

ARTICLE

# COMBATE À DESINFORMAÇÃO NO ATACADO:

## um estudo de caso do Desinformante enquanto modelo organizacional



BRUNO WASHINGTON NICHOLS

*Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro – Brasil*

ORCID: 0000-0002-8103-5066

RAFAEL GROHMANN

*University of Toronto, Toronto – Canadá*

ORCID: 0000-0003-1063-8668

DOI: 10.25200/BJR.v21n1.2025.1697

Recebido em: 28/04/2024

Desk Review em: 26/06/2024

Editor de Desk Review: Laura Storch

Revisado em: 02/09/2024

Aprovado em: 16/09/2024

Como citar este artigo: Nichols, B., & Grohmann, R. (2025). FIGHTING DISINFORMATION IN A STRUCTURAL WAY: a case study of the Desinformante as an organizational model. *Brazilian Journalism Research*, 21(1), e1697.

DOI: 10.25200/BJR.v21n1.2025.1697

**RESUMO** – Este artigo apresenta um estudo de caso do Desinformante, projeto brasileiro fundado em 2022 como uma inovação organizacional no combate à desinformação. Em vez de se restringir a um modelo de agência de verificação de fatos, o Desinformante é um misto de veículo midiático – com foco na cobertura da desinformação de forma estrutural e global – e um centro de articulação e coalizão com diversos setores, como os movimentos sociais e o poder judicial. Embora este duplo papel seja comum nos meios de comunicação independentes do país, isto não tinha sido testado em iniciativas focadas no combate à desinformação. Construído a partir de entrevistas com seis trabalhadores do Desinformante em 2023, o artigo apresenta as potencialidades e limites desta experiência brasileira como modelo organizacional para o combate à desinformação sob avaliação de pessoas que trabalham nesta iniciativa. Discute as seguintes dimensões: a) organização e governança interna; b) rotinas de trabalho; c) políticas editoriais; d) iniciativas de coalizão. A pesquisa demonstra que o Desinformante é um projeto prefigurativo de combate à desinformação e pode inspirar outras formas organizacionais em um contexto de Mundo Majoritário.

**Palavras-chave:** Desinformação. Desinformante. Trabalho. Modelo organizacional. Verificação de fatos.

## **FIGHTING DISINFORMATION IN A STRUCTURAL WAY: a case study of the Desinformante as an organizational model**

**ABSTRACT** – This article presents a case study of Desinformante, a Brazilian project founded in 2022 as an organizational innovation in the fight against disinformation. Rather than restricting itself to a fact-checking agency model, Desinformante is a mix of media outlet – with a focus on covering disinformation in a structural and global way – and a center of articulation and coalition with various sectors, such as social movements and the judiciary. Although this dual role is common in the country's independent media, it had not been tested in initiatives focused on combating disinformation. Based on interviews with six Desinformante workers in 2023, the article presents the potential and limits of this Brazilian experience as an organizational model for combating disinformation, as evaluated by the people who work on this initiative. It discusses the following dimensions: a) organization and internal governance; b) work routines; c) editorial policies; d) coalition initiatives. The research shows that Desinformante is a prefigurative project for combating disinformation and can inspire other organizational forms in a Majority World context.

**Key words:** Disinformation. Desinformante. Work. Organizational model. Fact-checking.

## **LUCHA CONTRA LA DESINFORMACIÓN DE FORMA ESTRUCTURAL: estudio de caso del Desinformante como modelo organizativo**

**RESUMEN** – Este artículo presenta un estudio de caso de Desinformante, un proyecto brasileño fundado en 2022 como innovación organizativa en la lucha contra la desinformación. En lugar de limitarse a un modelo de agencia de verificación de hechos, Desinformante es una mezcla de medio de comunicación – con un enfoque en la cobertura de la desinformación de manera estructural y global – y un centro de articulación y coalición con diversos sectores, como los movimientos sociales y el poder judicial. Aunque este doble papel es habitual en los medios independientes del país, no se había puesto a prueba en iniciativas centradas en la lucha contra la desinformación. A partir de entrevistas con seis trabajadores de Desinformante en 2023, el artículo presenta el potencial y los límites de esta experiencia brasileña como modelo organizativo de lucha contra la desinformación, según la evaluación de las personas que trabajan en esta iniciativa. Analiza las siguientes dimensiones: a) organización y gobernanza interna; b) rutinas de trabajo; c) políticas editoriales; d) iniciativas de coalición. La investigación demuestra que Desinformante es un proyecto prefigurativo de lucha contra la desinformación y puede inspirar otras formas organizativas en un contexto de Mundo Mayoritario.

**Palabras clave:** Desinformación. Desinformante. Trabajo. Modelo organizacional. Verificación de hechos.

## **1 Introdução**

As agências de fact checking estão posicionadas como modelos organizacionais dominantes no combate à desinformação em todo o mundo (Lelo, 2022). Os estudos sobre desinformação demonstraram o potencial e os limites deste modelo em termos epistêmicos e organizacionais (por exemplo, Graves, 2017; Albuquerque & Matos, 2022; Steensen et al., 2023). No entanto, essas não são as únicas possibilidades organizacionais na luta contra a desinformação.

Os modelos organizacionais – isto é, as formas como as práticas de combate à desinformação são organizadas no mundo do trabalho e na prática jornalística – são perspectivas ainda sub-representadas nos estudos sobre desinformação e pode ser uma abordagem útil para demonstrar uma variedade e diversidade de práticas para combater a desinformação. A perspectiva das organizações – e como elas engendram práticas de trabalho – pode ser mais bem articulada com os estudos sobre trabalho digital como Grohmann & Ong (2024) apontaram em relação aos estudos sobre trabalho digital e desinformação. Por modelos organizacionais e organizações aqui não estamos tratando de perspectivas advindas da comunicação organizacional, mas de teorias que compreendem o processo de trabalho (Braverman, 1987, por exemplo), isto é, que se relacionam com a organização do trabalho e seus processos produtivos. Esta perspectiva teórica permite compreender os processos de trabalho e as formas organizacionais no sentido de como se organiza o trabalho no Desinformante. Neste artigo, isso é realizado a partir das vozes das próprias pessoas trabalhadoras.

A importância de compreender a diversidade organizacional no combate à desinformação é acentuada no contexto do Mundo Majoritário – onde os países tenderam, nos últimos anos, a importar conceitos e práticas de combate à desinformação do Norte Global. Pelo contrário, uma perspectiva do Mundo Majoritário para estudos de desinformação (Ong & Cabanes, 2018; Alves et al., 2023) – que este artigo adota – propõe aprender, a partir de contextos locais em vez de apresentar “soluções mágicas” vindas de outros lugares, no sentido de historicizar e localizar experiências (ver Zhang & Chen, 2022).

Este artigo apresenta um estudo de caso do Desinformante, projeto brasileiro fundado em 2022 como uma possibilidade de inovação organizacional no combate à desinformação. Em vez de se restringir a um modelo de agência de verificação de fatos, o Desinformante é um misto de veículo midiático – com foco na cobertura da desinformação de forma estrutural e global – e um centro de articulação e coalizão com diversos intervenientes, como os movimentos sociais e o poder judicial. Na verdade, o Desinformante é líder nas coalizões brasileiras contra a desinformação desde as eleições presidenciais de 2022. Embora este duplo papel seja comum nos meios de comunicação independentes do país, isto não foi testado em iniciativas focadas no combate à desinformação.

Construído a partir de entrevistas com seis trabalhadores do Desinformante em 2023, o artigo apresenta as potencialidades e limites desta experiência brasileira como inovação organizacional para o combate à desinformação. O objetivo aqui não é extrapolar generalizações sobre como pensam todos os trabalhadores da iniciativa, mas apresentar como o caso do Desinformante pode ser interessante para pensar formas organizacionais no combate a desinformação, especialmente a respeito das seguintes dimensões: a) organização e governança interna; b) rotinas produtivas; c) políticas editoriais; d) iniciativas de coalizão. Demonstam um caráter experimental do Desinformante, em aprendizagem contínua, e não um modelo importado de outros lugares, apesar de ainda ser um projeto pequeno, com poucos trabalhadores. Assim, defendemos que o Desinformante é um projeto prefigurativo de combate à desinformação e pode inspirar outras formas organizacionais em um contexto de Mundo Majoritário.

## **2 Formas organizacionais, combate a desinformação e mundo do trabalho em jornalismo**

O combate à desinformação pode ser entendido por meio de diferentes perspectivas, como discurso e narrativa, educação, regulação, tecnologia e o papel das plataformas. No entanto, uma abordagem ainda não tão desenvolvida academicamente são os modelos organizacionais de combate à desinformação. Os modelos organizacionais podem envolver modelos de negócios e de financiamento, o que está presente nos estudos, especialmente na verificação de fatos (por exemplo, Navarro et al., 2021; Lelo, 2022), mas centra-se especialmente nas formas como as práticas de combate à desinformação são organizadas em termos de organizações, rotinas de produção e de trabalho, em um esforço para compreender o cotidiano dessas experiências (Grohmann & Ong, 2024). Assim, a relevância desta abordagem é destacar como as organizações moldam as suas práticas para combater a desinformação e como isso resulta em diferentes formas de combater a desinformação. Por exemplo, uma iniciativa de literacia midiática para combater a desinformação e uma agência de fact checking têm finalidades diferentes e também formas diferentes de se organizarem. Embora não existam estudos estritamente focados em modelos organizacionais no combate à desinformação, este assunto não é novo nos estudos de jornalismo.

Uma das soluções apresentadas por Moscoso (2020) no combate à desinformação é a verificação de fatos. O foco do argumento é que a verificação de fatos tende a reforçar a credibilidade jornalística ao mesmo tempo que aponta para o conteúdo desinformativo e os seus respectivos emissores. Em conjunto à verificação de fatos, Moscoso (2020) menciona o papel do *Sleeping Giants*, vez que sua atuação é direcionada às formas de financiamento de iniciativas que promovem conteúdos desinformativos. Finalmente, a autora defende outras ações como “o fechamento de contas falsas e a remoção de contas automáticas de redes sociais para reduzir a propagação” (Moscoso, 2020, p. 19). Desta forma, o jornalismo se coloca como uma espécie de guardião contra a desinformação, seja por meio de iniciativas de curto prazo ou que vigiam o financiamento de conteúdo desinformativo.

Em termos de longo prazo, a literacia ou alfabetização midiática e/ou digital tem sido apontada como uma saída importante que envolve questões tanto pedagógicas quanto comunicacionais. Por exemplo, Wei et al. (2023) recomendam às autoridades nigerianas que invistam na educação digital na grade escolar dos alunos, uma vez que a educação digital foi considerada como fator relevante no estudo no combate à desinformação. Há exemplos presentes no Brasil desde 2016, como o projeto “Vaza Falsiane”<sup>1</sup>, liderado pelos jornalistas Leonardo Sakamoto, Rodrigo Ratier e Ivan Paganotti. Desta forma, iniciativas de educação midiática e/ou digital podem também ser consideradas uma possibilidade organizacional para combate à desinformação.

Hacıyakupoglu et al. (2018) se dedicaram a mapear as iniciativas utilizadas por diversos países para combater as notícias falsas. Em linhas gerais, o tipo de estratégia mais utilizada está relacionado à adoção de medidas legais contra as plataformas, em que pese a existência de outras estratégias de teor educacional. A conclusão é de que a legislação por si só é incapaz de solucionar ou responder ao problema da desinformação adequadamente. Segundo os autores, a legislação entra como parte em uma estratégia multifacetada de ações de caráter preventivo que envolvam atores e organizações. Essa mesma estratégia deve considerar o uso de ações tanto a curto como a longo prazo. A curto prazo são recomendadas a verificação de fatos e respostas imediatas diante de uma fake news. Por sua vez, a educação digital, ou literacia midiática, é indicada para tratar da prevenção do problema a longo prazo. Mais uma vez, a educação é considerada um dos mais eficientes remédios no combate à desinformação.

A educação digital no âmbito da desinformação, ou literacia midiática, também é apontada como elemento chave por Sádaba e Salaverría (2023) que, ao analisarem a discussão na União Europeia sobre como combater a desinformação, concluíram que medidas tecnológicas e legais não são eficientes em um contexto de baixa alfabetização midiática. Outra conclusão é a de que o conjunto de soluções multinível sustentadas pelo mix entre ações legais, tecnológicas e educacionais são, atualmente, o estado da arte sobre modelos de luta contra a desinformação.

Paralelamente ao surgimento de iniciativas midiáticas de combate à desinformação, houve nos anos recentes no Brasil o aprofundamento das discussões sobre a necessidade de regulação das plataformas de mídias sociais como medida de combate à desinformação (Valente, 2019; Christofolletti, 2021). O tema tem mobilizado sociedade civil, incluindo ONGs, universidades, movimentos sociais e think tanks da área de direitos digitais – com incidência sobre o tema em relação aos formuladores de políticas públicas. O Desinformante tem como principais fundamentos a articulação entre jornalismo e articulação com a sociedade civil.

Mais do que isso, tanto o Desinformante quanto outras iniciativas de combate a desinformação são respostas organizacionais às mudanças no mundo do trabalho de jornalistas – que têm sido apontadas pela pesquisa em jornalismo no Brasil há mais de uma década (Figaro et al., 2013; Mick & Lima, 2013). De lá para cá, as redações encolheram ainda mais, e houve a emergência de arranjos alternativos aos grandes conglomerados (Figaro et al., 2018) enquanto forma de sobrevivência de jornalistas no mercado de trabalho. Atualmente, o jornalismo vive uma dependência do poder das plataformas (Poell et al., 2023), culminando na plataformação do trabalho jornalístico (Barros et al., 2021). Desta forma, a emergência de uma série de iniciativas de combate à desinformação no campo do jornalismo responde não somente a uma necessidade do próprio combate à desinformação, mas também é uma resposta de jornalistas tentando sobreviver no mercado. Além disso, conforme demonstra Acosta (2024), houve um maior investimento de fundações e outras organizações filantrópicas em combate à desinformação no Brasil, algo que Papaevengalou (2023) já havia detectado em relação ao papel de plataformas financiando jornalismo. Assim, há um incentivo para criar iniciativas deste tipo.

A particularidade do Desinformante em relação a essas iniciativas está em não ser uma iniciativa que se coloca somente

como jornalística, mas também como articuladora de movimentos com a sociedade civil, em diálogo com formuladores de políticas e outras organizações de direitos humanos. Essa particularidade reside, então, no próprio alargamento do que significa jornalismo e do que ele pode ser (Deuze & Witschge, 2016). Em síntese, engloba atores especialistas no tema da desinformação dedicados ao debate sobre o fenômeno e no aumento da educação midiática. Outro detalhe fundamental está na robusta capacidade de articulação política por meio da Sala de Articulação contra a Desinformação.

### **3 Métodos**

A metodologia utilizada nesta pesquisa consiste na aplicação de entrevistas em profundidade com seis integrantes do Desinformante. Este artigo tem o objetivo de apresentar o Desinformante a partir das vozes de suas pessoas trabalhadoras – e como isso se relaciona com questões como rotinas produtivas e políticas editoriais. As entrevistas foram realizadas em formato remoto, via Microsoft Teams, entre os dias 18 de agosto e 27 de setembro de 2023. A escolha do formato digital obedece aos critérios de praticidade e disponibilidade, vez que os trabalhadores do Desinformante estão situados em diversos estados do Brasil e, pontualmente, localizados em outros países. Assim, a adoção da entrevista por meios digitais permitiu que fossem realizadas em um determinado espaço de tempo relativamente curto – pouco mais de 30 dias entre a primeira e última entrevista, bem como possibilitou o melhor encaixe na agenda dos participantes. A duração média das entrevistas foi de 1h30min. Foram aplicadas as mesmas 18 questões para todos os respondentes. As entrevistas foram gravadas em formato de vídeo para análise posterior do seu conteúdo e armazenadas de modo privado, restrito apenas aos pesquisadores envolvidos na pesquisa. A transcrição das entrevistas foi realizada de maneira automatizada a partir da funcionalidade presente no software utilizado, o Microsoft Teams. Em posse dos vídeos e transcrições, a etapa subsequente foi a de analisar o conteúdo, buscando aproximações e distanciamento entre as falas, além de compilar as respostas dos entrevistados de modo a achar tendências no modo como o Desinformante é visto pelos principais especialistas no tema: os seus trabalhadores.

Para a realização das entrevistas foi criado, em momento prévio, um roteiro semiestruturado baseado em cinco eixos. O

primeiro deles, chamado de “Organização e governança interna”, tem como objetivo principal entender a função e o período de vínculo com o Desinformante, além de prospectar, sob a ótica desses membros, como eles definem o Desinformante, quais as suas áreas temáticas de atuação, as relações com formuladores de políticas públicas/ Poder Público, além da avaliação sobre como é a governança interna do Desinformante e quais as características que o distinguem das empresas especializadas em checagem/verificação de fatos.

Posteriormente, o segundo pilar do roteiro diz respeito ao cotidiano do Desinformante. Aqui estão localizadas informações sobre a frequência de reuniões do grupo, quais os principais produtos oferecidos atualmente aos consumidores, as duas maiores qualidades do Desinformante e, por fim, os dois principais desafios a serem enfrentados pela iniciativa no futuro. Já o terceiro tópico, intitulado “Políticas Editoriais para o site”, abrange apenas duas perguntas: 1) “Quais os diferenciais do Desinformante em suas políticas editoriais?” e 2) “Existe alguma parceria entre o site do Desinformante com outra empresa/iniciativa no sentido do combate à desinformação?”.

O penúltimo eixo, chamado de “Iniciativas de articulação (sociedade civil e governo)” busca entender quais as ramificações que o Desinformante possui com outros players de destaque no campo do combate à desinformação. A primeira das três perguntas pedia para que os respondentes comentassem a respeito da parceria realizada com o Tribunal Superior Eleitoral para as eleições de 2022. Já a segunda questão tinha o objetivo de entender a aproximação entre o Desinformante e a Sala de Articulação contra a Desinformação (SAD), bem como verificar qual a finalidade principal deste projeto. Ao fim deste tópico, a última questão diz respeito a como tem sido a resposta das plataformas às demandas do Desinformante relacionadas a desinformação nas redes sociais, bem como os principais desafios no relacionamento com essas empresas. O último tópico do roteiro semiestruturado, chamado de “Encerramento”, buscou avaliar a percepção do balanço feito pelos respondentes acerca dos resultados obtidos pelo Desinformante no ecossistema da desinformação digital, assim como entender os principais desafios do Desinformante para a reta final de 2023 e todo o ano de 2024.

A partir disso, houve uma análise temática a partir de dimensões previamente definidas: a) organização e governança interna; b) rotinas de trabalho; c) políticas editoriais; d) iniciativas de coalizão.



## 4 Contexto

O Desinformante é uma iniciativa fundada em 2021 e voltada ao combate à desinformação. Em seu site oficial<sup>2</sup>, o Desinformante diz possuir fins não lucrativos e que o seu propósito é descomplicar o debate sobre a desinformação, além de “oferecer uma arena com visões plurais de todos interessados em enfrentar a desinformação” (Desinformante, 2024). Também em seu endereço oficial na internet, o Desinformante se coloca como “uma iniciativa da Ponteio Comunicação, Informação e Cultura e do Instituto Cultura e Democracia” que é “dedicada ao debate, à produção de conhecimento e à formação de redes no campo da cultura, política e sociedade” (Desinformante, 2024). À época da realização das entrevistas, no site oficial constavam sete integrantes do Desinformante, incluindo a Coordenadora Geral, Nina Santos. Vale ressaltar que Nina Santos não foi entrevistada nesta série de Entrevistas em Profundidade realizadas entre agosto e setembro de 2023, dado que ela já havia sido entrevistada em momento anterior deste projeto de pesquisa, com outro roteiro semiestruturado e outro método de coleta de dados. Deste modo, as entrevistas deste estudo seguiram o mesmo protocolo em todas as etapas do projeto.

Já o site do Instituto Cultura e Democracia<sup>3</sup> define o Desinformante como “um projeto voltado a estabelecer um ‘terreno comum’ sobre o diagnóstico do impacto da desinformação na democracia, nos direitos humanos e na justiça social” (ICD, 2024). O Instituto define que são quatro os objetivos da iniciativa: 1) oferecer uma arena de debate que eleve a qualidade da discussão sobre desinformação; 2) reunir informações sobre a desinformação a fim de se tornar um local de referência aos interessados no tema; 3) articular atores voltados aos campos de direitos humanos, justiça social e democracia com a finalidade de procurar soluções estruturais para a desinformação e; 4) tratar sobre os eixos de Comunicação, Cultura e Democracia no século XXI (ICD, 2024).

O portal Rede Brasil Atual (2021) destacou que o site do Desinformante foi publicado em 16 de setembro do mesmo ano. O portal entrevistou um dos fundadores do Desinformante, o pesquisador João Brant. Nela, Brant revela que o Desinformante nasce para suprir uma lacuna que é o olhar para a desinformação no atacado e que, desta maneira, seria possível estabelecer resoluções mais robustas para a desinformação.

Dentro do guarda-chuva do Desinformante está a SAD: Sala de Articulação contra a Desinformação. De acordo com as informações publicadas no site oficial da SAD<sup>4</sup>, o início dos trabalhos ocorreu em 2022 e o seu objetivo é congregar “organizações da sociedade civil e entidades acadêmicas para discutir cenário, elaborar estudos e articular ações para fomentar espaços digitais cada vez mais seguros, saudáveis e democráticos” (SAD, 2024).

O site da iniciativa também deixa claro que a SAD tem o propósito de acompanhar o desenvolvimento da desinformação publicada nos ambientes digitais e as tomadas de decisão pelas plataformas sociais e autoridades. A SAD publica os documentos produzidos por ela em seu próprio website, tornando ainda mais transparente a sua atuação. Os eixos principais que são acompanhados pela SAD podem ser divididos em cinco: 1) integridade eleitoral; 2) anúncios políticos; 3) violência política de raça e gênero; 4) negacionismo socioambiental; 5) regulação das plataformas (SAD, 2024).

Em 2023, a SAD foi citada em matéria divulgada pelo jornal Estado de São Paulo. O texto afirma que a SAD reúne 100 entidades da sociedade civil e que enviou, em abril de 2023, um documento favorável à regulação das plataformas digitais no Brasil. Segundo a carta, é necessário aumentar as exigências por transparência. O texto também aponta propostas para reforçar o combate à desinformação, como a presença de pesquisadores acadêmicos credenciados no acompanhamento das plataformas (Teles, 2023).

Fato é que, com pouco mais de dois anos desde sua fundação, o Desinformante tem qualificado o debate sobre a desinformação e, concomitantemente, tornou-se referência na área. O interesse pelo Desinformante encontra amparo na novidade que a iniciativa representa, desde o olhar mais abrangente e estrutural para a desinformação, como também a sua força de articulação junto à sociedade civil por meio da Sala de Articulação contra a Desinformação.

Entender e acompanhar as ações dos players conectados ao tema, desenvolver e apresentar propostas e, ao mesmo tempo, noticiar sobre o tema, são características que revelam que o Desinformante está localizado entre o grande público e as peças fundamentais no contexto sobre a desinformação no Brasil. A popularidade e o prestígio do Desinformante como um hub de informações e articulações relacionadas à desinformação despertou o interesse de entender como a iniciativa é vista por parte daqueles que a produzem. Compreender as perspectivas do Desinformante é

entender, também, as principais dificuldades, as principais tendências e os possíveis caminhos futuros que o projeto pode trilhar.

A realização das entrevistas, como assinalado no tópico metodológico, ocorreu em meses distintos e em formato online. Ao todo, foram 18 questões aplicadas em um tempo médio de uma hora e 30 minutos, o que totalizou inúmeras páginas de conteúdo. Guiados pela finalidade de detalhar as informações coletadas, a sessão de resultados será dividida por tópicos tal qual o questionário aplicado, de modo a facilitar a compreensão dos leitores sobre o que é o Desinformante a partir da análise de seus próprios integrantes. Perguntas específicas e/ou pontuais que eventualmente possam facilitar a identificação da autoria das respostas não serão comentadas neste estudo.

## **5 Análise**

Com base nas entrevistas realizadas com trabalhadores do Desinformante, estruturamos a análise em quatro dimensões: a) organização e governança interna; b) rotinas de trabalho; c) políticas editoriais; d) iniciativas de coalizão. As duas primeiras dimensões abordam as questões organizacionais do Desinformante, tanto a nível institucional e de governança como na prática cotidiana. As duas últimas dimensões abordam o duplo papel do Desinformante, tanto como agência de comunicação social (e as suas políticas editoriais) como como líder de coalizões para combater a desinformação.

A nuvem de palavras abaixo contribui com o intuito de compreender, graficamente, as principais temáticas abordadas nas dinâmicas. De antemão, percebe-se a preocupação com o desafio de enfrentar a desinformação a partir de estratégias suficientemente abrangentes para dar conta de toda a cadeia que envolve desde as motivações que levam a sua criação à circulação desse tipo de conteúdo nas diferentes plataformas digitais.



independente sobre desinformação” (respondente 4) e “projeto de jornalismo especializado em desinformação” (respondente 3) também foram colocados para afirmar que a iniciativa tem o foco em questões como fatores que levam à produção de conteúdo desinformativo.

Nota-se o esforço dos respondentes em tornar o Desinformante cada vez mais aberto à população em geral. “Tornar palatável os achados de pesquisa científica sobre desinformação” (respondente 5) é uma das frases que revelam o interesse do Desinformante em alcançar o grande público. A SAD foi citada pontualmente nesta questão e em contexto de exemplificar que o Desinformante busca criar uma rede de atores para o combate à desinformação.

O Desinformante não possui um eixo temático específico de atuação, vez que o objetivo da iniciativa é tratar a desinformação de um modo geral. Não há um tema específico como saúde, esporte ou política, pelo contrário: o Desinformante investiga a desinformação de modo amplo e, como consequência, toca em temas diversos frequentemente. Abordagens como os impactos sociais da desinformação, as fontes de financiamento, o que pode ser feito em termos de legislação, quais as iniciativas do poder público e da sociedade civil no seu enfrentamento e o papel das big techs neste contexto são alguns dos tópicos mais relevantes tidos como foco das atenções do Desinformante. Pontualmente, aparecem aqui dois temas: a preocupação com o uso de inteligência artificial para a produção de desinformação e a preocupação em “sair da bolha acadêmica especializada” (respondente 6) e atingir o grande público.

A SAD é vista como um dos principais braços do Desinformante, sendo definida como um espaço que reúne vários atores da sociedade civil e que produz documentos de recomendações às plataformas sociais sobre o que pode ser melhorado no combate à desinformação. Houve menções sobre reuniões da SAD para tratar do Projeto de Lei 2.630/2020, que institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. No geral, a SAD é vista como o principal caso de conexão entre o Desinformante e o poder público/formuladores de políticas públicas.

Isso significa que a organização e a governança interna respondem tanto aos parâmetros jornalísticos – enquanto mídia – quanto como um think tank ou organização que se preocupa com as relações com as diferentes entidades da sociedade civil. Isto é, o Desinformante não é apenas um meio jornalístico, mas atua como híbrido entre veículo de mídia e uma espécie de think tank,

procurando incidir sobre as políticas de combate à desinformação no Brasil.

As demais respostas apresentadas são pontuais, como o caso de João Brandt, fundador do Desinformante, que assumiu cargo no governo federal, o que tende a abrir possibilidade de melhor conexão com o poder público. Parcerias passadas com o Instituto Pró-Comum, Instituto Vladimir Herzog, Instituto Marielle Franco e Tribunal Superior Eleitoral também foram mencionadas como casos de sucesso.

Sobre a governança interna do Desinformante, chama atenção a informação de que a organização tem traços horizontais muito fortes em relação ao processo criativo e de publicação dos conteúdos. A trajetória do Desinformante tem seu início com João Brandt, fundador, e Nina Santos, atual coordenadora geral da iniciativa após a saída de Brandt. A criação e a trajetória do Desinformante ganharam mais solidez ao passo que o tema da desinformação se tornou cada vez mais relevante na opinião pública.

A horizontalidade do processo decisório no Desinformante é representada pelo sentimento dos integrantes, que são ouvidos e estão seguros em compartilhar suas opiniões. A entrada de Nina Santos na coordenação geral é tida como o início de uma fase mais participativa nas ações do grupo. A liberdade de expressar ideias sem repreensão é elogiada e vista como um sinal de abertura aos integrantes. Hierarquicamente, o Desinformante se desdobra em duas frentes: 1) o eixo editorial e 2) a SAD. O fluxo editorial é visto como orgânico e com funções bem definidas, sem a ocorrência de disputas de funções entre os colegas.

A principal diferença entre o Desinformante e iniciativas de fact checking brasileiras, como a Agência Lupa, é de que o Desinformante não realiza checagem de fatos, mas sim produz conteúdos sobre o contexto pelo qual a desinformação se forma e circula, bem como os seus impactos na sociedade. Embora a checagem de fatos seja vista como algo fundamental no combate à desinformação, o entendimento principal é de que o objetivo do Desinformante é tratar o tema de forma conceitual e não como evento. Em linhas gerais, trata-se de analisar o objeto a partir de uma perspectiva ampliada, não estando limitada à verificação pontual de informações.

## 5.2 Rotinas de trabalho

A disposição da equipe do Desinformante se dá remotamente, não há um núcleo ou sede física da iniciativa. Os entrevistados estão localizados em diversos estados do país: Bahia, Rio Grande do Norte, São Paulo, Rio de Janeiro e, pontualmente, há presença registrada no exterior, mais precisamente em Portugal. Com relação ao fluxo de trabalho, há duas reuniões semanais realizadas nas segundas-feiras e quintas-feiras. A reunião de segunda-feira é considerada mais operacional, já a reunião de quinta-feira é vista como mais abrangente, pontual e técnica, cujo objetivo é estabelecer prazos de entregas de material, bem como resolver tópicos ligados ao administrativo, editoria e, eventualmente, questões de equipe.

Quando questionados sobre os principais produtos que o Desinformante oferece atualmente ao público, dois se destacaram: 1) Papo Desinformante e 2) Desinformante Explica. O Papo Desinformante é transmitido pela rádio da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) e tem frequência semanal. O produto é elogiado pois trata de temas quentes sobre desinformação que ocorreram durante a semana, e a transmissão pela rádio da UFRJ auxilia no objetivo de aumentar o alcance dos conteúdos produzidos pelo Desinformante.

### Imagem 2

#### *Papo Desinformante e Desinformante Explica*



Já o Desinformante Explica são vídeos que, segundo os respondentes, falam sobre desinformação a partir de uma linguagem mais simples e acessível ao público, o que também ajuda no objetivo de aumentar o alcance. O objetivo do Desinformante Explica é falar da desinformação para um público que, embora interessado, não seja

especializado no assunto. O Desinformante Explica é visto como vital para o modelo de operação do Desinformante, visto que se trata de um quadro que objetiva se tornar atrativo por um longo período para o público em geral.

As qualidades mais recorrentes atribuídas ao Desinformante estão relacionadas ao tema que é objeto central das investigações – a Desinformação ‘no atacado’ – e a qualidade da equipe. O primeiro ponto é tratado a partir da satisfação pessoal em trabalhar a desinformação de uma maneira didática, voltada ao público em geral e estabelecendo a interseção entre jornalismo e prática científica. Já os elogios à equipe estão concentrados principalmente no bom alinhamento entre os trabalhadores do Desinformante. O principal desafio para o Desinformante é a sustentabilidade do projeto a longo prazo. É forte o entendimento de que o crescimento do Desinformante está ligado à capacidade de continuar a ‘romper bolhas’ e alcançar novos públicos por meio de uma linguagem acessível.

O crescimento também é atrelado a desafios como se manter interessante ao longo do tempo e, também, escapar de possíveis sanções das plataformas sociais, como o *shadow banning*, que é uma espécie de punição adotada pelas plataformas que implicam na restrição do alcance/visibilidade de um conteúdo publicado por determinada página ou perfil (Are, 2021).

Também relacionado ao contexto das plataformas sociais, a “luta pela visibilidade” é um aspecto de preocupação. Além da visibilidade, é necessário que o conteúdo continue atraente a ponto de continuar despertando o interesse dos usuários. A sustentabilidade também abarca a importância da continuidade do financiamento do Desinformante, vez que o modelo de negócio da iniciativa é via financiamento direto por meio de doações, e isto demanda a busca pela continuidade da relevância no debate sobre a desinformação.

Desta forma, as rotinas de trabalho relacionam-se a um propósito do Desinformante de, em vez de ficar checando constantemente conteúdos desinformativos, promover educação midiática/digital em relação ao que significa desinformação no Brasil – e com uma perspectiva de Sul Global – em termos culturais, políticos e econômicos – algo que se traduz em suas próprias políticas editoriais.



### 5.3 Políticas editoriais

Os principais diferenciais do Desinformante são: conteúdo, design e formato. O conteúdo é visto como um diferencial, pois traz uma visão acadêmica sobre o fenômeno da desinformação por meio de uma linguagem acessível e sistematizada. Já a linguagem didática é considerada como uma forma de ampliar as formas de comunicar ao grande público.

O site é visto pelas pessoas trabalhadoras majoritariamente como atrativo e um facilitador para que as pessoas possam consumir os conteúdos ali publicados. Entretanto, pontualmente, foi estabelecida a autocrítica de que o site precisa de uma reformulação no sentido de tornar mais evidente as editoriais. Também pontualmente, foi relatado que há carência de profissionais para dar conta da complexidade do objeto trabalhado pelo Desinformante, o que tende a levar à sobrecarga nas funções desses profissionais e, também, gera o debate se com o atual corpo de funcionários é viável expandir a produção de conteúdos para mais plataformas de mídias sociais, como as mais recentes Tik Tok e Kwai.

O crescimento do Desinformante também é uma preocupação, sobretudo por conta do modelo de financiamento da plataforma, que se dá via patrocínio. Logo, dado o contexto de competição por audiência nas redes sociais e em websites, a manutenção da relevância é vista como preocupação primeira a fim de garantir a sustentabilidade da iniciativa. Logo se estabelece um ciclo no qual é necessário se manter relevante para continuar crescendo de forma sustentável, mas também é necessário investir no sentido de aumentar a quantidade de profissionais para dar conta da abrangência da desinformação de modo interessante ao grande público na maior quantidade possível de canais digitais.

O formato é outro diferencial do Desinformante devido a sua característica multiplataforma. Em linhas gerais, os conteúdos produzidos são diversos em relação ao formato, incluindo tópicos em áudio, vídeo e texto. Já sobre as parcerias mais marcantes do Desinformante, o principal destaque é a realizada com o Tribunal Superior Eleitoral em 2022 no combate à desinformação eleitoral. Outras lembranças foram aquelas feitas com o Instituto Marielle Franco, Instituto Vladimir Herzog e Instituto Pró-Comum, além de publicações colaborativas no Instagram e colaboração com as Mulheres Afetadas pela Desinformação.

Um ponto central das políticas editoriais é tratar a desinformação como um tema complexo em termos políticos, econômicos, culturais – envolvendo desde o consumo de desinformação até a própria indústria da desinformação. Desta forma, ao olhar no “atacado”, a desinformação não é vista somente como algo pontual, mas como algo estruturante da sociedade plataformizada. Isso também significa compreender a desinformação não somente no território digital ou que está apenas na esfera da política partidária, mas como algo que perpassa todos os temas importantes para a sociedade brasileira, como meio ambiente e ciência, por exemplo.

Uma das questões mais importantes em termos de políticas editoriais é a tentativa, ainda não profundamente consolidada, de apresentar a desinformação a partir de perspectivas do Sul Global, ou do Mundo Majoritário. Por um lado, isso significa questionar epistemologias da desinformação que não servem para explicar contextos como o do Brasil. E uma das formas de fazer isso é aproximar o debate de países como Filipinas (Alves et al., 2023), por exemplo.

#### **5.4 Iniciativas de coalizão**

Sobre o projeto com o TSE, o órgão procurou uma série de instituições para combater a desinformação no contexto das eleições daquele ano. Uma dessas instituições era o Desinformante. O acordo teve início oficialmente em julho de 2022 e tinha como segundo objetivo frear a desconfiança nas instituições.

Em termos operacionais, a relação com o TSE envolveu a criação de uma sessão no site do Desinformante para tratar da desinformação nas eleições de 2022, bem como a produção de séries didáticas que ensinavam, dentre outras coisas, protocolos de denúncia de conteúdos desinformativos em redes como Telegram e WhatsApp. A sessão no site também era dedicada a publicar temas de interesse do TSE sobre desinformação eleitoral. O fato da cooperação com o TSE ter ocorrido com menos de um ano de vida do Desinformante é visto como um sinal do grande prestígio que a iniciativa conquistou em pouco tempo.

Como comentado anteriormente, a SAD é o braço de articulação com a sociedade civil dentro do guarda-chuva do Desinformante. Tanto a SAD como o Desinformante são financiados por filantropia. São mais de 70 instituições que assinaram o

documento conjunto pela SAD. O Desinformante, eventualmente, assina documentos produzidos pela SAD. Em linhas gerais, o intuito principal da SAD é ser um hub de organizações de peso para demandar melhorias no contexto da desinformação. Operacionalmente, a SAD cria documentos que são fruto de debates entre as organizações que dela fazem parte e os abre para assinaturas.

Sobre a relação do Desinformante com as plataformas digitais, existe o entendimento de que o comportamento das redes sociais junto ao Desinformante é protocolar e pouco efetivo, com respostas homogêneas por parte das plataformas, e em grande maioria cordiais, mas com poucos resultados efetivos.

Com o contato estabelecido junto às assessorias de imprensa dessas empresas, as respostas em regra são genéricas e superficiais. No cômputo geral, a avaliação dos respondentes à comunicação das plataformas é negativa. O Telegram e o X (Twitter) foram elencadas como as piores redes no sentido da comunicação com o Desinformante, já o Meta e o Google/YouTube foram elogiados por serem profissionais no que tange a assessoria de imprensa. O Tik Tok foi elogiado pela agilidade na resposta.

## **6 Conclusões**

O artigo demonstrou como é possível experimentar outros modelos organizacionais no combate à desinformação além dos tradicionais projetos de fact checking e educação midiática. Ao misturar veículo jornalístico com foco na cobertura sobre desinformação – de maneira estrutural, considerando as diversas manifestações desinformativas – e instituição importante na coalizão de combate à desinformação em parcerias com stakeholders como movimentos sociais e poder judicial. Apresentamos o Desinformante a partir de suas dimensões tanto internas quanto externas, envolvendo governança, políticas editoriais, rotinas de trabalho, e papel na formação de coalizões.

Destacamos o caráter experimental da iniciativa, e que não pode ser replicado de maneira automática para outros contextos. Esse caráter prefigurativo – ou seja, de imaginar e tentar práticas jornalísticas – do Desinformante mostra que é possível não só inovar em termos de modelos organizacionais para o combate à desinformação, mas também para o próprio jornalismo, ao recuperar

dele a função de articulador da sociedade. Isso significa, enquanto limites, que a experiência pode não ser duradoura a depender do financiamento, e que a iniciativa vai ter que se reinventar de acordo com cada contexto político e econômico no sentido de não perder a relevância em relação ao contexto informacional.

Em termos práticos, o Desinformante inova enquanto iniciativa no combate à desinformação no Brasil por se mostrar mais completo quanto as suas abordagens: é repositório de informações confiáveis sobre desinformação em seu portal e redes; trabalha com checagem de fatos – mas não se limita a ele; é, sobretudo, um hub que extrapola os limites do digital e alcança atores políticos por meio da SAD e, cada vez mais, caminha para se tornar referência educacional sobre o tema de desinformação tanto por meio de suas parcerias como a com o Tribunal Superior Eleitoral, como também pela disseminação de seus conteúdos dentro das salas de aula ao público jovem.

A forma organizacional do Desinformante é um híbrido entre veículo jornalístico, com uma orientação para a educação midiática do público, e uma espécie de think tank capaz de produzir articulações com entidades da sociedade civil em termos de incidências em políticas públicas. Por um lado, isso significa uma inovação organizacional em termos de processo de trabalho e uma resposta às mudanças no mundo do trabalho de jornalista em curso, em termos do aprofundamento da plataformização do trabalho jornalístico e seus vínculos de trabalho. Desta forma, a perspectiva do Desinformante contribui para propor soluções que borram as fronteiras do que pode ou não ser considerado jornalismo, ou do que pode vir a ser o jornalismo, de acordo com as perspectivas de Deuze e Witschge (2016). Por outro lado, esta é uma iniciativa ainda experimental, prefigurativa, em termos de ser uma organização pequena que ainda não conseguiu estabilizar-se institucionalmente e/ou fazer “transferência de tecnologia” para outras entidades ao redor do mundo. Desta forma, enquanto “laboratório” (Autores, 2023) do trabalho jornalístico, o Desinformante está sujeito a aprendizados contínuos, a limites – por exemplo, em termos de cobertura dos temas que deseja aprofundar e também em termos de tamanho de equipe – e a incertezas em relação ao futuro.

## NOTAS

- 1 Mais informações em: <https://vazafalsiane.com/sobre>
- 2 Mais informações em: <https://desinformante.com.br>
- 3 Mais informações em: <https://culturaedemocracia.org.br/projetos/desinformante>
- 4 Mais informações em: <https://contradesinformacao.com>

## REFERÊNCIAS

Acosta, C. (2024). *Captura e reconfiguração do jornalismo digital independente e alternativo: o papel da filantropia das fundações internacionais* [tese de doutorado, Universidade de São Paulo]. Biblioteca Digital USP.

Albuquerque, A., & Matos, L. (2022). Media Governance and Fake News in Brazil. In S. A. Ganter, & H. Badr. *Media Governance: A Cosmopolitan Critique* (pp. 125-144). Palgrave Macmillan.

Are, C. (2021). The Shadowban Cycle: an autoethnography of pole dancing, nudity and censorship on Instagram. *Feminist Media Studies*, 22(8), 1–18. DOI: 10.1080/14680777.2021.1928259

Alves, M., Grohmann, R., Recuero, R., & Tavares, C. (2023). *Desinformação e eleições de 2022 no Brasil: lições em um contexto do sul global*. INCT-DSI. Recuperado de <https://inctdsi.uff.br/2023/11/15/disinformation-and-2022-elections-in-brazil-lessons-learned-from-a-south-to-southcontext/>

Barros, J. V., Marques, A. F., Kinoshita, J., Moliani, J. A., Silva, N. R., & Grohmann, R. (2021). *A plataforma do trabalho jornalístico: dimensões, regime de publicação e agenda de pesquisa*. Avatares Comunicación/Cultura.

Braverman, H. (1987). *Trabalho e Capital Monopolista: a degradação do trabalho no século XX*. Editora LTC.

Christofoletti, R. (2021). Ana Regina Rêgo: uma rede para combater a desinformação. *Revista Mídia e Cotidiano*, 15(3), 339–356. DOI: 10.22409/rmc.v15i3.51635

Desinformante. (n.d.). *Sobre nós*. Retrieved from <https://desinformante.com.br/sobre-2/>

Deuze, M., & Witschge, T. (2016). O que o jornalismo está se tornando. *Revista Parágrafo*, 4(2), 1–21. Recuperado de <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/478>

Figaro, R., Nonato, C., & Grohmann, R. (2013). As mudanças no

mundo do trabalho do jornalista. Atlas.

Figaro, R., Barros, J.V., Kinoshita, J. (2018). *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias*. ECA-USP.

Graves, L. (2017). Anatomy of a fact check: Objective practice and the contested epistemology of fact checking. *Communication, Culture & Critique*, 3(1), 1–20. DOI: 10.1111/cccr.12163

Grohmann, R., & Ong, J. (2024). Disinformation-for-Hire as Everyday Digital Labor: Introduction to the Special Issue. *Social Media + Society*, online first. DOI: 10.1177/2056305123122472

Hacıyakupoglu, G., Yang Hui, J., Suguna, V. S., Leong, D., & Rahman, M. F. B. A. (2018). *COUNTERING FAKE NEWS: a survey of recent global initiatives*. Rajaratnam School of International Studies. Retrieved from [www.jstor.org/stable/resrep17646.1](http://www.jstor.org/stable/resrep17646.1)

Instituto Cultura e Democracia (ICD). (2021, October 20). \*desinformante. Instituto Cultura E Democracia. <https://culturaedemocracia.org.br/projetos/desinformante/>

Instituto Cultura e Democracia (ICD). (2024). Sobre nós. <https://culturaedemocracia.org.br>

Lelo, T. (2022). The rise of the Brazilian fact-checking movement: between economic sustainability and editorial independence. *Journalism Studies*, 23(9), 1–19. DOI: 10.1080/1461670X.2022.2069588

Mick, J., & Lima, S. (2013). Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. *Insular*.

Moscoso, L. (2020). Modelo de produção de mídias alternativas como soluções democráticas para a desinformação. *Revista Observatório*, 6(6), a3pt. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2020v6n6a3pt

Navarro, M. E., A. Nogales-Bocio, M. García-Madurga, and T. Morte-Nadal. (2021). Spanish Fact-Checking Services: An Approach to Their Business Models. *Publications*, 1–18. Doi: 10.3390/publications9030038

Ong, J. C., & Cabanes, J. V. A. (2018). Architects of Networked Disinformation: Behind the Scenes of Troll Accounts and Fake News Production in the Philippines. Public Report. The Newton Tech4dev Network. University of Massachusetts Amherst, University of Leeds. DOI: 10.7275/2cq4-5396

Papaevangelou, C. (2023). “The non-interference principle”: Debating online platforms’ treatment of editorial content in the European Union’s Digital Services Act. *European Journal of Communication*, 38(5), 466–483. DOI: 10.1177/02673231231189036

PL 2.630/2020. Portal Da Câmara Dos Deputados. Retrieved April 21, 2024, from <https://www.camara.leg.br/propostas-legislativas/2256735>

Poell, T., Nieborg, D., & Duffy, B. (2023). *Platforms and Cultural Production*. Global Media & Communication.

Rede Brasil Atual. (2024). Retrieved from <https://pt.org.br/tag/rede-brasil-atual/>  
*Sala de articulação contra a desinformação (SAD)*. (n.d.). Recuperado de <https://contradesinformacao.com/>

Sádaba, C., & Salaverría, R. (2023). Combatir la desinformación con la alfabetización mediática: análisis de las tendencias en la Unión Europea. *Revista Latina de Comunicación Social*, (81), 17–33. DOI: 10.4185/rlics-2023-1552

Teles, L. (2023, Abril 25). 100 entidades cobram criação de órgão fiscalizador e defendem PL das Fake News. Estadão. Retrieved from <https://www.estadao.com.br/politica/100-entidades-cobram-criacao-de-orgao-fiscalizador-e-defendem-pl-das-fake-news/>

Valente, J. C. L. (2019). Regulando desinformação e fake news: um panorama internacional das respostas ao problema. *Comunicação Pública*, 14(27), 1–18. DOI: 10.4000/cp.5262

Wei, L., Gong, J., Xu, J., Eeza Zainal Abidin, N., & Destiny Apuke, O. (2023). Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modeling the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice factors and fake news sharing behavior. *Telematics and Informatics*, 76, 101910. DOI: 10.1016/j.tele.2022.101910

Zhang, L., & Chen, J. Y. (2022). A regional and historical approach to platform capitalism: The cases of Alibaba and Tencent. *Media, Culture & Society*, 44(8), 1454-1472. DOI: 10.1177/01634437221127796

**BRUNO WASHINGTON NICHOLS.** Doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná, com estágio pós-doutoral pela Universidade Federal Fluminense no âmbito de estudos sobre desinformação. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal do Paraná. Colaboração neste artigo: conceitualização, curadoria de dados, análise formal, investigação, metodologia, administração do projeto, supervisão, validação, visualização, escrita – esboço original, escrita – revisão e edição, discussão dos resultados, revisão e aprovação da versão final do trabalho.

**RAFAEL GROHMANN.** Professor de Estudos Críticos de Plataformas na Universidade de Toronto. Pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia – Disputas e Soberanias Informacionais (INCT/DSI). Colaboração neste artigo: conceitualização, curadoria de dados, análise formal, investigação, metodologia, administração do projeto, supervisão, validação, visualização, escrita – esboço original, escrita – revisão e edição, discussão dos resultados, revisão e aprovação da versão final do trabalho.

TRANSLATED BY / FINAL REVISION: Rafael Grohmann