar, mas diz que casas têm janelas e outras entradas que podem facilitar o acesso. Conrado comentou sobre a vulnerabilidade desse processo ao explicar que devido às diversas entradas da casa novos dados ou até mesmo votos podem surgir.

O vídeo nomeado “Urnas Eletrônicas x Bolsonaro” foi publicado no canal ZangãoBlues que é comandado por Toby Cotrim, o qual afirma que o objetivo do canal é “Derrubar os corruptos, expurgar os coniventes, se possível expulsá-los do Brasil”. Durante o vídeo, o jornalista manifesta apoio a Jair Bolsonaro e lança diversas críticas ao sistema das urnas eletrônicas, além de atacar os membros do Tribunal Superior Eleitoral. Identificou-se que já foram publicados no canal ZangãoBlues outros vídeos que atacam o sistema eleitoral e as instituições democráticas.

Em 25 de outubro de 2022, foi publicado no YouTube o vídeo intitulado “Fraude Eleitoral?” de autoria de Rodrigo Constantino que é escritor, colunista e comentarista político. Constantino inicia o vídeo afirmando que as eleições de 2022 seria a mais manipulada da história e endossa a desinformação de que as rádios nordestinas deixaram de transmitir materiais de campanha do então candidato à reeleição Jair Bolsonaro. O vídeo teve 108.560 visualizações e 1.499 comentários. O canal de Constantino não está mais disponível no YouTube.

Com relação às supostas irregularidades de inserção em rádios nordestinas, o presidente do Tribunal Superior Eleitoral, ministro Alexandre de Moraes, negou o pedido de campanha do então candidato à reeleição Jair Bolsonaro para investigar supostas irregularidades na veiculação de programas eleitorais em emissoras de rádios. Na decisão, Alexandre de Moraes destacou que haviam elementos mínimos para iniciar uma investigação sobre esse fato.

Constantino é um ator influente que critica as urnas. Em 24/10/2022, o Ministro Fábio Faria reconheceu que a baixa quantidade de inserções em rádios foi erro do partido, não do TSE.

O vídeo intitulado “A treta das rádios – Completa” foi transmitido ao vivo no YouTube pelo canal “Te atualizei” que é gerido pela blogueira bolsonarista

Bárbara Destefani. A transmissão ao vivo contou com a participação do jornalista Marco Antônio e tinha como objetivo apresentar uma cronologia de fatos para provar irregularidades em inserções de rádios na reta final das eleições por meio de análises de notícias que abordavam esse assunto.

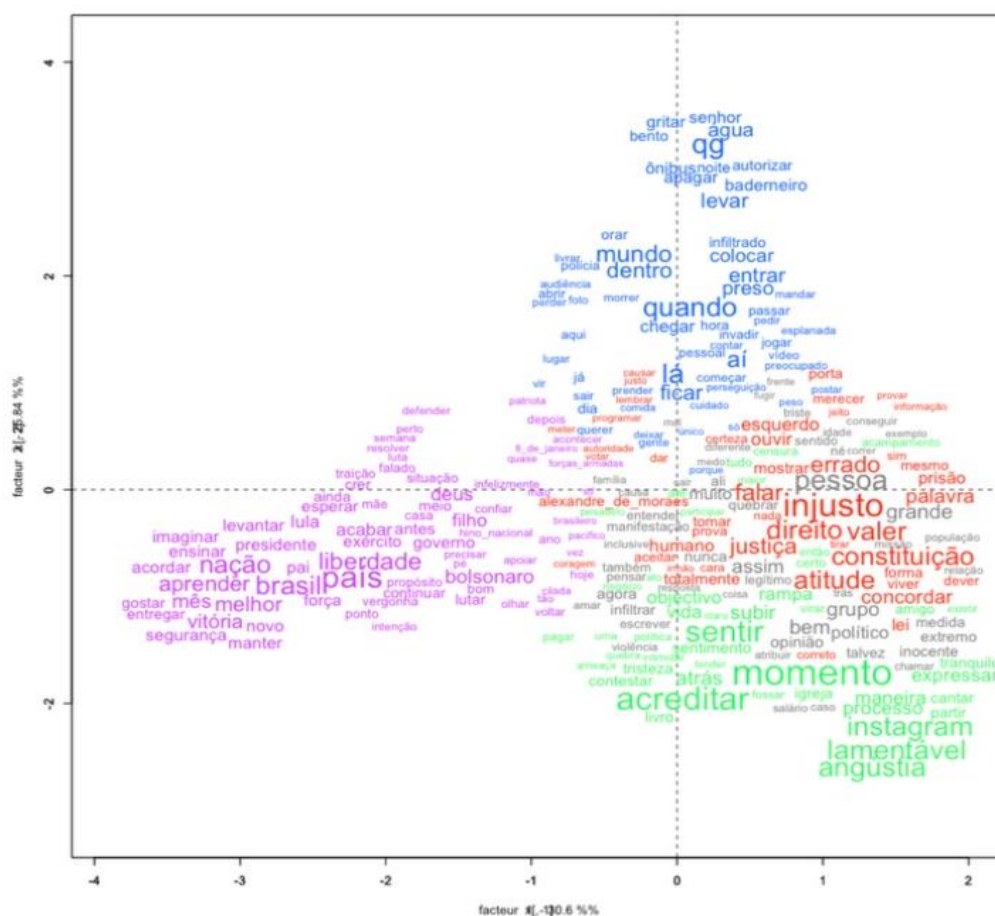
Essa transmissão ao vivo ocorreu no dia 26 de outubro de 2022 e a descrição do vídeo esclarece para o espectador que será debatido a “treta sobre as inserções nas rádios na reta final e evidencia que terá uma atualização sobre esse fato que não estaria sendo repercutido como deveria na mídia. Verificou-se que o canal Bárbara Destefani já foi alvo de investigação pelo Supremo Tribunal Federal por disseminação de desinformação e ataques ao sistema eleitoral.

Kalil (2022, p. 237- 238; 249) destaca que o “extremismo estratégico” são ações deliberadas para desacreditar o sistema eleitoral, deslegitimar as instituições democráticas e desestimular a livre manifestação do voto. A autora identifica que as ações dos atores da extrema direita, liderados por Jair Bolsonaro desde 2021, colocam a insurgência no espaço público como forma de assegurar a manutenção do poder, mobilizando seus apoiadores mais radicais e dispostos à violência antidemocrática.

O agregado das reações à desinformação eleitoral e possíveis estratégias de inoculação

Em pesquisas de opinião pública, sejam elas qualitativas ou quantitativas, evitamos o uso da palavra “efeitos” sobre qualquer fenômeno. Numa pesquisa que investiga a opinião pública online, não deve ser diferente. Neste trabalho, optamos por estudar as reações observadas nos comentários, sem estabelecer uma relação causal de persuasão, uma vez que os participantes podem ter visões pré-existentes. Assim, não conseguimos mensurar aqui efeitos de ativação, reforço e conversão (Lazarsfeld et al., 1948), mas um agregado das reações em decorrência do contato com os vídeos analisados. Essa análise agregada será útil para pensar estratégias de inoculação da desinformação eleitoral, que pode ser testada em estudos experimentais, a posteriori.

A Imagem 1, a seguir contém uma análise fatorial por correspondência de todos os comentários compilados de todos os vídeos analisados neste trabalho.

Imagem 1: Análise Fatorial de Correspondência

Fonte: Elaboração própria, com base no software Iramuteq

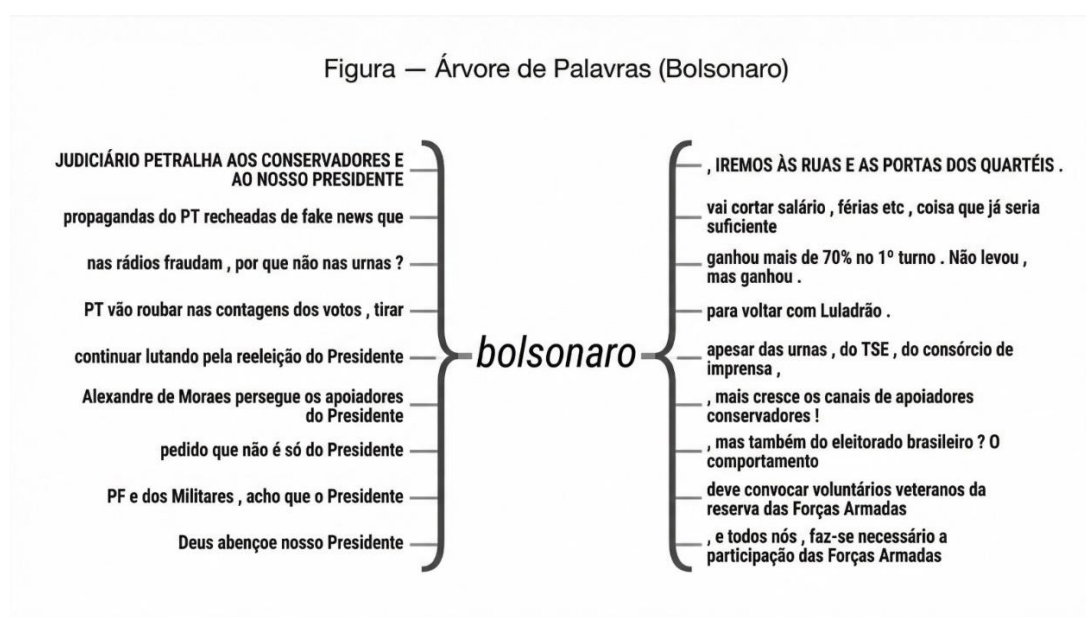
Com a análise da nuvem referente à análise fatorial de correspondência (Imagem 1) - gerada pelo software Iramuteq, dos comentários dos vídeos compilados em conjunto, é observável que as classes de comentários, em vermelho e cinza, encontram-se no centro do discurso e relacionam-se intimamente, no sentido de que os termos destas classes são geralmente mencionados em conjunto. Na classe vermelha, sobrelevam-se menções há um cenário “injusto” ao poder judiciário representado pelo “direito”, “justiça”, “constituição” e “Alexandre de Moraes” relacionadas a descredibilizar o processo eleitoral brasileiro e atacar as instituições democráticas durante as eleições gerais de 2022. Na classe cinza, os termos são mais uniformes em termos de menções e aparecem com um certo equilíbrio, “manifestação” no centro, “pessoa”, “bem”, “grupo”, “político” com certo destaque também. Além disso, percebe-se uma distinção entre as classes em azul, verde e roxo, as quais se encontram nas extremidades do gráfico, indicando uma desconexão entre os termos dessas classes. Desse modo, “nação”, “Brasil”, “país” e

“liberdade” parecem não estarem relacionados de maneira significativa com termos como “instagram”, “lastimável”, angústia”, “QG” e “mundo”.

A partir desta análise fatorial por correspondência é possível identificar um agregado das reações em decorrência do contato com os vídeos analisados. Esse agregado já nos mostra que os vídeos desinformativos podem estar reforçando predisposições eleitorais para o voto em Bolsonaro e para o reforço da desconfiança nas instituições eleitorais. Dessa forma, as ações de enfrentamento à desinformação eleitoral como bloqueios ou retiradas de vídeos desinformativos, ações de educação midiática e mesmo as de checagem dos fatos possuem um efeito limitado, pois já se encontra diante de uma audiência predisposta à crença na desinformação e num ambiente desordem informacional, onde as ações de enfrentamento se torna apenas mais uma informação disponível num turbilhão de outras informações, informações de baixa qualidade e desinformação.

Para enfrentar a desinformação, uma alternativa mais viável é a inoculação. Mas antes de refletir sobre estratégias de inoculação da desinformação, vamos avançar em compreender como atores políticos (no caso Bolsonaro) se apropriam da desinformação. Ao analisar os comentários vemos destacadamente o nome de Bolsonaro, mas é necessário analisar os comentários em contexto para entender como Bolsonaro é enquadrado nestes comentários. Para isso, fazemos uso da análise da palavra “Bolsonaro” como palavra tronco numa árvore de palavras, representada na Imagem 2.

Imagem 2: Árvore de palavras



Fonte: Elaboração própria, com base no *software Iramuteq*

Analizando a representação gráfica gerada pelo software Iramuteq em referência aos comentários feitos nos vídeos, compilados de maneira conjunta, sobre Bolsonaro, nota-se uma percepção popular a respeito do ex-presidente como uma figura messiânica “levantada por Deus” para governar o Brasil que “estava morto” o que reforça a aura de “mito” que fora conferida a Bolsonaro por seus eleitores, refletindo o que Silva (2024) denominou de uso do discurso moral como instrumento de campanha eleitoral.

Contudo, vale a pena destacar que o ex-presidente também foi alvo de críticas por “não ter coragem”, “não ter peitado o Congresso” e de ter cometido uma “traição”, assim não refletindo uma homogeneidade nos seguidores dessa página, que inclui desconfiados das urnas e das eleições, mas alguns também frustrados com a liderança de Bolsonaro. A frustração contra Bolsonaro, porém, não é contra o candidato, é a desilusão com o “mito”, já não atua no âmbito do real, mas da pós-verdade criada, embora possa abrir espaço para uma argumentação racional, ou para uma inoculação pelo contágio.

Sob uma perspectiva de viés populista de “nós” x “eles”, Bolsonaro buscou erigir um quadro em que a sua vitória no pleito representaria a preservação do bem e do progresso para o país ao passo que a vitória de Lula e sobre as instituições eleitorais e as urnas eletrônicas, tratados juntos, o que torna difícil distinguir o que é ataque ao adversário do que é ataque contra as instituições, ampliando a desordem informacional. Constrói-se realidade alternativa em que instituições se relacionam com Lula, ativando medo (Lewandowski et al., 2017).

Nesse sentido, emprega-se estrategicamente um discurso pós-verdadeiro com vistas a se obter ganhos eleitorais (Owen, 2017; Lewandowski et al. 2017; Fish, 2017, D’Ancona, 2018). Manipulou-se o emocional popular com base no medo (da assunção de um governo de viés progressista) visando-se retirar votos da esquerda e transferi-los para si, ou simplesmente impedir o voto na esquerda. Além disso, o que se mostra patente como fundamento deste tipo de discurso é o uso de campanha anti-política, anti-instituições políticas, focada justamente na conformação de uma imagem pública desfavorável de seu adversário político, mas também do próprio processo eleitoral (Silva, 2021; Silva, 2023; Silva; Telles, 2025; Telles; Silva, 2025).

Percebemos que os comentários ilustram os efeitos do emprego de técnicas discursivas desinformacionais em campanhas eleitorais sobretudo baseadas em pós-verdade, nas quais primeiro se constrói o inimigo e depois associam as instituições ao inimigo criado. Apesar de na análise macro dos comentários compilados em conjunto perceber-se uma classe (vermelha) de palavras

relacionadas a descredibilização do processo eleitoral brasileiro e a um ataque às instituições democráticas durante as eleições de 2022, na análise centralizada na palavra “Bolsonaro” isto não foi verificado de maneira significativa, ganhando mais destaque ataques à esquerda e a Lula. Isso se deu pois a imagem do adversário (Lula e esquerda) como inimigo já estava construída. A partir desse antagonismo exacerbado foi possível colocar o medo como ameaça à credibilidade do processo eleitoral (Silva, Alcantara, 2025).

Neste contexto, é preciso reconstruir a legitimidade do adversário, é preciso reconstruir o agonismo democrático (Silva, Alcantara, 2025). Tendo a legitimidade do jogo eleitoral sido reconstruída, fica inoculado o contágio da desinformação eleitoral. Esse aspecto pode ser constatado também em outro momento da nossa análise neste artigo. Parcela dos comentários atribuíam a Bolsonaro a alcunha de “levantado por Deus” e “mito”. Dessa forma, a melhor estratégia de inoculação não é defender as urnas eletrônicas pontualmente, mas defender as regras do jogo eleitoral democrático e colocar os candidatos apenas como humanos em disputa.

A inoculação da desinformação eleitoral se faz com educação política e educação midiática. Inoculação é como uma vacina, vem antes da doença. A estratégia de inoculação mais tratada é a educação midiática, mas é possível também outras. Por exemplo, um candidato A sabe que o oponente B pode atacá-lo com uma desinformação de corrupção; o candidato A começa a emitir mensagens falando que o oponente B gosta de mentir. Assim o potencial atacado vacina o público contra a desinformação. A checagem dos fatos vai sobre a desinformação veiculada, a inoculação vai sobre o comportamento, neste caso, do adversário.

Outro exemplo de inoculação possível para enfrentar a desinformação eleitoral, é que os órgãos eleitorais produzam conteúdo mostrando os tipos de desinformação mais comuns no período eleitoral antes de isso acontecer, ou seja, antes do período eleitoral, enquanto há menos distúrbio informacional no campo eleitoral. Inoculação é fortalecer a "imunidade" comportamental dos eleitores contra a desinformação. Outro bom exemplo de inoculação, é que órgãos eleitorais façam campanhas informando como funcionam as urnas eletrônicas.

Considerações finais

Nesta pesquisa, estudamos a desinformação que tinha como alvo desacreditar o processo eleitoral brasileiro e atacar as instituições eleitorais durante as eleições gerais de 2022. Com base no objetivo geral, investigamos o engajamento dos usuários do YouTube, no que diz respeito aos vídeos publicados na plataforma que discutiram amplamente sobre a desconfiança no sistema eleitoral. Foram analisados sete vídeos considerados potencialmente desinformativos, conforme a descrição do SIADE.

A desinformação foi empregada como uma estratégia de campanha eleitoral que contou com a atuação de atores da extrema direita liderada pelo ex-presidente da República Jair Bolsonaro, que estabeleceu uma rede de desinformação para atacar o sistema eleitoral. A análise dos comentários extraídos de vídeos desinformativos durante o período eleitoral de 2022 revela um cenário complexo, no qual as narrativas falsas ou distorcidas atuam menos como um agente de conversão e mais como um catalisador para o reforço de predisposições políticas e ideológicas usando o antipetismo como inimigo.

Simultaneamente, a figura do então presidente Jair Bolsonaro é enquadrada de maneira ambivalente: por um lado, como uma figura messiânica e salvadora (“levantado por Deus”, “mito”); por outro, como alvo de frustração por parte de seus próprios apoiadores, que o criticaram por uma suposta falta de ação enérgica, indicando que a frustração já não atua no âmbito do real, mas da pós-verdade criada.

Fica evidente que a estratégia discursiva empregada se alinha ao conceito de pós-verdade. Ao fundir os ataques ao adversário com os ataques às instituições, amplia-se a desordem informacional, que dificulta a distinção entre crítica política legítima e campanha de desacreditização do sistema. Nesse contexto, as ações tradicionais de combate à desinformação, como a checagem de fatos e a remoção de conteúdo, demonstram ter um alcance limitado.

Diante desse diagnóstico, o estudo propõe a inoculação como uma estratégia mais promissora e estruturante. Em vez de remediar a desinformação após sua disseminação, a inoculação propõe uma abordagem profilática, análoga a uma vacina, que visa fortalecer a “imunidade comportamental” dos eleitores. Isso se daria não apenas pela defesa pontual da segurança das urnas, mas pela promoção de uma educação política e midiática que capacite o cidadão a identificar táticas de manipulação. Exemplos práticos incluem campanhas proativas dos órgãos eleitorais sobre o funcionamento do processo eleitoral,

realizadas antes dos períodos de maior conflagração política, e a exposição prévia dos tipos mais comuns de narrativas enganosas. A estratégia mais resiliente a longo prazo consiste em desmistificar figuras políticas, apresentando-as como humanas e falíveis, e em defender as regras do processo democrático como um valor fundamental. Ao fortalecer a capacidade crítica do eleitorado antes que a “doença” da desinformação se instale, é possível construir um ambiente informacional mais saudável e, conseqüentemente, uma democracia mais robusta.

Este estudo apresenta limitações que podem ser superadas em pesquisas futuras. A análise capturou reações gerais aos vídeos, mas não estabeleceu ligação causal entre exposição e mudança comportamental. A análise não garante representatividade do eleitorado brasileiro nem generalização para outros contextos ou plataformas.

Porém, este artigo contribui para entender a desinformação como estratégia eleitoral que reforça predisposições dos eleitores, classificando-a como discurso de pós-verdade que manipula emocionalmente pelo medo, combinando ataques a adversários e instituições. Além disso, questiona a eficácia das estratégias tradicionais, como checagem de fatos e remoção de conteúdo, que têm alcance limitado em audiências já predispostas à desinformação, e propõe a inoculação, uma abordagem preventiva via educação política e midiática, realizável por órgãos eleitorais e campanhas, como alternativa promissora.

Bibliografia

ARAÚJO, C. A. Á. Dinâmicas de Desinformação. **Páginas a&b**: arquivos e bibliotecas, [S. l.], p. 31–52, 2024. Disponível em: <https://ojs.letras.up.pt/index.php/paginasaeb/article/view/14005>. Acesso em: 26 set. 2025.

BARRETO JUNIOR, I. F.; NASPOLINI, S. H.; PICAZIO, J. R. A. Ecossistema da desinformação política: análise dos mecanismos de disseminação da desinformação no Brasil. **Revista de Sociologia, Antropologia e Cultura Jurídica**, Florianópolis, Brasil, v. 8, n. 2, 2023. DOI: 10.26668/IndexLawJournals/2526-0251/2022.v8i2.9203. Acesso em: 29 set. 2025.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Eleições 2022**: TSE e plataformas digitais firmam parceria para combate à desinformação. TSE, 2022a. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Fevereiro/eleicoes-2022-tse-e-plataformas-digitais-firmam-parceria-para-combate-a-desinformacao>. Acesso em: 24 agosto. 2024.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Guia básico de enfrentamento à desinformação**, 2022b.

BRASIL. Tribunal Superior Eleitoral. **Sistema de alertas de desinformação eleitoral**. TSE, 2022c. Disponível em: <https://www.tse.jus.br/eleicoes/sistema-de-alertas>. Acesso em: 18 junho. 2024.

BLOCK, D.. **Post-truth and political discourse**. Cham: Palgrave-Macmillan, 2019.

COOK, J.; LEWANDOWSKY, S.; ECKER, U. K. H. Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. **PLOS ONE**, v. 12, n. 5, p. e0175799, maio 2017. DOI: 10.1371/journal.pone.0175799. Acesso em: 16 set. 2025.

COMISSÃO EUROPEIA. **Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia**, Bruxelas: Comissão Europeia, 2018.

DOURADO, T.; ALMEIDA, S.; PIAIA, V. Fraude nas urnas e contestação eleitoral no Brasil: análise multiplataforma de atores políticos, viés conspiratório e moderação de conteúdo. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 30, p. 1–26, 2024: e3017.

FERNANDES, C. M.; DEMURU, P.; ANDRADE, M. E. S. Ideologia Paralela: ideologia de gênero, conspiração e comentários no YouTube. **Intexto**, 2025. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/140249>

CUNHA FILHO, M.; CARVALHO, P. F. A. de; CARVALHO, S. C. Fake news: definições, tipologias e a insuficiência das respostas estatais (2017-2020). **Revista de Estudos Empíricos em Direito**, v. 9, 2022. DOI: 10.19092/reed.v9.705. Acesso em: 29 de setembro de 2025.

GROSS, C. P. Fake News e Democracia: Discutindo o status normativo do falso e a liberdade de expressão. In: **Fake News: a conexão entre a desinformação e o direito**. Coordenador: Diogo Rais. São Paulo: Thomson Reuters Brasil, 2018.

HENN, R. A desinformação como estratégia da extrema direita: a rearticulação dos memes do fascismo. **Textual**, n. 5, março de 2023.

IRETON, C. Verdade, confiança e jornalismo: por que é importante. In: UNESCO. **Jornalismo, Fake News e Desinformação**, 2018.

KALIL, I. Do “cidadão de bem” ao “patriota”: eleições, desinformação e extremismo. In: INÁCIO, Magna; OLIVEIRA, Vanessa. **Democracia e eleições no Brasil para onde vamos?** São Paulo: Hucitec/Anpocs, 2022, p. 237-251.

MAGNO, J. C. Noções de democracia em tempos de desinformação: as declarações do Ministro das Comunicações sobre indícios de fraude no 2º turno das eleições de 2022. **Revista Mediação**, v. 25, n. 35, 2023, p. 25-38.

MORAES, A. S. de; SILVA, D. P. A pandemia nas lives semanais: o uso de atenuadores na retórica anticrise de Jair Bolsonaro. **Revista Topoi** (Rio J.), 2021.

NOBRE, M. **Fake News e Integridade Eleitoral: o papel do Poder Judiciário brasileiro no controle da new media** (estudo com base nas eleições presidenciais de 2018). Dissertação de Mestrado em Ciência Política. Universidade de Lisboa. 2020.

PEREIRA, G. T.; LUNARDI, F. C.; CORREIA, P. M. A. R.. Direitos políticos e guerra virtual da desinformação: os novos desafios à legitimidade do processo eleitoral. **Synesis** v. 15, n. 2, p. 16–42, 2023.

POSETTI, J. Transformação da indústria de notícias: tecnologia digital, redes sociais e disseminação da informação incorreta e desinformação. In: UNESCO. **Jornalismo, Fake News e Desinformação**, 2018.

RAMOS, D. O.; ALMADA, P. E. R.; PEREIRA, N. B. Monitoramento das eleições brasileiras de 2022: affordances das plataformas YouTube, Instagram, TikTok, Twitter e Facebook e os usos em campanhas digitais. **Revista Mídia e Cotidiano** (USP), 2024. Disponível em: <https://repositorio.usp.br/item/003190456>. Acesso em 29 de setembro de 2025.

RECUERO, R. Discurso mediado por computador nas redes sociais. In: ARAÚJO, J.; LEFFA, V. (org.). **Redes Sociais e Ensino de Línguas: O que temos a aprender?** São Paulo: Parábola, 2016. p. 17-32, v. 1.

REIS, R.; ZANETTI, D.; FRIZZERA, L. A conveniência dos algoritmos: o papel do YouTube nas eleições brasileiras de 2018. **Compólitica**, v. 10, n. 1, 2020. DOI: <https://doi.org/10.21878/compolitica.2020.10.1.333>. Acesso em 29 de setembro de 2025.

ROSA, P. O.; ÂNGELO, V. A. de; BRAGA, T. Novíssimas direitas e a política na era da pós-verdade: uma análise da guerra cultural. *Simbiótica. Revista Eletrônica, [S. l.]*, v. 8, n. 2, p. 187–216, 2021. DOI: [10.47456/simbitica.v8i2.36384](https://doi.org/10.47456/simbitica.v8i2.36384). Acesso em: 29 set. 2025.

SALVIATI, M. E. **Manual do aplicativo Iramuteq**. Planaltina, 2017.

SAMPAIO, R. C.; LYCARIÃO, D. **Análise do conteúdo categorial**: manual de aplicação. Brasília: ENAP, 2021.

SILVA, E. C. de M. Nota Técnica #16 – Desinformação sobre urnas eletrônicas persiste fora dos períodos eleitorais. **Monitor do Debate Público no Meio Digital USP**. 2023.

SILVA, Joscimar S. Convicciones Morales. In: CRESPO, Ismael et al. **Diccionario Enciclopédico de Polarización Política y Emociones**. Madrid: ALICE/CEPC, 2024.

SILVA, Joscimar S; ALCANTARA, Tobias. Antagonismo. In: CRESPO, Ismael et al. **Diccionario Multimedia de Polarización Política y Afectiva**. Murcia: ALICE, 2025. Disponível em: <https://polarizacion.alice-comunicacionpolitica.com/voz/antagonismo/>. Acesso em 29 de setembro de 2025.

VALENTE, J. C. L. Regulando desinformação e *fake news*: um panorama internacional das respostas ao problema, **Comunicação Pública** [Online], Vol.14, nº 27, 2019. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.5262>. Acesso em 29 de setembro de 2025.

VEGA YAÑEZ, M. ¿Es un recurso el discurso de Fraude electoral? Elecciones en el continente americano 2019-2021. In: PANKE, Luciana; AZEVEDO, Ary. **Eleições, propaganda e desinformação**. Campina Grande: UEPB, 2022.

WITTEN, K. The Definition and Typological Model of a Dogwhistle. **Manuscrito** – Rev. Int. Fil. Campinas, v.46, n.3, e-2023-0052. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/man/a/vktmMPLqW4PSWHJhHKmLCfh/#> Acesso em: 10 junho. 2024.

Recebido em: 12/02/2026

Aceito em: 10/02/2026