

1/5/2021

Eleições, redes sociais e democracia

Dados da CPMI das Fake News e dinâmicas
no Facebook entre 2010 e 2020

Grupo de Pesquisa sobre Democracia e Tecnologias Digitais
Centro de Pesquisa Jurídica e Social
Mestrado em Direito

UNIVERSIDADE POSITIVO

PESQUISADORES

Ana Carolina Contin Kosiak
Anderson Marcos dos Santos
Eduardo Faria Silva
Gabriel Schulman
Giulia de Angelucci
Laymert Garcia do Santos
Olívia Alves Gomes Pessoa

BOLSISTA CPJUS

Vinícius Cunha Zanatta da Silva

Sumário

1. Sobre o que é a pesquisa apresentada no relatório parcial	4
2. Sobre a definição do objeto	5
3. Sobre a metodologia e método de extração dos dados.....	8
4. Sobre os resultados parciais da pesquisa.....	10
4.1. Sobre as dinâmicas dos grupos de páginas.....	10
4.2. Sobre as dominâncias entre perfis de páginas	18
5. Considerações finais	24
7. Referências	26

Eleições, redes sociais e democracia: dados da CPMI das Fake News e dinâmicas no Facebook entre 2010 e 2020

Grupo de Pesquisa sobre Democracia e Tecnologias Digitais
Centro de Pesquisa Jurídica e Social
Mestrado em Direito

1. Sobre o que é a pesquisa apresentada no relatório parcial

O presente relatório parcial de pesquisa inaugura uma série de análises sobre a influência das páginas da rede social Facebook na dinâmica da eleição presidencial brasileira de 2018, que resultou na vitória do candidato Jair Messias Bolsonaro, e seus desdobramentos no campo político-democrático.

Com uma abordagem estatística descritiva, este primeiro relatório de pesquisa apresenta uma análise sobre a movimentação de 27 páginas, entre os anos de 2010 e 2020, do “ecossistema” de indivíduos e de coletividades que atuam nessa rede social e que tiveram alguma das suas plataformas digitais – aplicativo para celular, site e canal do YouTube – relacionadas no anexo da Informação Técnica, de 23 de abril de 2020, elaborada pela Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados para a Comissão Parlamentar Mista de Inquérito do Congresso Nacional – CPMI das *Fake News* –, como produtores e difusores de desinformação (BRASIL, 2020b).¹

1 A Informação Técnica, de 23 de abril de 2020, elaborada pela Consultoria Legislativa da Câmara para a CPMI das *Fake News*, tinha como objeto a análise dos “canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, no período de 1º de janeiro a 10 de novembro de 2019”. No trabalho realizado, os consultores legislativos identificaram e classificaram canais de conteúdo inadequados – p. ex. 47 de notícias falsas – que receberam recursos federais (BRASIL, 2020a). O detalhamento do tema encontra-se no item 2, sobre a definição do objeto, do presente relatório parcial de pesquisa.

A análise quantitativa proposta fornece dados sobre o número de seguidores das páginas, número de postagens e respectivas interações como métricas que permitem medir o alcance das plataformas digitais e até que ponto os usuários da internet interagiram com os endereços indicados ao longo dos anos que antecedem, durante e depois da eleição presidencial de 2018.

Os dados apontam como o Facebook foi um instrumento tecnológico importante utilizado no processo eleitoral brasileiro de 2018 e como ampliou o espaço das interações digitais nos anos posteriores. Os resultados parciais já sistematizados na pesquisa permitem expandir as reflexões sobre como a política e a democracia foram impactadas pela rede mundial de computadores, que acelerou a velocidade dos processos de participação e de competição pública em regimes democráticos em escala, volume e intensidade incompatíveis com a racionalidade de tempo existente até a virada cibernética.²

A estrutura deste relatório, para além desta introdução, inclui uma seção apresentando os critérios de seleção das plataformas digitais analisadas. Na sequência uma discussão da metodologia, que explica os detalhes de extração e tratamento das informações analisadas. Em seguida, há uma seção de apresentação de resultados da análise, comparando a dinâmica de movimentação das páginas criadas no Facebook e que tiveram alguma plataforma digital indicada na CPMI das Fake News. Por fim, há uma seção em que se alinhavam algumas rápidas conclusões a respeito de todo o material apresentado.

2. Sobre a definição do objeto

A fonte de informações utilizada é o sistema *CrowdTangle*³, disponibilizado pelo Facebook para análise de uma série de redes sociais, de ampla relevância desde a metade

² Os impactos sociais, políticos e econômicos da aceleração tecnológica, após a virada cibernética, são tratados por diversos autores, podemos destacar: Waldby (2000), Santos (2003) e Martins (2003).

³ “Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de propriedade do Facebook que rastreia interações em conteúdo público de páginas e grupos do Facebook, perfis verificados, contas do Instagram e subreddits.

da década de 2000. Trata-se de uma ferramenta do *Facebook* que facilita seguir, analisar e registrar o conteúdo público das redes sociais. Redes como o próprio Facebook, o Instagram, o Twitter e o Reddit, que congregam centenas de milhões de indivíduos e coletividades, no Brasil e no mundo⁴.

Este primeiro relatório parcial de pesquisa está focado naquela que talvez seja uma das redes sociais mais importantes no Brasil: o Facebook. Este último mobiliza indivíduos e coletividades, em grupos de interesse, fóruns de discussão e assim por diante. Especialmente do ponto de vista político, que é o foco de análise deste relatório, o Facebook talvez seja a rede social mais relevante do país.

O foco na mineração realizada no *CrowdTangle*, definido a partir dos objetivos da pesquisa para o presente relatório, esteve nas páginas existentes no Facebook e que foram identificadas a partir do cruzamento de dados disponíveis na Informação Técnica produzida pela Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados, a pedido da CPMI das Fake News, sobre os “canais nos quais os anúncios do Governo Federal contratados por meio da plataforma Google Adwords foram exibidos, no período de 1º de janeiro a 10 de novembro de 2019” (BRASIL, 2020a, p. 1).

O documento técnico elabora para a CPMI das Fake News aponta um total de 843 canais classificados como inadequados e que receberam anúncios pagos do governo federal. A informação está agrupada da seguinte maneira: (a) 4 de conteúdo sexual; (b) 22 de desrespeito a direitos de autor ou transmissão; (c) 741 de canais removidos do YouTube por descumprimento de diretrizes; (d) 12 de jogos de azar ilegais; (e) 47 de notícias falsas; (f) 7 de ofertas de investimentos ilegais; (g) 5 de promoção pessoal de autoridades; (h) 5 de titular de cargo eletivo (BRASIL, 2020a, p. 7).

Mais precisamente em relação à presente pesquisa, a partir da análise das 47 diferentes plataformas listadas como de notícias falsas pela Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados – aplicativo para celular, site e canal do YouTube –, identificou-se

Não inclui anúncios pagos, a menos que esses anúncios tenham começado como postagens orgânicas e não pagas que foram posteriormente “impulsionadas” usando as ferramentas de publicidade do Facebook. Também não inclui atividades em contas privadas ou postagens visíveis apenas para grupos específicos de seguidores” (CROWDTANGLE, 2020).

⁴ Uma descrição do *CrowdTangle*, com suas potencialidades e seus limites, pode ser encontrada em Dotto (2020) e Dotto e Smith (2019).

que 30 também tinham contas ativas no Facebook. Após nova Informação Técnica da Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados, de 4 de junho de 2020, sobre nota metodológica acerca da Informação Técnica de 23 de abril de 2020 e as correções na base de dados para sua utilização (BRASIL, 2020c), e as 3 Informações Técnicas, de 4 de junho de 2020, sobre manifestações de veículos de comunicação, as páginas da Gazeta do Povo (BRASIL, 2020d), Revista Fórum (BRASIL, 2020e) e Diário do Centro do Mundo (BRASIL, 2020f) foram excluídas da presente pesquisa, restando 27 páginas aptas para a análise científica.

Com as informações e respectivas filtragens indicadas acima, buscou-se os dados quantitativos das postagens e das interações dos anos anteriores, do período e posteriores à eleição presidencial de 2018, nas 27 páginas do Facebook que integram o universo de plataformas – geridas pela mesma pessoa ou grupo – que foram consideradas produtoras e difusoras de desinformação no documento técnico da Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados. Tais páginas encontram-se relacionadas no quadro 1 abaixo:

Quadro 1. Relação das 27 páginas existentes no Facebook

Páginas	URL da Página	Número de Seguidores
A Terra é Plana – Flat Earth	https://www.facebook.com/aterraaplana/	126.643,00
Antropofagista Jornalismo	https://www.facebook.com/antropofagista	6.200,00
Bernardo Kuster	https://www.facebook.com/bbernardopkuster	5.863,00
Click Política	https://www.facebook.com/paginaclickpolitica	26.324,00
Conexão Política	https://www.facebook.com/conexaopoliticabrasil	72.021,00
Conservador e Patriota	https://www.facebook.com/conservadorepatriota	3.000,00
Conservadorismo do Brasil	https://www.facebook.com/ConservadorismoDoBrasil3.0	36.289,00
Desperte – Thiago Lima	https://www.facebook.com/desperte.thiagolima	69.000,00
Diário do Brasil	https://www.facebook.com/DiariodoBrasil	342.465,00
Diego Rox	https://www.facebook.com/diegoroxoficial	744.000,00
Direita Política	https://www.facebook.com/direitapoliticap	39.926,00
Dr. News	https://www.facebook.com/drnewsbrasil	13.339,00
Dr. Robert Rey	https://www.facebook.com/DrRobertRey	555.017,00
Estudos Nacionais	https://www.facebook.com/estudosnacionais	27.942,00
Filósofo Ghirdelli	https://www.facebook.com/filosofo.ghirdelli	32.365,00
Gospel Prime	https://www.facebook.com/gospelprime	602.853,00
Jornal da Cidade Online	https://www.facebook.com/jornaldacidadeonline	1.536.996,00
Nando Moura	https://www.facebook.com/NandoMouraOficial	476.000,00
Naturalmente Saudável	https://www.facebook.com/naturalmentesaudavel0	98.263,00
Notibras	https://www.facebook.com/notibras	69.225,00
O Jacaré de Tanga	https://www.facebook.com/ojacaredetanga	922.809,00
Opinião Crítica	https://www.facebook.com/OpinioCriticaBR	12.817,00
Questione-se	https://www.facebook.com/canalquestionese	116.025,00
Terça Livre TV	https://www.facebook.com/tercalivre	454.945,00
Tijolaço	https://www.facebook.com/tijolacooficial	97.116,00
Veja Isso	https://www.facebook.com/Vejaisso	8.797,00
VlogdoLisboa	https://www.facebook.com/vlogdolisboa	485.000,00

Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Quadro elaborado pelos autores.

A partir da definição das páginas, organizou-se os critérios de tempo para extração e análise dos dados, conforme consta no item 3 sobre a metodologia e método.

3. Sobre a metodologia e método de extração dos dados

A pesquisa de abordagem estatística descritiva estruturada no presente relatório parcial não faz uma análise qualitativa das páginas e das postagens para saber quantas realmente são difusoras de desinformação. Aqui se utilizou como métrica a classificação da Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados sobre plataformas de notícias falsas e se observou o comportamento das páginas no universo de suas respectivas postagens e interações no Facebook.

As informações do *CrowdTangle* foram extraídas, processadas e analisadas no âmbito mais desagregado possível: o de cada postagem publicada no Facebook, com várias informações associadas a cada uma. Apenas como exemplo de tais informações: (a) tipos de autoria das postagens: daquelas 27 páginas extraídas do cruzamento dos dados das Informações Técnicas da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados para a CPMI das Fake News; (b) tipos de postagens: textos, links, fotos, vídeos, outros formatos; (c) tipos de interações obtidas pelas postagens: likes, comentários, compartilhamentos etc.; (d) se as postagens são explicitamente patrocinadas; (e) textos associados às postagens: links, comentários etc.; (f) endereços completos das postagens: caso seja interessante recuperá-las por inteiro.

Apesar do foco nas postagens e interações no Facebook, entre o 1º e o 2º turno das eleições presidenciais, os objetivos da pesquisa incluíam traçar um histórico completo das atividades de tais páginas, da metade de 2004 até o final de 2020. Nesse sentido, foi extraído todo o histórico de postagens publicados da metade de 2004 até o final de 2020.

A extração das informações do *CrowdTangle* deu-se por meio da ferramenta *Historical Data*, mais apropriada para lidar com grandes volumes de dados. E tal extração deu-se ano a ano, com a posterior consolidação dos dados gerados em uma série única, da metade de 2004 até o final de 2020.

Considerando o período de criação das páginas no Facebook e movimentação nas redes, optou-se por apresentar os dados do período de 2010 a 2020 quando se trabalha com o universo das 27 páginas e, posteriormente, de 2015 a 2020, quando se trabalha com um número de 6 perfis. Ambas opções apresentam melhor o funcionamento dos “ecossistemas” pesquisados como se verá no item 3 sobre os resultados da pesquisa.

As técnicas de análise utilizadas a partir dessa série de informações foram técnicas estatísticas descritivas. Isso porque o objetivo deste primeiro relatório é somente oferecer um panorama da dinâmica das 27 páginas indicadas, tal como ela se revelou no Facebook. O foco principal dessa dinâmica está no segundo turno das eleições de 2018, mas tal foco é complementado com informações de antes e depois desse período específico.

4. Sobre os resultados parciais da pesquisa

Os resultados empíricos até o momento alcançados com as fontes de informações mencionadas, bem como as técnicas de estatísticas referidas, são apresentados em dois blocos na sequência deste relatório. No primeiro, a ideia é efetuar uma análise de diferentes marcadores da dinâmica das 27 páginas no Facebook, mês a mês, em um período que cobre (na maior parte das análises) de 2010 a 2020. No segundo bloco deste relatório serão exibidos 6 perfis identificados como a expressão do universo das 27 páginas, que são de: (a) humor; (b) religião; (c) política; (d) anticientífica; (e) saúde; (f) personalidade pública. A ideia é apresentar um balanço de cada um dos marcadores já estudados, de maneira a verificar, a cada mês entre 2015 e 2020, quais dos arquétipos alcançaram uma dominância no debate que ocorreu por meio das páginas do Facebook.

4.1. Sobre as dinâmicas dos grupos de páginas

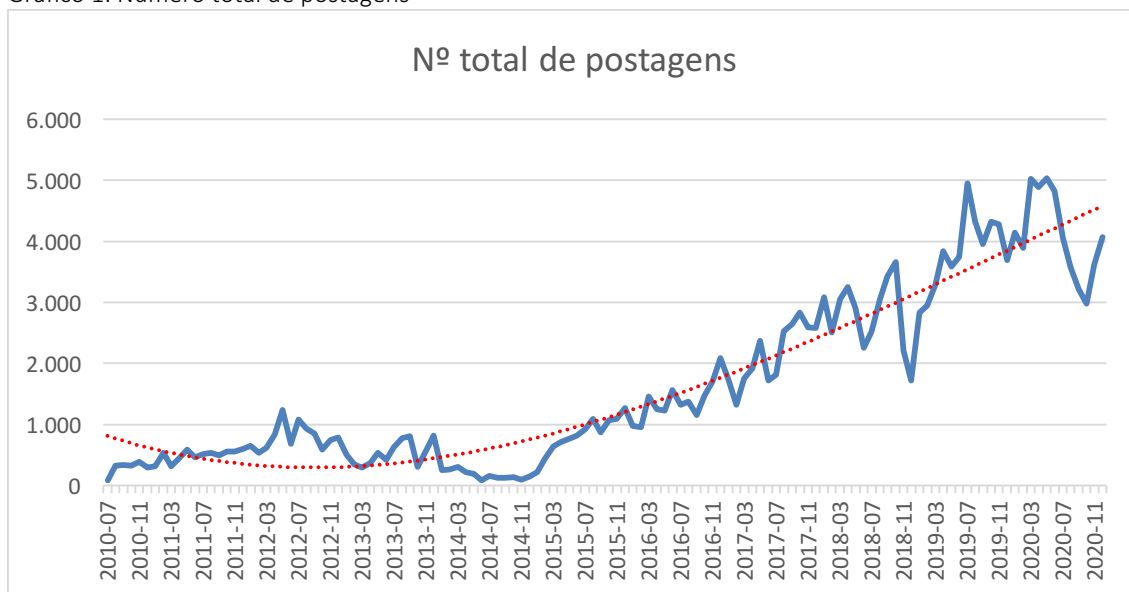
As 27 páginas relacionadas no presente relatório parcial mostram uma interessante movimentação entre 2010 e 2020. No que diz respeito ao número total de postagens produzidas pelas páginas, que em alguma medida revela o “esforço” na oferta de conteúdo, nota-se uma dinâmica de crescimento acelerado de janeiro de 2015 até a eleição presidencial de outubro de 2018. Naquele mês, o número total de postagens produzidas pelo universo das 27 páginas foi de 216 e, em 2018, chega ao período do pleito de outubro com 3,6 mil publicações mensais.

O aumento das postagens continua em 2019 – 1º ano do mandato do Presidente da República Jair M. Bolsonaro – e atingem um pico em maio de 2020 com o número de 5 mil publicações mensais (gráfico 1). Destaca-se alguns fatos relevantes no cenário político e jurídico nacional no mês de maio de 2020: (a) depoimento do ex-ministro Sérgio Moro na Polícia Federal; (b) liberação do vídeo da reunião ministerial que comprovaria a

interferência do governo na Polícia Federal; (c) segunda troca de ministro da saúde, em intervalo inferior a 30 dias, na pandemia do Covid-19.

Todavia, após esse pico de maio de 2020, há uma queda acentuada de postagens entre junho e outubro de 2020. No período, os números retroagem ao patamar de fevereiro de 2019. Observa-se alguns fatos relevantes no cenário político e jurídico nacional no intervalo entre junho e outubro de 2020: (a) Supremo Tribunal Federal mantém o Inquérito nº 4.871, conhecido como Inquérito das Fake News; (b) o ministro Alexandre de Moraes, no âmbito do Inquérito das Fake News, determina busca e apreensões em desfavor de empresários, parlamentares e blogueiros; (c) o ministro Alexandre de Moraes, no âmbito do Inquérito nº 4.828, conhecido como Inquérito de Atos Antidemocráticos, determina a prisão de militante Sara Winter, do grupo 300, e afirma que há indícios que os atos são financiados por empresários (gráfico 1).

Gráfico 1. Número total de postagens



Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

No que diz respeito ao número total de interações⁵, que em alguma medida reflete o impacto do conjunto de postagens produzidas pelas páginas no debate político

⁵ As interações correspondem, de certa forma, a reações dos indivíduos que entram em contato com as postagens no Facebook. Essas interações podem ser *Likes* (“Gostei”), *Comments* (“Comentários”), *Shares*

mais amplo, também se percebe uma dinâmica de traço até dezembro de 2014 – 6.956 interações – e de crescimento acelerado de interações a partir de 2015, sendo, por exemplo, 21,7 mil em janeiro, 74,9 mil em março e 91,8 mil fevereiro (gráfico 2).

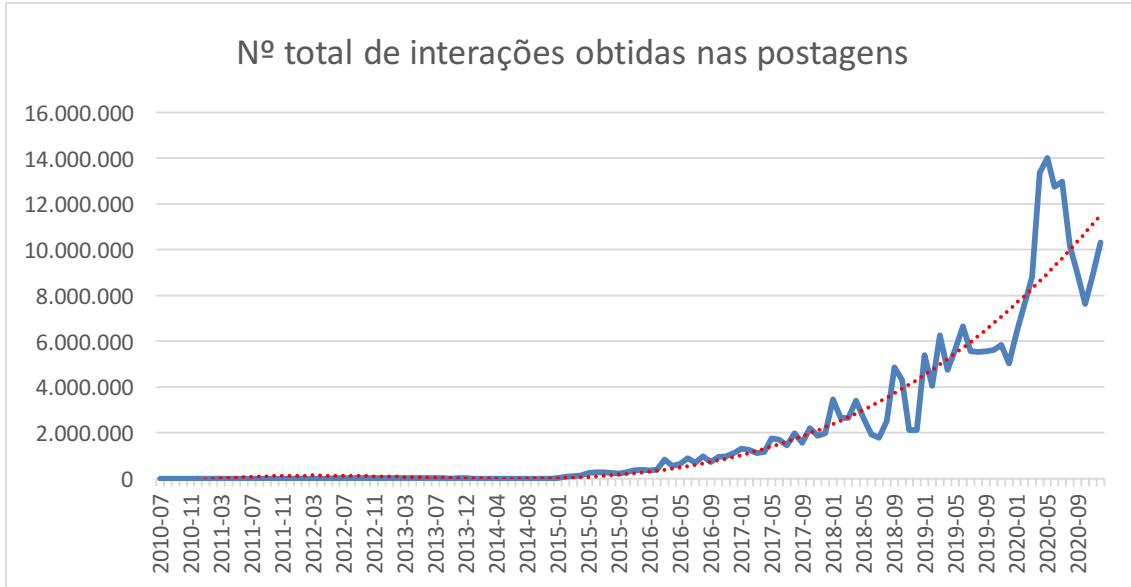
Os meses de setembro e outubro de 2018 apresentam um saldo na tendência de crescimento das interações. Em ambos os meses eleitorais, o total de interações chega respectivamente a 4,8 milhões e 4,2 milhões, totalizando 9 milhões de reações às postagens no universo das 27 páginas (gráfico 2).

A estratégia de publicações que amplia as reações dos indivíduos aumenta em 2019 e tem o vértice de interações em maio de 2020, mesmo período em que se atinge o ápice do número total de postagem (gráfico 1). Neste mês, o conjunto das páginas chega a 14 milhões de interações (gráfico 2).

No entanto, o número de interações reduz de forma acentuada entre os meses de junho a outubro de 2020, alterando a tendência de crescimento contínuo que se apresentava. Neste mês de outubro de 2020, o total de interações foi de 7,6 milhões e atinge o mesmo patamar de fevereiro de 2019 (gráfico 2). Interessante observar que as oscilações do número total de interações, nos meses de junho e outubro de 2020, seguem a mesma curva de queda do número total de postagens (gráficos 1 e 2).

(“Compartilhamentos”), *Love* (“Amei”), *Wow* (“Espanto”/“Surpresa”), *Haha* (“Risos”), *Sad* (“Triste”), *Angry* (“Ódio”) e *Care* (“Atenção”/“Cuidado”).

Gráfico 2. Número total de interações obtidas nas postagens



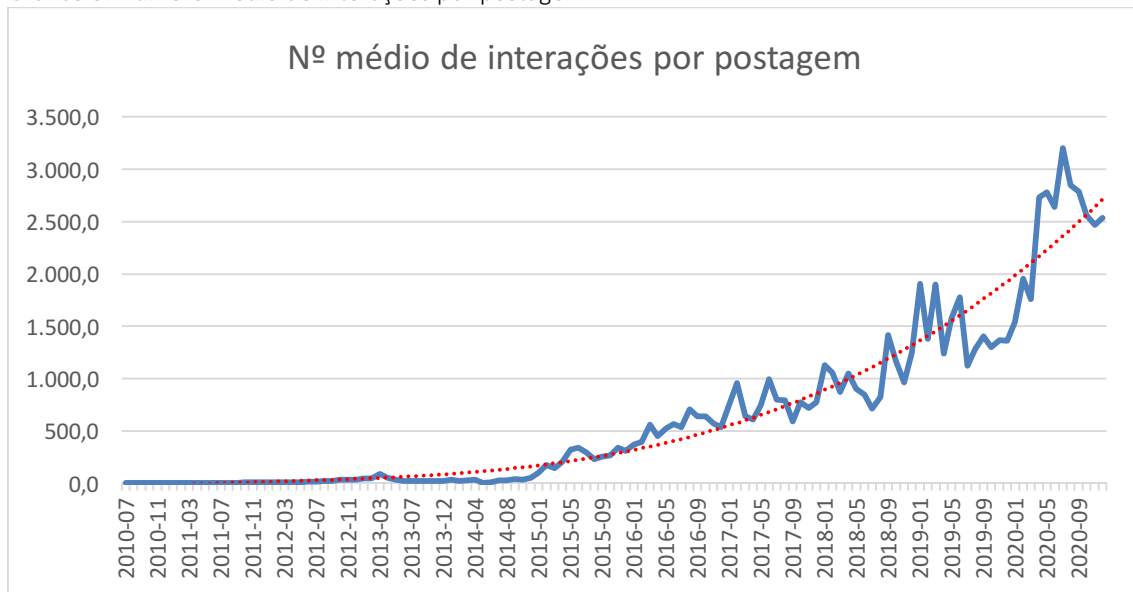
Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Como resultado da dinâmica acima exposta, que em alguma medida retrata “esforço” realizado pelas páginas na produção de seu conteúdo, assim como o grau de repercussão desse conteúdo no debate político brasileiro, o gráfico abaixo monitora a evolução do número médio de interações por cada postagem realizada. Vale dizer que se está falando de interações de quaisquer tipos – *Likes, Comments, Shares, Love, Wow, Haha, Sad, Angry e Care*⁶.

Até dezembro de 2014, o número médio de interações ficava no campo da dezena por postagem feita. O crescimento contínuo das interações na casa da centena ocorre entre os anos de 2015 e 2017. A partir de 2018, as dinâmicas de interação por cada postagem deslocam-se, consolidam-se e oscilam na casa do milhão até 2020 (gráfico 3).

⁶ Ainda que a relevância de cada tipo de interação seja bastante distinta, com maior número de *Likes, Comments* e *Shares*. Mas isso já será objeto específico de análise de relatório de pesquisa futuro.

Gráfico 3. Número médio de interações por postagem

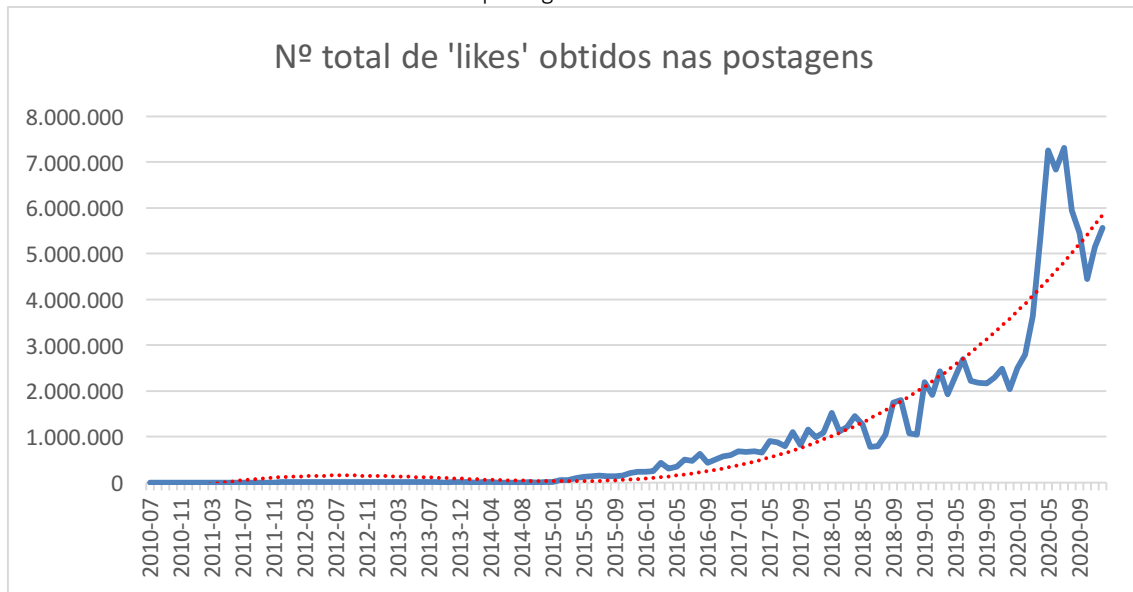


Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

O gráfico sobre o número total de *likes* obtidos nas postagens do conjunto das 27 páginas apresenta um crescimento desde 2015. No entanto, chama a atenção o salto de julho para outubro de 2018, período da eleição presidencial. No lapso de 4 meses, as curtidas passaram de 793 mil para 1,794 milhão (gráfico 4).

Outro período que chama a atenção é de dezembro de 2019 para maio de 2020, momento do início da pandemia, de crise no governo e de troca de ministros da saúde e justiça. Em um intervalo de poucos meses, o número de curtidas parte de aproximadamente 2 milhões para 7,5 milhões (gráfico 4).

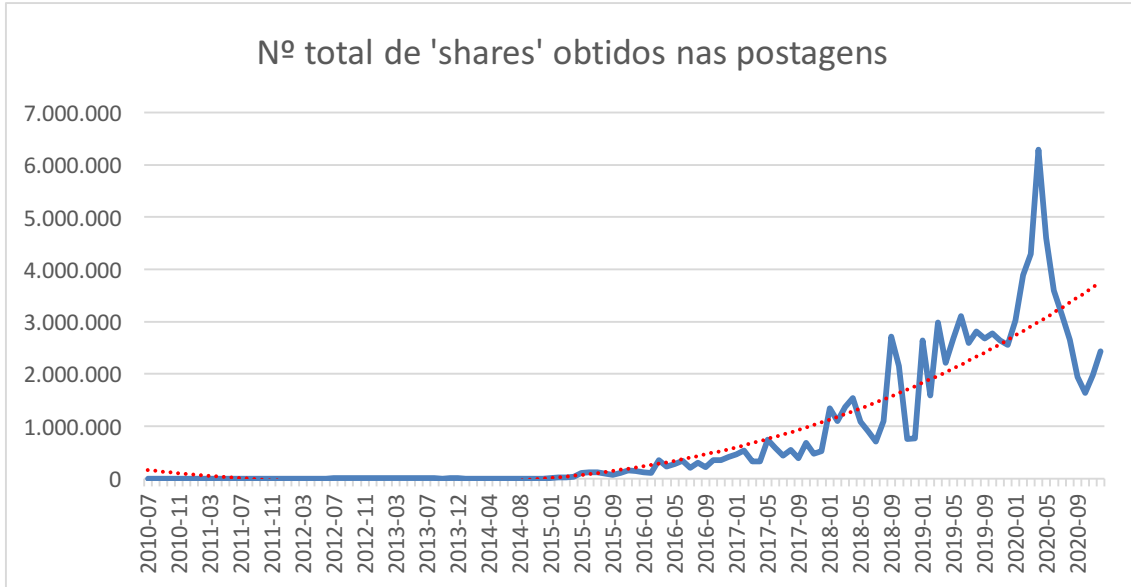
Gráfico 4. Número total de *likes* obtidos nas postagens



Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Igual tendência de grandes saltos é observada no número de “share” obtidos nas postagens. Em julho e setembro de 2018, o conjunto de páginas compartilhou respectivamente 708 mil e 2,6 milhões de publicações. Em dezembro de 2019 e abril de 2020, foram compartilhadas respectivamente 2,5 milhões e 6,2 milhões de publicações. Ambos períodos demonstram uma dinâmica no conjunto das 27 páginas com grandes saltos no número de *shares* em curto espaço de tempo (gráfico 5).

Gráfico 5. Número total de *shares* obtidos nas postagens

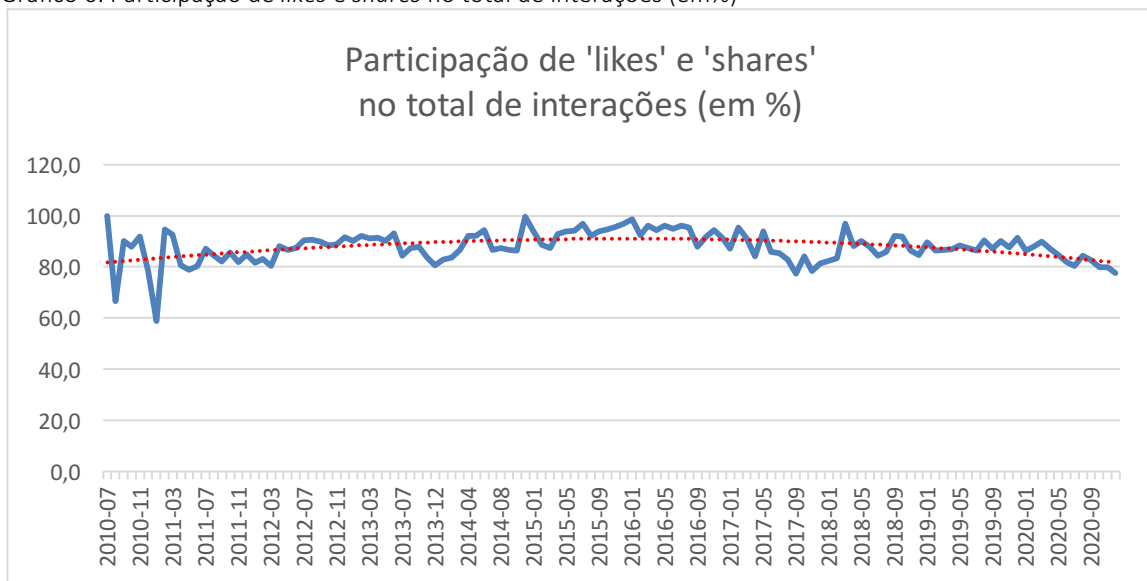


Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Verificando-se a dinâmica do conjunto das 27 páginas no Facebook, constata-se que os *likes* e *shares* são os principais mecanismos de interação dos indivíduos com as postagens. Ambos correspondem a uma média de 87,9% no total de interações ao longo dos anos de 2010 e 2020 (gráfico 6).

As variações anuais indicadas no gráfico mostram que – em uma década de análise – a dinâmica de interação esteve sempre concentrada nos dois mecanismos mais populares da plataforma Facebook, ou seja, o *likes* e *shares*.

Gráfico 6. Participação de *likes* e *shares* no total de interações (em%)



Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Até o momento, o objetivo foi realizar um estudo de diferentes métricas que, a cada mês de 2010 a 2020, caracterizam a dinâmica das 27 páginas do Facebook ligadas a indivíduos ou grupos que tiveram alguma de suas outras plataformas – aplicativo para celular, site e canal do YouTube – relacionadas na Informação Técnica, da Consultoria Legislativa da Câmara, enviada para a CPMI das Fake News.

Finalizando o primeiro bloco de análise, em síntese, destaca-se alguns pontos: (a) o crescimento acelerado da performance das páginas a partir de 2015; (b) os saltos de postagens e interações nas eleições de 2018 e nas crises política e sanitária de 2020; (c) a queda acentuada da dinâmica das páginas no segundo semestre de 2020, em especial, após os mandados judiciais expedidos pelo ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, nos Inquéritos das Fake News e dos Atos Antidemocráticos.

4.2. Sobre as dominâncias entre perfis de páginas

O segundo bloco de análise deste relatório apresenta 6 perfis identificados como representativo do universo das 27 páginas no Facebook. Os perfis foram classificados como ambientes que apresentam uma personalidade preponderante no agir comunicativo com os usuários da rede. Eles são expressos em comportamento, texto e imagem como perfis de: (a) anticiência; (b) humor; (c) personalidade pública; (d) política; (e) religião; (f) saúde (quadro 2).

Quadro 2. Relação das 28 páginas dentro de cada perfil

Páginas	URL da Página	Perfil da Página
A Terra é Plana – Flat Earth	https://www.facebook.com/aterraaplana/	Anticiência
Antropofagista Jornalismo	https://www.facebook.com/antropofagista	Política
Bernardo Kuster	https://www.facebook.com/bbernardopkuster	Personalidade
Click Política	https://www.facebook.com/paginaclickpolitica	Política
Conexão Política	https://www.facebook.com/conexaopoliticabrasil	Política
Conservador e Patriota	https://www.facebook.com/conservadorepatriota	Política
Conservadorismo do Brasil	https://www.facebook.com/ConservadorismoDoBrasil3.0	Política
Desperte – Thiago Lima	https://www.facebook.com/desperte.thiagolima	Personalidade
Diário do Brasil	https://www.facebook.com/DiariodoBrasil	Política
Diego Rox	https://www.facebook.com/diegoroxoficial	Personalidade
Direita Política	https://www.facebook.com/direitapoliticap	Política
Dr. News	https://www.facebook.com/drnewsbrasil	Política
Dr. Robert Rey	https://www.facebook.com/DrRobertRey	Personalidade
Estudos Nacionais	https://www.facebook.com/estudosnacionais	Política
Filósofo Ghirdelli	https://www.facebook.com/filosofo.ghirdelli	Personalidade
Gospel Prime	https://www.facebook.com/gospelprime	Religião
Jornal da Cidade Online	https://www.facebook.com/jornaldacidadeonline	Política
Nando Moura	https://www.facebook.com/NandoMouraOficial	Personalidade
Naturalmente Saudável	https://www.facebook.com/naturalmentesaudavel0	Saúde
Notibras	https://www.facebook.com/notibras	Política
O Jacaré de Tanga	https://www.facebook.com/ojacaredetanga	Humor
Opinião Crítica	https://www.facebook.com/OpinioCriticaBR	Política
Questione-se	https://www.facebook.com/canalquestionese	Política
Terça Livre TV	https://www.facebook.com/tercalivre	Política
Tijolaço	https://www.facebook.com/tijolacooficial	Política
Veja Isso	https://www.facebook.com/Vejaisso	Política
VlogdoLisboa	https://www.facebook.com/vlogdolisboa	Personalidade

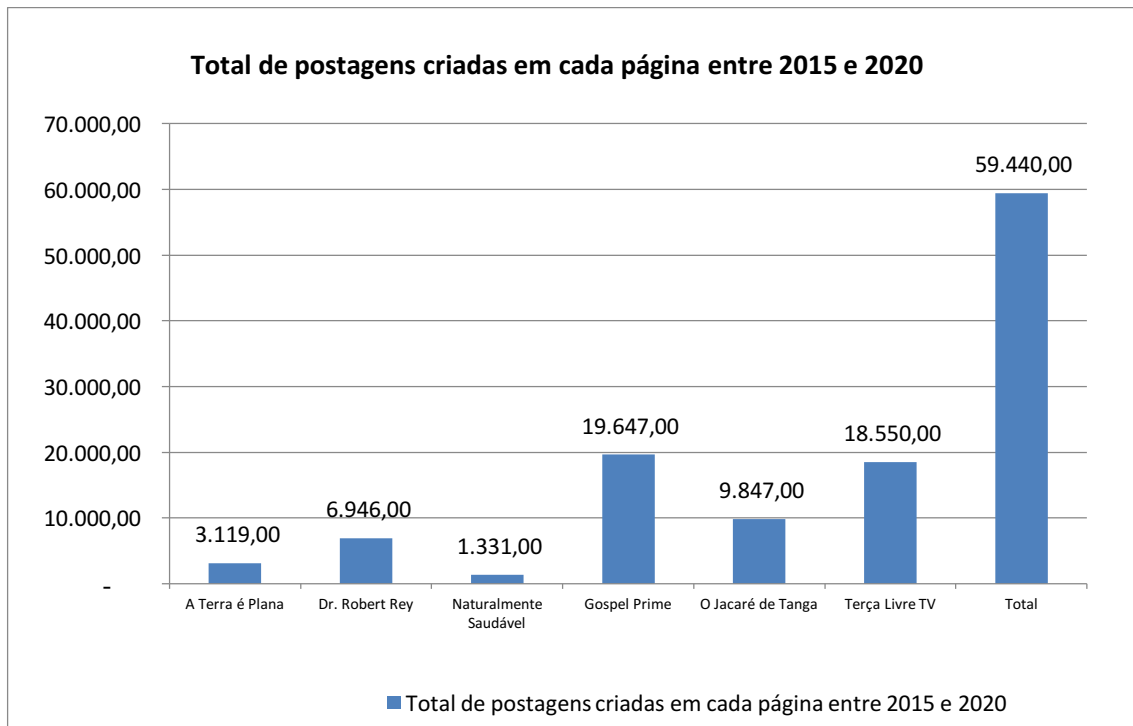
Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Quadro elaborado pelos autores.

Após a classificação das páginas pelo perfil, buscou-se uma expressão de cada representação para uma análise comparativa. Os perfis selecionados para análise seguiram os seguintes critérios: (a) único em relação a um dos 6 perfis indicados; (b) personalidade pública de alcance nacional e internacional; (c) indicados na imprensa como investigados nos Inquéritos das Fake News ou Atos Antidemocráticos.

As páginas são: (a) A Terra é Plana – Flat Earth; (b) O Jacaré de Tanga; (c) Dr. Robert Rey; (d) Terça Livre TV; (e) Gospel Prime; (f) Naturalmente Saudável. Feita as classificações e indicações de representações de cada um dos 6 perfis, verificou-se, no período de 2015 a 2020, mês a mês, quais páginas no Facebook foram dominantes na dinâmica das redes, sob diferentes métricas, ao longo dos anos.

Em relação ao total de postagens criadas em cada página entre 2015 e 2020, percebe-se um grande volume de material disponibilizado nas redes pelos 6 perfis indicados. No período de 6 anos, foram feitas 59,4 mil publicações. As páginas Gospel Prime e Terça Livre foram responsáveis respectivamente por 19,6 mil e 18,5 mil postagens. A produção de ambas representou 38,1 mil publicações, ou seja, 64,2% do total (gráfico 7).

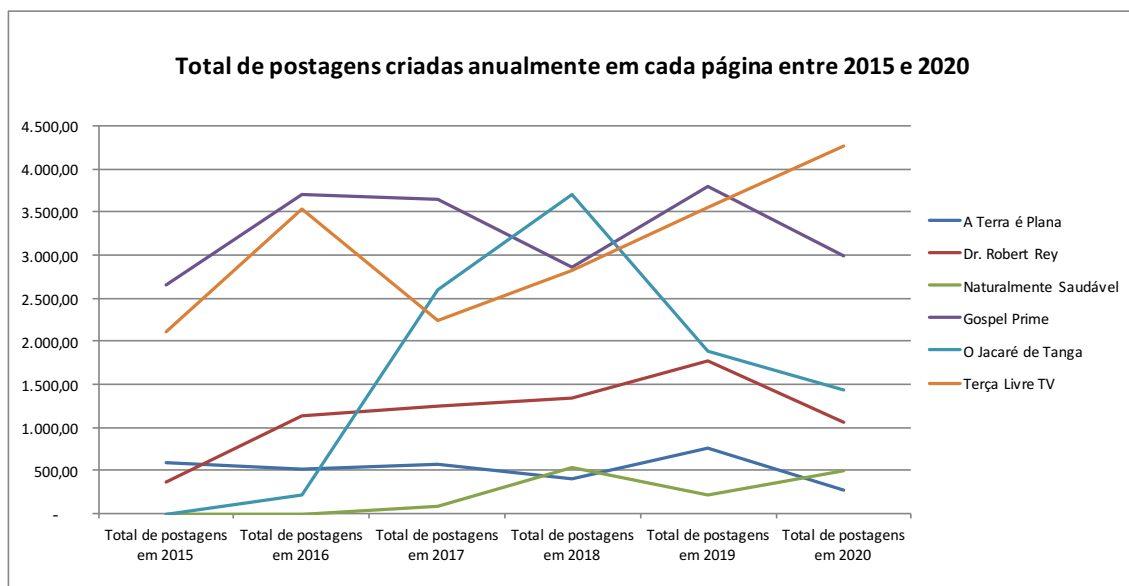
Gráfico 7. Total de postagens criadas em cada página entre 2015 e 2020



Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

No que tange ao total de postagens criadas anualmente em cada página entre 2015 e 2020, a dinâmica apresenta uma variação de dominância dos perfis ao longo do tempo. Entre 2015 e 2017, a página religiosa Gospel Prime foi o canal que mais publicou, postando nessa ordem: 2,6 mil, 3,6 mil e novamente 3,6 mil postagens. O ano das eleições de 2018 mostrou um crescimento acentuado da página de humor Jacaré de Tanga. Ela foi a responsável pelo maior número de postagens, totalizando 3,7 mil. A página política Terça Livre teve um crescimento constante de 2017 a 2020. Neste ano, ela totalizou 4,2 mil publicações e se tornou o canal com o maior número de postagens (gráfico 8).

Gráfico 8. Total de postagens criadas anualmente em cada página entre 2015 e 2020

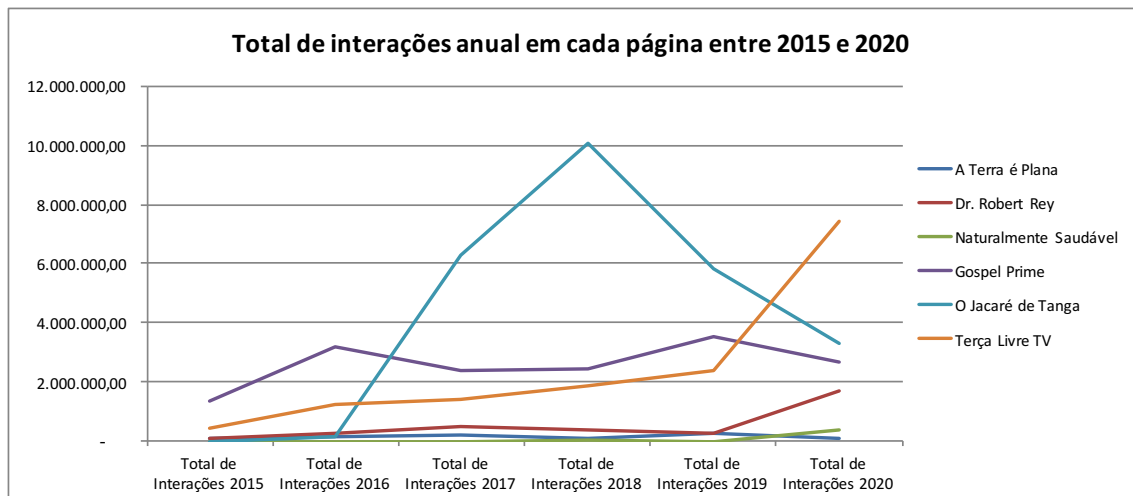


Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

O total de postagens e interações anuais mostram uma performance das curvas muito parecidas da página Jacaré de Tanga de 2016 a 2020. Ao que tudo indica, o volume de publicações encontrava igual ressonância com os usuários do Facebook que recebiam as postagens. No ano de 2018, a página de humor chegou a 10 milhões de interações (gráfico 9).

No intervalo de 2016 a 2020, Jacaré de Tanga recebeu 25,6 milhões de interações. O volume alcançado é absolutamente superior às interações realizadas com as demais páginas: (a) Naturalmente Saudável recebeu 420 mil; (b) Terra é Plana recebeu 946 mil; (c) Dr. Robert Rey 3,1 milhões; (d) Terça Livre recebeu 14,8 milhões; (e) Gospel Prime recebeu 15,5 milhões (gráfico 9).

Gráfico 9. Total de interações anual em cada página entre 2015 e 2020



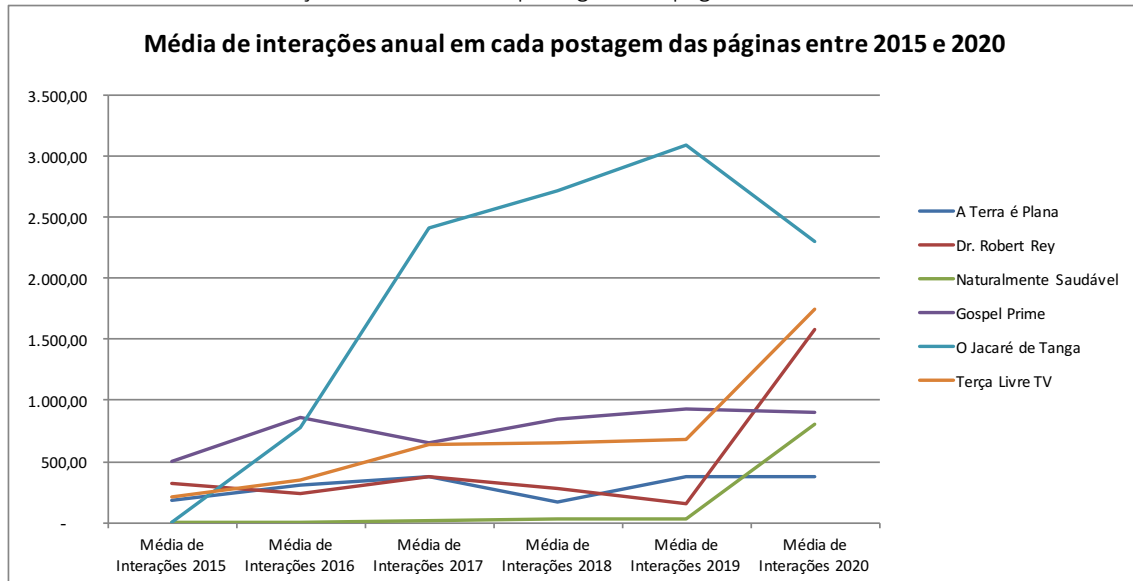
Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Em que pese o volume de postagens realizadas no intervalo de 2015 a 2020 pelas páginas Terça Livre e Gospel Prime, o quadro mostra uma dominância da página Jacaré de Tanga em relação à média de interações anuais em cada postagem. No ano das eleições de 2018, as 3 páginas tiveram a seguinte média de interações anuais em cada postagem: (a) Terça Livre: 659; (b) Gospel Prime: 846; (c) Jacaré de Tanga: 2,7 mil.

No entanto, percebe-se um crescimento acentuado das interações médias das páginas Terça Livre, Naturalmente Saudável e Dr. Robert Rey a partir de 2019 até o fim de 2020, anos que marcam respectivamente o início do mandato do Presidente da República Jair M. Bolsonaro e da pandemia do Covid-19 (gráfico 10).

As três páginas ampliam a repercussão média de cada postagem de forma significativa entre 2019 e 2020. Elas passam da dezena para o milhar na média de interações anual em cada postagem, na seguinte ordem de grandeza: (a) Naturalmente Saudável passa de 27 para 805 interações, que representa um crescimento percentual de 2.881%; (b) Dr. Robert Rey passa de 159 para 1,5 mil interações, que representa um crescimento percentual de 843%; (c) Terça Livre passa de 677 para 1,7 mil interações, que representa um crescimento percentual de 151% (gráfico 10).

Gráfico 10. Média de interações anual em cada postagem das páginas entre 2015 e 2020

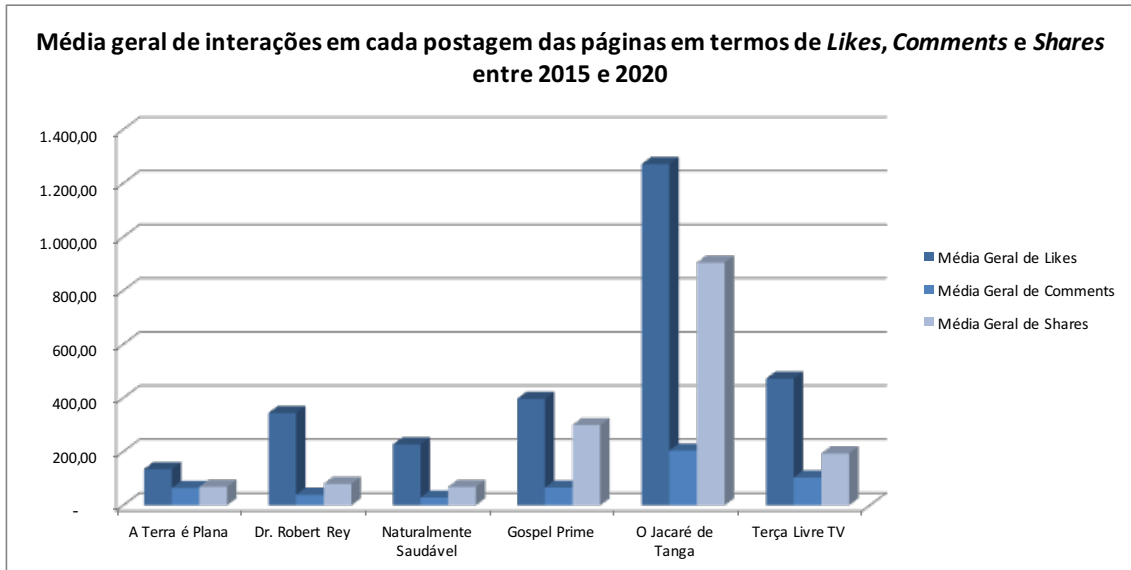


Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

No que se refere às reações obtidas em cada publicação realizada no Facebook, a média geral de *interações* em cada postagem em termos de *like*, *comments* e *shares* mostra uma melhor performance da página Jacaré de Tanga (gráfico 11).

Das três variáveis indicadas, *likes* é a forma de interação que predomina em todos os seis perfis (gráfico 11). Chama a atenção que as páginas do Dr. Robert Rey e Naturalmente Saudável, que tem um volume menor de postagens, alcançam uma interação em termos de *likes* expressiva comparada com as páginas que tem um total maior de postagens criadas (gráfico 7).

Gráfico 11. Média geral de interações em cada postagem das páginas em termos de *Likes*, *Comments* e *Shares* entre 2015 e 2020



Fonte: Dados do CrowdTangle, uma ferramenta de insights pública de propriedade e operada pelo Facebook. Gráfico elaborado pelos autores.

Em relação ao segundo bloco de análise, em síntese, destaca-se alguns pontos: (a) o crescimento acelerado da performance das páginas a partir de 2015; (b) as interações ampliadas no período das eleições de 2018; (c) os saltos da média de interações anual em cada postagem das páginas Terça Livre, Dr. Robert Rey e Naturalmente Saudável no 1º ano do mandato do Presidente da República Jair M. Bolsonaro ; (d) crescimento contínuo de interações anual em cada postagem das páginas Terça Livre, Dr. Robert Rey e Naturalmente Saudável no 1º ano da pandemia de Covid-19 em 2020; (e) a dominância na dinâmica de postagens, entre 2015 e 2020, das páginas religiosa Gospel Prime e política Terça Livre; (f) a dominância na dinâmica de interação das redes da página de humor Jacaré de Tanga.

5. Considerações finais

O Facebook adquiriu relevância como foro de debate político, especialmente desde a metade da década de 2010. O número de indivíduos e coletividades engajados

nesse debate se ampliou e se diversificou muito, como mostraram os indicadores da própria rede social.

Este é o primeiro relatório parcial da pesquisa “Eleições, redes sociais e democracia”. Com ferramentas de estatística descritiva, este documento está focado na movimentação do “ecossistema” de indivíduos e de coletividades que atuam no Facebook e que integram um universo de plataformas – geridas pela mesma pessoa ou grupo – que foram consideradas produtoras e difusoras de “Fake News” na Informação Técnica, de 23 de abril de 2020, da Consultoria Legislativa da Câmara de Deputados.

Em relação ao 1º bloco de análise apresentada no relatório, essa movimentação mostrou uma evolução no conjunto das 27 páginas no Facebook, ao longo dos anos de 2010 e 2020, podendo ser evidenciado:

(a) que o pequeno universo de 27 páginas no Facebook foi responsável por um total de 206,6 mil publicações entre 2010 e 2020 e, por consequência, ocorreram 253,7 milhões de interações nas postagens ao longo do mesmo período;

(b) em termos de número de postagens e interações, o ano de 2015 é o momento-chave para o crescimento contínuo da dinâmica do universo das 27 páginas no Facebook, sendo que as eleições para presidente em 2018, o 1º ano do mandato do Presidente da República Jair M. Bolsonaro em 2019 e o 1º ano da pandemia de Covid-19, até meados de 2020, acentuam a linha de tendência de subida.

(c) em termos de número de postagens e interações, o segundo semestre de 2020 apresenta uma queda acentuada da dinâmica do universo das 27 páginas, em especial, após os mandados judiciais expedidos pelo ministro Alexandre de Moraes, do Supremo Tribunal Federal, nos Inquéritos das Fake News e dos Atos Antidemocráticos.

Em relação ao 2º bloco de análise apresentada no relatório, essa movimentação mostrou uma evolução no conjunto dos 6 perfis de páginas selecionados no Facebook, ao longo dos anos de 2015 e 2020, podendo ser evidenciado:

(a) que o pequeno universo de 6 perfis de páginas no Facebook foi responsável por um total de 59,4 mil postagens entre 2015 e 2020 e, por consequência, ocorreram 60,6 milhões de interações nas postagens ao longo do mesmo período;

(b) em termos de número de postagens e interações, o ano de 2015 também é o momento-chave para o crescimento contínuo da dinâmica do conjunto dos 6 perfis no Facebook;

(c) em termos de número de postagens e interações, o ano das eleições de 2018 mostrou uma dominância plena do perfil de humor Jacaré de Tanga;

(d) que os perfis abordam diretamente temas de política e saúde – Terça Livre, Dr. Robert Rey e Naturalmente Saudável – tiveram um salto na média de interações anual em cada postagem em 2019, início do governo do Presidente da República Jair M. Bolsonaro, e em 2020, início da crise sanitária de Covid-19 no Brasil, sendo que o perfil religioso Gospel Prime e anticiência Terra Plana apresentaram um crescimento em 2018 e mantiveram uma constância em 2019 e 2020.

Enfim, parece que o Facebook assumiu importância como espaço de discussão política desde a metade da década de 2010, de modo até mesmo a influenciar, em alguma extensão, as eleições e a dinâmica da democracia brasileira.

7. Referências

BRASIL. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020a. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/72d4587b-f7b4-452d-a1d6-9970d06914e1>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

_____. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020b. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/0dd0ac55-9e74-44b7-a69e-e9083ce79802>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

_____. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020c. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/99f4f1fd-121e-411b-9ee3-f4a97def1c75>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

_____. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020d. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/1eb569f0-8aeb-4e33-be9d-93f5c8cac98a>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

_____. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020e. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/7b2dc33b-d3bc-4f56-b32d-dae0773fdb>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

_____. Congresso Nacional. Câmara de Deputados. Consultoria Legislativa. *Informação técnica*. Brasília: Câmara de Deputados, Consultoria Legislativa, 2020f. Disponível em: <<https://legis.senado.leg.br/sdleg-getter/documento/download/40d48be7-0903-45f5-8783-fa65ba2ac72a>>. Acesso em: 1º abr. 2021.

CROWDTANGLE TEAM. *Citing CrowdTangle Data*. CrowdTangle. Facebook, Menlo Park, California, United States, 2020. Disponível em: <<https://help.crowdtangle.com/en/articles/3192685-citing-crowdtangle-data>>. Acesso em: 29 abr. 2021.

DOTTO, C. *How to analyze Facebook data for misinformation trends and narratives*. London: First Draft, 2020. Disponível em: <<https://firstdraftnews.org/latest/how-to-analyze-facebook-data-for-misinformation-trends-and-narratives>>. Acesso em: 23 out. 2020.

DOTTO, C.; SMITH, R. *Newsgathering and monitoring on the social web*. London: First Draft, 2019. Disponível em: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Newsgathering_and_Monitoring_Digital_AW3.pdf?x98737>. Acesso em: 15 out. 2020.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS. Diretoria de Análise de Políticas Públicas. *Sala de Democracia Digital #Observa2018*. Disponível em: <<https://observa2018.dapp.fgv.br/>> Acesso em: 10 dez. 2020.

MARTINS, Hermínio. Aceleração, progresso e experimentum humanum. In: _____; GARCIA, José Luís (coord.). *Dilemas da civilização tecnológica*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais, 2003.

ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. *A campanha de Bolsonaro no Facebook: antissistêmica e conservadora, pouco liberal e nada nacionalista*. São Paulo: EACH/USP, 2018.

ORTELLADO, P.; RIBEIRO, M. O que são e como lidar com as notícias falsas: dos sites de notícias falsas às mídias hiper-partidárias. *Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos*, São Paulo, v. 15, n. 27, p. 71-83, 2018.

PENTEADO, C.; LERNER, C. *A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff*. *Em Debate*, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p.12-24, 2018.

SANTOS, Laymert Garcia dos. *Politizar as novas tecnologias: o impacto sócio-técnico da informação digital e genética*. São Paulo: Editora 34, 2003.

TOLEDO, J. *Livre, influente e solto*. O Estado de São Paulo, 18 de set. 2017. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/vox-publica/livre-influente-e-solto>>. Acesso em: 16 out. 2020.

WALDBY, Catherine. *The Visible Human Project: Informatic Bodies and Posthuman Medicine*. London & New York: Routledge, 2000.