

INTERNETLAB

INCT
INSTITUTO NACIONAL DE
CIÊNCIA & TECNOLOGIA
EM DEMOCRACIA DIGITAL

DFRLab

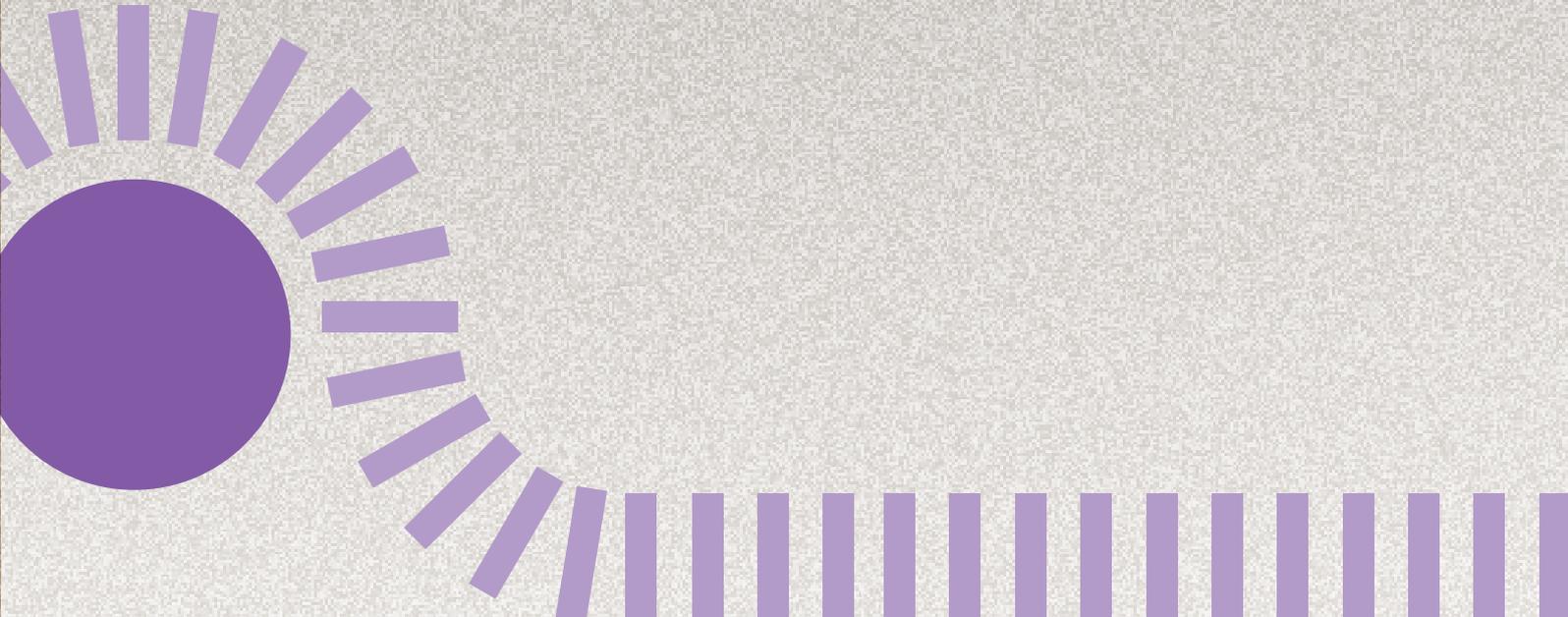
vero

AZMina *revista*

VOLT

Como operações de influência
entre plataformas são usadas
para atacar jornalistas e
enfraquecer democracias?



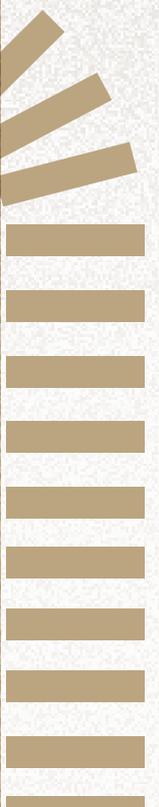


COMO CITAR ESSE RELATÓRIO:

INTERNETLAB; INCT.DD; INSTITUTO VERO; DFRLAB; AZMINA; VOLT DATA LAB.

Como operações de influência entre plataformas são usadas para atacar jornalistas e enfraquecer democracias? São Paulo, 2022.

Este relatório está licenciado sob uma licença Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0. Essa licença permite copiar e redistribuir o material em qualquer suporte ou formato, remixar, transformar e criar a partir do material para qualquer fim, mesmo que comercial. Para ver uma cópia desta licença, acesse: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



RELATÓRIO ESCRITO E PESQUISA

Barbara Libório // *Revista AzMina*
Caio Machado // *Instituto Vero*
Felippe Mercurio // *Volt Data Lab*
Fernanda K. Martins // *InternetLab*
Jade Becari // *InternetLab*
Jamile Santana // *Revista AzMina*
João Guilherme Bastos dos Santos // *INCT.DD*
Luiza Bandeira // *DFRLab*
Nina Santos // *INCT.DD*
Renata Hirota // *Volt Data Lab*
Viktor Chagas // *coLAB/Fluminense Federal University*

COLABORAÇÃO

Blenda Santos // *InternetLab*
Catharina Vilela Pereira // *InternetLab*
Helena Bertho // *Revista AzMina*
Juliana Fonteles // *InternetLab*
Laís Martins // *Volt Data Lab*
Mariana Valente // *InternetLab*
Samira Menezes // *Volt Data Lab*
Sérgio Spagnuolo // *Volt Data Lab*

COMUNICAÇÃO

Karina Oliveira

PROJETO GRÁFICO

Nikolas Suguiyama



Apresentação

O jornalismo é um espaço fundamental para a defesa da democracia, pois lança luz sobre questões de relevância pública e serve como vigia dos poderosos. A importância do jornalismo se amplia em situações de crise econômica, política, sanitária e social, quando informações confiáveis e rápidas são ainda mais essenciais para os processos decisórios públicos e individuais. No Brasil, no entanto, jornalistas têm sido regularmente atacados nas redes sociais e fora delas, o que torna difícil o exercício da profissão, dado seu embate com o medo e a autocensura. Esses ataques são diferentes quando analisamos grupos minoritários, como mulheres, população negra, indígena, de origem asiática e LGBTQIA+.

Para entender como esses ataques a jornalistas acontecem na internet, usamos uma abordagem multimétodos que incluiu entrevistas aprofundadas e semiestruturadas com 13 jornalistas brasileiros que sofreram violência online, além de uma análise de dados coletados no Twitter, YouTube e WhatsApp. Foram empregados métodos qualitativos para confirmar e interpretar os ataques em nossa amostra, e métodos de análise de rede para compor redes de hashtags do Twitter e de recomendações do YouTube, de modo a compreender as conexões entre os assuntos e os atores envolvidos. Enfim, empregamos a análise lexical para compreender diferentes expressões e palavras usadas para atacar jornalistas de acordo com seu gênero e raça. O objetivo principal da pesquisa foi demonstrar concretamente como esses ataques impactaram as vidas de jornalistas por meio de diferentes plataformas e como discursos violentos ganham espaço nas redes sociais no contexto brasileiro.



Organizações

INTERNETLAB

InternetLab

O InternetLab é um centro de pesquisa em direito e tecnologia. Desenvolve pesquisa em direitos humanos e tecnologia orientada para políticas públicas e publica livros, relatórios, artigos e guias. O InternetLab trabalha com violência de gênero na internet desde sua fundação, além de tratar de questões relacionadas a mulheres, a privacidade na internet e ao ativismo feminista. internetlab.org.br



INCT.DD

O Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia na Democracia Digital é composto por uma rede de mais de 50 pesquisadores brasileiros de ponta e centros de pesquisa estrangeiros na área de democracia digital. Tem sede na Universidade Federal da Bahia (UFBA) e seu Laboratório de Ciência de Dados para Comunicação Digital (C2D2) desenvolve metodologias para a análise de plataformas online, redes sociais, mensagens instantâneas e aplicativos governamentais.



DFRLab

O Laboratório de Pesquisa Digital Forense do Conselho Atlântico é um centro de intersecção entre governo, mídia e tecnologia. Seu objetivo é identificar, expor e explicar a desinformação quando e onde ela ocorre, promover o fato objetivo como fundação em sociedades livres e abertas e proteger instituições democráticas e normas daqueles que as atacam.

The logo for Instituto Vero, featuring the word "vero" in a bold, lowercase, sans-serif font. A small blue horizontal bar is positioned under the letter "o".

Instituto VERO

O Instituto Vero é uma iniciativa de comunicadores digitais comprometidos com a proteção da democracia, o fomento da expressão online e a construção de soluções para combater a desinformação. O projeto foi criado por nativos da internet e é focado no estabelecimento de um ambiente saudável na internet para o desenvolvimento individual e coletivo. Com vocação para a esfera pública digital, o Instituto VERO promove comunicação online por meio de iniciativas em pesquisa e educação.

The logo for AzMina, featuring the word "AZMina" in a stylized, blue, handwritten-style font. The word "revista" is written in a smaller, red, sans-serif font above the "Mina" part.

AzMina

AzMina é uma instituição sem fins lucrativos que busca combater os diferentes tipos de violência que afetam mulheres brasileiras. AzMina publica uma revista digital, mantém um aplicativo para o enfrentamento da violência doméstica e usa uma ferramenta para monitorar os direitos das mulheres no Congresso Nacional, além de conduzir campanhas para o combate da violência contra a mulher no Brasil.

azmina.com.br/instituto-azmina/

The logo for VOLT Data Lab, featuring the word "VOLT" in a bold, uppercase, sans-serif font. The letters are white and set against a dark grey rectangular background.

VOLT DATA LAB

Volt é uma agência de jornalismo baseado em dados, que fornece investigações baseadas em dados, pesquisa, notícias, visualizações, interativos, projetos sob demanda e treinamento para empresas de mídia e ONGs. Publica, também, notícias autorais em parceria com organizações de mídia de grande e pequeno porte.



Sumário



1_ Introdução

- 1.1_ Contexto
 - 1.2_ Questões de pesquisa
 - 1.3_ Metodologia
 - 1.4_ Resultados principais
-

2_ Entrevistas

- 2.1_ Panorama: Um olhar aprofundado sobre operações de influência direcionadas a jornalistas brasileiros
 - 2.2_ Como os jornalistas são atacados
 - 2.3_ Campanhas multiplataformas
 - 2.4_ O papel das autoridades públicas
 - 2.5_ Contexto dos ataques
 - 2.6_ Prevenção a ataques
 - 2.7_ Efeito inibidor
-

3_ Análise de dados entre plataformas

- 3.1_ Coleta de dados no Twitter e metodologia de análise
 - 3.2_ Análise do Twitter: gênero, rede de hashtags e análise textual
 - 3.3_ Notas metodológicas
 - 3.4_ Coocorrência de hashtags no Twitter
 - 3.5_ Coleta de dados no YouTube e metodologia de análise
 - 3.6_ Análise de dados no YouTube
 - 3.7_ Análise cruzada entre YouTube e Twitter
 - 3.8_ Coleta de dados no WhatsApp e metodologia de análise
 - 3.9_ Análise de dados no WhatsApp
-

4_ Discussão e conclusão

1_ Introdução



1.1_ Contexto

O ano de 2020 foi considerado o mais perigoso para ser um jornalista profissional na história recente do Brasil¹. A Federação Nacional de Jornalistas² registrou 428 casos de violência, enquanto a ONG Repórteres Sem Fronteiras³ registrou 580 ataques contra membros de imprensa no país. A ONG Artigo 19 registrou uma queda acentuada na liberdade de expressão no país em seu relatório de 2019/2020, em que o Brasil despencou de um ambiente considerado “Aberto”, para “Restrito”. Ataques a jornalistas – especialmente ataques a mulheres jornalistas – foram um fator-chave para esse declínio⁴. O Presidente Jair Bolsonaro, sua família e seus aliados, incluindo ministros e membros do congresso, foram apontados como a fonte principal desses ataques⁵.

Enquanto alguns desses ataques incluíram agressões físicas, a maioria deles ocorreu no ambiente online, seguindo a tendência global de aumento da violência na internet contra jornalistas, especialmente quando há recuo na democracia. Ataques à imprensa são, de certa forma, ataques à democracia em si, já que o jornalismo é uma parte essencial da democracia, não apenas por armar cidadãos de informações sobre o mundo que os cerca, mas também por agir como vigia, cobrando responsabilidades dos governos.

As mulheres são, globalmente, o principal alvo desses ataques, que frequentemente se manifestam na forma de violência de gênero e assédio online⁶, como foi demonstrado por uma série de estudos em diferentes países, incluindo o Brasil. Recentemente, uma pesquisa conduzida pelos Repórteres Sem Fronteiras e pela organização brasileira Instituto para Tecnologia & Sociedade (ITS Rio)⁷ demonstrou que mulheres jornalistas foram 13 vezes mais mencionadas do que seus colegas homens em tweets que continham hashtags contra a imprensa.

Além de tomarem como alvo mulheres e outros grupos historicamente marginalizados, as operações de influência (OI) que atacam jornalistas – como outras operações de influência – são também caracterizadas pela sua natureza entre plataformas⁸. Os atores por trás dessas campanhas alavancam diferentes funcionalidades das plataformas para propósitos diferentes, desde alcançar um público mais amplo, até manter as campanhas ativas por mais tempo. Agressores tiram proveito das ferramentas de cada plataforma para coordenar ataques e espalhar desinformação. Essas variações

¹ <https://latamjournalismreview.org/articles/attacks-journalists-brazil-2020-bolsonaro/>

² <https://fenaj.org.br/violencia-contra-jornalistas-cresce-10577-em-2020-com-jair-bolsonaro-liderando-ataques/>

³ <https://rsf.org/en/reports/rsf-tallied-580-attacks-against-media-brazil-2020>

⁴ <https://www.article19.org/resources/global-expression-report-2021-gxr21-resources-for-the-media/>

⁵ <https://latamjournalismreview.org/articles/attacks-journalists-brazil-2020-bolsonaro/>

⁶ <https://www.icfj.org/news/online-violence-new-front-line-women-journalists>

⁷ https://rsf.org/sites/default/files/relatorio_ataquesaojornalismo_rsf_3.pdf

⁸ <https://disinformationindex.org/2019/11/the-new-trends-of-influence-operations/>

de arquitetura, como criptografia de ponta-a-ponta, formato de mensagens, públicos e algoritmos, oferece aos agressores um vasto conjunto de táticas para organizar suas operações de influência.

Embora os ataques contra jornalistas ocorram em um contexto de enfraquecimento das democracias, o que implica em ofensas online e offline, entender como os agressores usam as diferentes plataformas e como a vida das vítimas é concretamente atingida são duas questões importantes que guiarão nossos escritos ao longo das próximas páginas.



1.2_ Questões de pesquisa

Embora os estudos sobre a violência contra jornalistas tenha crescido recentemente, há um número significativamente menor de pesquisas que analisam essa questão a partir da perspectiva de operações de influência. Este relatório observou os ataques contra jornalistas no Brasil a partir de uma perspectiva entre plataformas, com foco especial na articulação entre gênero e raça. O objetivo foi responder às seguintes questões de pesquisa:

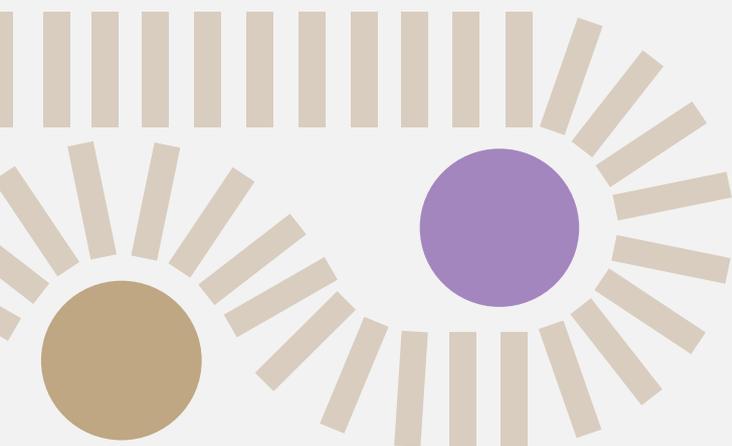
1 Há diferenças na forma com que a violência de gênero é promovida e instrumentalizada nas operações de influência entre plataformas?

2 Há diferenças entre a violência online que ataca jornalistas mulheres e jornalistas homens? Da mesma forma, há diferenças entre a violência online direcionada a jornalistas negros, indígenas e brancos?

3 Até que ponto as operações de influência atacam jornalistas entre plataformas?

4 Como as operações de influência direcionadas a jornalistas se alastram através do Twitter, YouTube e WhatsApp?

5 Como atores mal-intencionados se apropriam de recursos específicos das plataformas para aumentar o alcance de suas campanhas?



1.3_ Metodologia

Para responder essas perguntas, usamos uma abordagem multimétodos que integrou dados quantitativos e qualitativos. Primeiro, criamos uma lista de 200 jornalistas brasileiros para monitoramento durante nossa pesquisa. Entre eles, havia 133 mulheres e 67 homens com diferentes perfis sociais, trabalhando em diferentes áreas. Essa lista foi usada como um primeiro passo para selecionar entrevistados, assim como para monitorar seus perfis no Twitter, comentários no YouTube e mensagens em grupos de WhatsApp. Assim, seus nomes foram o fio condutor da pesquisa, que empregou diferentes metodologias para entender de que forma os ataques aconteceram.

Em seguida, selecionamos 13 jornalistas para condução de entrevistas aprofundadas e semiestruturadas. Embora os 13 jornalistas selecionados para as entrevistas já tivessem sofrido violência online, o que motivou nossa escolha, não foi esse o caso de todos os 200 jornalistas monitorados na pesquisa. O monitoramento de jornalistas sem saber se eles viriam a ser atacados durante nossa observação trouxe-nos a possibilidade de sermos surpreendidos pela informações encontradas.

Os dados coletados no Twitter, YouTube e WhatsApp foram analisados combinando análise qualitativa (que envolveu checagem e interpretação dos ataques em nossa amostra pelos pesquisadores), análise de rede (compondo redes de hashtags do Twitter e de recomendações do YouTube para compreender os grupos de atores envolvidos) e análise lexical (usada para compreender as diferentes palavras e expressões escolhidas para atacar jornalistas de acordo com seu gênero e raça).

Nossa coleta de dados focou no Twitter e no YouTube, duas das mais importantes plataformas no cenário político brasileiro atual, especialmente para o jornalismo. Também contamos com amostras extraídas de grupos do WhatsApp para ter ideias complementares sobre como os ataques circulam na plataforma de mensagens, que é amplamente usada no Brasil.

O Twitter no Brasil.

Para estabelecer o contexto, é importante saber que o Twitter é constantemente usado tanto por jornalistas e veículos de mídia para publicar notícias sobre eventos atuais, quanto pelo presidente Jair Bolsonaro e seus apoiadores, que usam a plataforma para atacar jornalistas. Isso faz do Twitter uma espécie de termômetro de eventos políticos no Brasil. O YouTube também é uma plataforma de extrema importância no ambiente informacional brasileiro: por anos, o país tem aparecido entre aqueles que mais usam o YouTube, geralmente atrás apenas dos Estados Unidos. O público nacional da plataforma excede 100 milhões de usuários e o tempo passado em frente à plataforma aumentou consideravelmente durante a pandemia, fazendo da TV Globo, a principal emissora do país, o único canal capaz de competir com o compartilhamento de vídeos do YouTube no país (as demais emissoras não atingem sequer a metade do número de compartilhamentos dos vídeos assistidos na plataforma).

Além de observar os riscos potenciais colocados pelos ataques que transitam entre diferentes plataformas, é importante apontar que a maior parte da pesquisa que se concentra nos ataques a jornalistas foca em questões de gênero, especificamente fazendo uma comparação entre homens e mulheres. Dessa forma, há uma lacuna relativa à necessidade de pesquisar violência online dirigida a outros grupos minoritários em articulação com desigualdades de gênero.

Inspirando-se em pesquisas sobre outros grupos sociais que são alvo de ataques online, como o caso de candidatas e legisladoras mulheres⁹, este relatório busca trabalhar com uma perspectiva interseccional. Partimos do entendimento de que gênero, como categoria de análise, deve ser articulado com outros marcadores sociais de diferença, como o pertencimento étnico-racial. Adotando essa perspectiva, estabelecemos comparações entre jornalistas mulheres e homens, mas não exclusivamente, já que também observamos as diferenças operacionalizadas a partir da intersecção entre as categorias de gênero e raça.

ETAPA METODOLÓGICA	RESPONSÁVEL
Eleição de jornalistas a monitorar	InternetLab + INCT.DD + DFRLab + Instituto Vero + AzMina
Eleição de jornalistas a entrevistar	InternetLab + INCT.DD + DFRLab + Instituto Vero
Captura de dados no Twitter, YouTube, e WhatsApp	Volt Data Lab + INCT.DD + coLAB/Universidade Federal Fluminense
Filtragem de dados no Twitter	InternetLab + AzMina
Criação de plataforma de visualização	Volt Data Lab
Análise de dados no Twitter	InternetLab + AzMina + INCT.DD
Análise de dados no YouTube	INCT.DD
Análise de dados no WhatsApp	coLAB/Universidade Federal Fluminense
Entrevistas	InternetLab + INCT.DD + DFRLab + Instituto Vero
Análise de entrevistas	InternetLab + INCT.DD + DFRLab + Instituto Vero
Publicação de conteúdo jornalístico	AzMina + InternetLab + Núcleo Jornalismo

⁹ <https://www.internetlab.org.br/en/inequalities-and-identities/online-violence-hinders-womens-political-representation/>

1.4_ Resultados principais

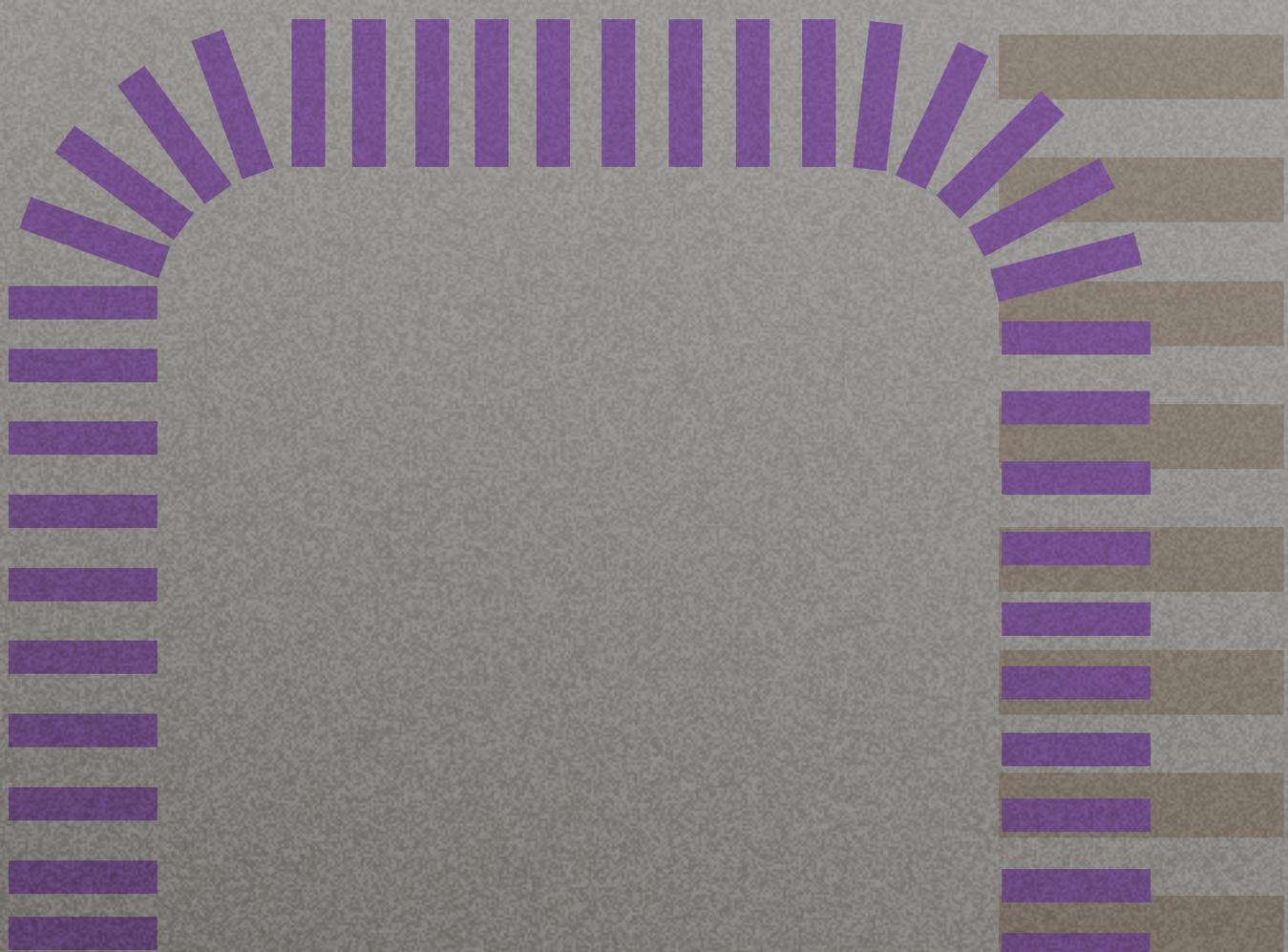
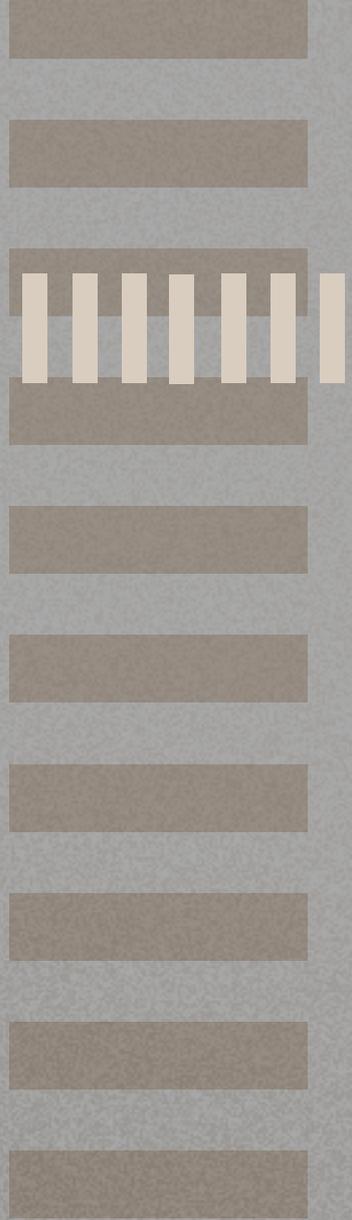
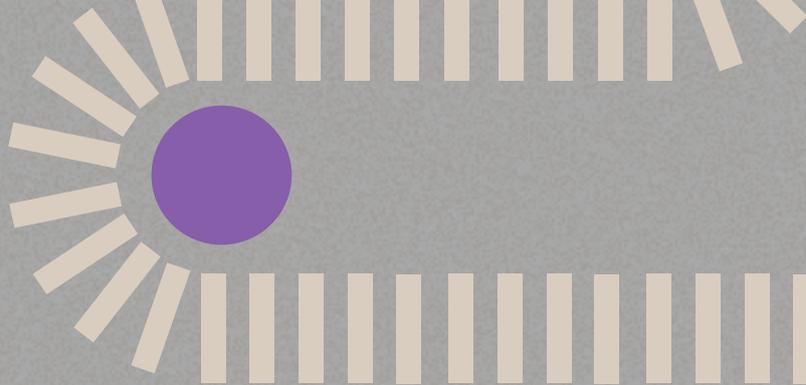
A combinação de diferentes metodologias conduziu-nos às seguintes descobertas:

- As entrevistas revelaram uma percepção amplamente difundida de que jornalistas mulheres e jornalistas não brancos são atacados mais frequentemente do que seus colegas homens e brancos. Algumas mulheres afirmaram ter sido atacadas com conteúdos específico ao gênero, como conteúdos sexualizados e misóginos. Jornalistas negros afirmaram ser frequentemente comparados a criminosos e ofendidos por conta de sua aparência.
- Houve diferentes percepções relacionadas ao entendimento de que o governo Bolsonaro intensificou os ataques online contra jornalistas. Em alguns casos, os jornalistas acreditam que os ataques são mais diretamente relacionados ao momento profissional em que eles se encontram, ou seja, receber reconhecimento público pode levar a um maior número de ataques. Em outros casos, jornalistas apontaram que são atacados não apenas por usuários conservadores, mas também pela ala progressista. Entretanto, geralmente houve acordo sobre o fato de o presidente Bolsonaro e outros membros do governo atacarem jornalistas cria uma tensão maior e torna os jornalistas mais vulneráveis.
- Durante as entrevistas, o Twitter figurou como a plataforma mais problemática, o que foi associado com sua arquitetura. Como exemplo, uma das jornalistas negras mencionou que a obtenção do selo azul de verificação aumentou os ataques sofridos por ela. O Instagram também foi citado por jornalistas como uma plataforma problemática, mas quando os jornalistas usam o Instagram apenas para a vida pessoal, os ataques não foram mencionados. Além disso, ameaças acontecem mais frequentemente em ambientes abertos, como o Twitter, do que em espaços privados, como mensagens diretas, emails e plataformas de mensagem.
- A análise de dados encontrou vocabulários diferentes empregados para atacar jornalistas. Houve discursos variados usados para atacar diretamente jornalistas brasileiros, que abarcam desde discurso misógeno, até discurso de ódio relacionado a ideologias políticas. As diferenças nessas correntes se relacionam particularmente ao gênero do jornalista atacado. Também observamos o uso de terminologia específica para atacar jornalistas negros. No caso de jornalistas negras, em uma análise qualitativa, verificamos que o conteúdo era mais agressivo quando comparado com jornalistas negros.

- No Twitter, dos cinco jornalistas mais associados aos ataques, quatro são mulheres, incluindo a jornalista mais atacada. Quanto a jornalistas mulheres, analisamos manualmente 4.997 tweets, dos quais 84,07% (4.401) não apresentaram conteúdo ofensivo, contra 15,93% (796) de tweets ofensivos. Em relação jornalistas homens, analisamos manualmente 4.187 tweets, dos quais 91,40% (3.827) não eram ofensivos, contra 8,60% (360) de tweets ofensivos. Assim, mulheres receberam mais do que o dobro de ofensas do que seus colegas homens no Twitter.
- A análise qualitativa feita a partir dos dados coletados no Twitter reforçou o entendimento de que os ataques a jornalistas vêm de usuários que estão em diferentes espectros políticos. O caso dos ataques a jornalistas que são comentaristas políticos demonstrou que, dependendo de qual político está na mídia, ondas de ataques podem vir de diferentes lugares políticos.
- No Twitter, observamos que os ataques direcionados a mulheres levam em consideração seus corpos e intelectualidade, e tendem a negar que mulheres são capazes de exercer sua profissão. De modo similar, vimos no WhatsApp que, no caso de jornalistas homens, vidas pessoais são menos frequentemente o tópico dos ataques. Ao ofender um jornalista homem da Rede Globo, por exemplo, é comum que se ofenda não só o jornalista, mas também o veículo para o qual ele trabalha. Uma mulher jornalista do mesmo veículo, no entanto, é geralmente ofendida com base em aspectos pessoais, e não diretamente associada ao canal.
- No YouTube, dos 22 vídeos excluídos ou tornados privados durante o período do projeto, a maior parte (13) mencionava Patrícia Campos Mello, uma renomada jornalista que se tornou alvo de campanhas de difamação. No WhatsApp, dos 3 jornalistas mais atacados, 2 eram mulheres, inclusive a jornalista mais atacada. Mensagens atacando a imprensa aumentam toda vez que ocorre um episódio que causa embaraço ao governo, o que faz desses ataques convenientes para desacreditar veículos de mídia como um todo.
- Além de links conectando o Twitter e o YouTube, a principal convergência entre os ataques parece ser o padrão textual nos comentários hostis encontrados em ambas as plataformas.
- Hashtags relacionadas a ataques contra veículos de mídia são usadas pelos mesmos atores que apoiam Jair Bolsonaro e criticam a CPI da pandemia, que investiga omissões governamentais.



2_ Entrevistas



2.1_ Panorama: Um olhar aprofundado sobre operações de influência direcionadas a jornalistas brasileiros

Realizamos 13 entrevistas aprofundadas e semiestruturadas com jornalistas que foram alvo de ataques online para entender a estrutura e o impacto das operações de influência contra jornalistas. As entrevistas revelaram que essas campanhas são percebidas como um esforço organizado originado principalmente de autoridades políticas como o presidente Jair Bolsonaro, sua família e seus aliados. Campanhas de assédio online foram a estratégia mais comumente usada contra jornalistas, sendo que, em alguns casos, eles também foram vítimas da desinformação. Alguns jornalistas também foram ameaçados ou tiveram informações pessoais reveladas.

Essas ameaças, curiosamente, aconteceram com mais frequência em ambientes abertos, como o Twitter, do que em espaços privados, como mensagens diretas, emails e plataformas de mensagens. O Twitter foi apontado como o espaço mais tóxico para jornalistas, seguido do Instagram. Isso pode estar relacionado ao fato de que jornalistas usam o Twitter, e às vezes o Instagram, para fins profissionais, enquanto suas contas do Facebook são geralmente fechadas e usadas para interações privadas. Também é possível, entretanto, pensarmos na intenção dos agressores de silenciar e buscar remover pessoas pertencentes a grupos historicamente marginalizados de plataformas vistas como “espaço público”, como é o caso do Twitter. Conforme já apontado a respeito da violência de gênero online, silenciar a vítima é um dos objetivos dos agressores.

Jornalistas notaram que o assédio é geralmente misógino e racista, o que significa que jornalistas mulheres e jornalistas não brancos estão entre os mais vulneráveis. As entrevistas revelaram que essas campanhas tiveram um efeito restritivo sobre seu trabalho, já que muitos deles relataram pensar sobre os ataques antes de escrever artigos e expressaram temor sobre sua segurança física e a de seus familiares. Em alguns casos, jornalistas disseram que não postam nenhuma informação ou imagem de membros de sua família no Instagram, temendo que os ataques possam também atingi-los.

Esse impacto também parece ser uma consequência da falta de preparo de jornalistas, veículos de imprensa e associações de jornalistas para lidar com esse tipo de ataque. Os jornalistas entrevistados raramente tiveram qualquer tipo de treinamento específico ou orientação para lidar com essas situações, o que resulta, quando muito, na tomada de medidas de proteção individual, que raramente são suficientes para protegê-los.

2.2_ Como os jornalistas são atacados

Os jornalistas entrevistados acreditam que as campanhas de influência contra eles foram de certa forma coordenadas e organizadas, sendo o presidente Jair Bolsonaro e seus aliados comumente mencionados como os atores que alimentam tais campanhas.

“Havia alguns atritos na nossa relação com os governos anteriores, mas nunca houve nada tão institucionalizado como com o governo Bolsonaro, com milícias digitais e tudo mais. Houve alguns casos feios, durante a crise do impeachment. A jornalista Miriam Leitão foi insultada, mas isso não foi parecido com o padrão bolsonarista. Agora vemos regularidade, autoridades respaldando o ataque, o alto escalão do governo dando apoio”, disse Daniel Bramatti, diretor de checagem de fatos do jornal O Estado de São Paulo e ex-presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji).

O ponto de partida desses ataques sistemáticos contra jornalistas é identificado em uma linha do tempo que vai de 2016 a 2018. Nesse período, os jornalistas apontam o processo de impeachment da Presidente Dilma Rousseff (2016), o assassinato de Marielle Franco (2018) e a eleição de Jair Bolsonaro (2018) como marcos do aumento das tentativas de desacreditar jornalistas e a imprensa de forma sistemática.

Há, no entanto, um caso fora do padrão entre nossa amostra; uma jornalista que considera que os ataques contra ela, na verdade, diminuíram recentemente, sobretudo no governo Bolsonaro. Este é o caso da jornalista Cynara Menezes, responsável pelo blog Socialista Morena. Segundo ela, o fato de não ser da mídia tradicional e de ser fortemente associada com a esquerda resulta em uma falta de interesse em atacá-la. *“Eles [os apoiadores de Bolsonaro] desenvolveram uma estratégia de não responder a nossas críticas de forma a não nos promover.”*

Muitos jornalistas destacam incidentes anteriores a esse período, mas parece haver um consenso de que o ano de 2018 foi um ponto de virada em termos de escala, regularidade e coordenação dos ataques contra jornalistas. Miriam Leitão, que trabalha para o jornal O Globo e para o canal Globo News e é uma das jornalistas especializadas em cobertura econômica mais conhecidas no país, disse ter sido frequentemente alvo de ataques durante o governo de Dilma Rousseff, em razão de suas fortes críticas à política econômica do governo. No entanto, ela vê diferenças claras entre os ataques sofridos por ela então e aqueles que a afetam agora.

De acordo com Leitão, durante o governo de Dilma Rousseff os ataques eram ocasionais e isolados. Isso mudou significativamente na era Bolsonaro, em que ela identifica a criação de milícias digitais, muito mais organizadas, estruturadas e com participação do presidente. *“Não acredito que [os ataques] são iguais. Claramente, o governo Bolsonaro é uma milícia. Eles vêm da milícia e levaram-na para internet. Uma estrutura que ainda não é inteiramente conhecida”,* ela afirma.

De forma semelhante, Cristina Tardáguila, fundadora da Agência Lupa de checagem de fatos, diz ter sofrido problemas assustadores com os governos anteriores, tendo sido ameaçada e assediada por membros do Congresso. Oficiais de alto escalão do partido de esquerda à época no governo (Partido dos Trabalhadores – PT) direcionaram fortes ataques contra checadores de fatos. A diferença, mais uma vez, vem da natureza oficial e organizada dos ataques atuais.

Nem todos os jornalistas pareceram crer que as campanhas estavam sendo orquestradas de um lugar centralizado ou sendo estruturadas pelo mesmo grupo (como o Gabinete do Ódio, por exemplo). Uma interpretação alternativa supõe que elas são uma combinação de ações coordenadas com pessoas normais se engajando em assédio coletivo, particularmente impulsionado por sinais vindos da elite do país. De acordo com essa visão, certos grupos de interesse tentam repetidamente plantar dúvidas sobre a credibilidade de jornalistas ou, mais abertamente, atacar diretamente jornalistas por seu trabalho.

Patrícia Campos Mello, uma jornalista premiada que se tornou vítima de uma campanha de difamação após denunciar as estratégias de mídia social de Bolsonaro, acredita que há alguma forma de coordenação e de atividade inorgânica nesses ataques, mas diz que eles são principalmente um esforço descentralizado. Mello disse que a amplificação foi maior quando oficiais do governo se engajaram em tais campanhas. *“Quando um influenciador dissemina uma informação, há impacto. Mas quando quem faz isso é um membro do governo, o impacto é muito maior.”*

Corroborando essa tese, a jornalista Cecília Oliveira afirmou ter visto um declínio abrupto dos ataques a ela nos últimos dois anos. Oliveira atribui esse declínio ao fato de que o Presidente, os membros de sua família e seus apoiadores ideológicos bloquearam-na das redes sociais.

O termo **Gabinete do Ódio** foi usado pela primeira vez em um artigo do jornal O Estado de São Paulo para descrever a atuação de conselheiros que comandam ataques contra oponentes de Bolsonaro¹⁰. Posteriormente, o termo foi citado por vários deputados na CPMI das Fake News¹¹, montada no Congresso Nacional em 2019 para investigar a existência de uma rede de produção e propagação de fake news e de assédio virtual em redes sociais. O termo realmente ganhou popularidade depois de várias sessões da corte, principalmente no Supremo Tribunal Federal e no Tribunal Superior Eleitoral, contra supostos membros do gabinete¹².



¹⁰ <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,gabinete-do-odio-esta-por-tras-da-divisao-da-familia-bolsonaro,70003017456>

¹¹ <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,cpi-mira-no-gabinete-do-odio-em-investigacao-sobre-disseminacao-de-fake-news,70003115957>

¹² <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,sob-cerco-gabinete-do-odio-age-para-manter-influencia,70003850994>

Outros jornalistas viram os ataques recebidos como parte de um esforço corrente resultante de uma operação de influência iniciada anos atrás. Esse foi o caso particular de checadores de fatos. Tai Nalon, fundadora da agência de checagem Aos Fatos, e Juliana Piva, jornalista investigativa que trabalhou na Agência Lupa, mencionaram um dossiê publicado pelo grupo de direita MBL em 2018. Esse dossiê reunia informações sobre fundadores de agências de checagem, incluindo fundações internacionais como *Open Society* e *Ford*, e afirmava que checadores de fato eram membros de um “esforço global”. Essa narrativa, afirmam, ainda alimenta ataques contra elas no presente.

“Uma mentalidade específica foi criada anos atrás, e ainda vemos influenciadores falando sobre quem financia nosso trabalho, dizendo que somos parte de uma conspiração global. Então, não vejo isso como um episódio específico, não podemos dizer ‘isso veio daqui ou de lá’. Foi um processo”, afirmou Nalon. Segundo ela, episódios que resultaram em assédio massivo contra a Aos Fatos começaram com atores de alto escalão, como o próprio Bolsonaro e alguns promotores, mas também com influenciadores de nicho, e então foram recolhidos por **“soldados rasos”**. “Esses atores alimentam uns aos outros.”

Curiosamente os ataques não pareciam depender de conteúdos de desinformação, ainda que eles tenham de fato sido usados. Não houve denúncias de vídeos deep fake sendo usados, ainda que houvesse imagens manipuladas. Cecília Oliveira mencionou não se lembrar de mensagens alarmistas de conteúdo falso terem sido usadas contra ela, ainda que ela tenha visto memes e desenhos. Os ataques não parecem ser dependentes de a informação ser verdadeira, falsa ou plausível, mas parecem estar mais relacionados ao conteúdo do ataque e à personalidade do indivíduo a que se dirigem.

O **Movimento Brasil Livre (MBL)** é um movimento de direita criado em 2014 com agenda liberal, anticorrupção e antiesquerda que tem, desde então, participado de vários debates políticos no Brasil. Em 2018, após o Facebook anunciar parcerias com as agências de checagem de fatos Lupa e Aos Fatos para controlar a disseminação de fake news na plataforma, o MBL acusou-os de censura. Publicaram, também, em conjunto com outros movimentos de direita, um dossiê traçando perfis de jornalistas ligados às agências de checagem que estabeleceram parceria com o Facebook¹³.

Relacionado a esse movimento de monitoramento de jornalistas, em 2020 descobriu-se que o governo Bolsonaro havia contratado uma empresa para criar uma lista de jornalistas e influenciadores digitais. Nessa lista, foram encontrados dados pessoais dos indivíduos listados, como números de telefone e endereços de email, além de uma classificação dos indivíduos como “detratores”, “neutros informativos”, ou “promissores” para o governo¹⁴.

¹³ <https://br.sputniknews.com/20180524/mbl-facebook-noticias-falsas-regulacao-11293911.html>

¹⁴ <https://noticias.uol.com.br/colunas/rubens-valente/2020/12/01/lista-monitoramento-redes-sociais-governo-bolsonaro.htm>

2.3_ Campanhas multiplataformas

O Twitter foi descrito pelos jornalistas como o local em que mais frequentemente sofreram assédio, sendo mencionados, também, o Instagram e o Facebook. O WhatsApp foi mencionado por alguns jornalistas, mas não pareceu ser uma preocupação séria como fonte direta de ataques, ainda que ele possa ser usado para circular informação associada aos jornalistas. O YouTube não foi frequentemente apontado como plataforma importante para os assédios, ainda que alguns jornalistas tenham percebido que campanhas de difamação também ocorrem na plataforma. Comportamentos abusivos frequentemente acontecem em espaços públicos, mais do que em espaços privados, como emails ou mensagens diretas.

Os jornalistas perceberam que foram mais assediados no Twitter, com alguns notando que o selo de verificação azul do Twitter resulta em mais abusos. *“A consequência mais imediata de a minha conta ter sido verificada pelo Twitter foi que os ataques aumentaram”*, disse Vitória Régia, jornalista que escreve para o site baseado em dados “Gênero e Número”. A jornalista também notou que os assediadores exploram a arquitetura da plataforma para tentar macular sua credibilidade, usando hashtags e marcando a conta do veículo que ela representa, em uma tentativa de abalar sua credibilidade com seus editores.

Os jornalistas também afirmaram que, enquanto eles são mais atacados pessoalmente no Twitter, outras plataformas, como Instagram e Facebook, parecem concentrar ataques contra veículos de imprensa. *“No Instagram, nunca recebi ataques. No Facebook, sinto que os ataques acontecem mais frequentemente contra a página do Gênero e Número, porque as pessoas compartilham suas postagens em grupos conservadores, e eles coordenam os ataques”*, afirmou Régia.

Alguns jornalistas disseram que conteúdo transita entre diferentes plataformas. Pedro Borges, do Alma Preta, disse que o Twitter foi o local mais frequente de abuso. Ele percebeu, ainda, que, em diferentes ocasiões, capturas de tela de seus tweets estavam sendo compartilhadas em grupos racistas no Facebook.

Os entrevistados também mencionaram frequentemente que acreditam que uma grande parte dos ataques estivesse vindo de perfis automáticos, ou bots, no Twitter. Em um caso, Cristina Tardáguila, fundadora da Agência Lupa, identificou um bot que tuitava uma mensagem a cada cinco minutos dizendo que ela não era confiável, e marcava uma celebridade para tentar ganhar mais engajamento. Tardáguila, entretanto, não conseguiu identificar quem estava por trás da campanha.

Muitos jornalistas se queixaram de não ter conseguido contatar as plataformas, especialmente o Twitter, para tentar barrar o assédio contra eles. Flávia Oliveira, jornalista da GloboNews, por exemplo, afirmou que o processo de recorrer às plataformas em caso de ataques era *“falho, lento e quase nunca tinha uma resposta concreta”*. Sua experiência é corroborada por Tiago Rogero, atualmente editor do podcast Vidas Negras: *“não vejo qualquer plataforma que proteja jornalistas como deveria. É sempre muito difícil e muito demorado [registrar uma queixa]. É muitas vezes frustrante”*.

Ainda assim, alguns deles disseram que os filtros do Twitter permitiram que eles se protegessem melhor dos ataques. O Instagram, por outro lado, não ofereceu possibilidades aos jornalistas de bloquear conteúdo abusivo de sua visualização.

“Os piores ataques são no Twitter, mas agora eles também aparecem no Instagram. E o Instagram é pior, porque você não consegue silenciar as postagens. Depois do “massacre do Jacarezinho” [uma ação policial que resultou em 28 mortes na favela do Jacarezinho, no Rio de Janeiro], eu precisei fechar minha conta do Instagram. As funções da plataforma que permitem a você moderar o conteúdo de sua maneira afetam muito o seu comportamento”, explicou Cecília Oliveira, jornalista especializada em cobertura de segurança e fundadora do aplicativo Fogo Cruzado.

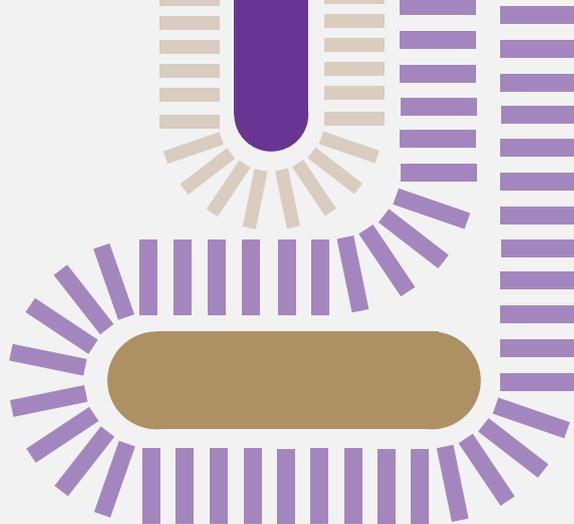
A maior parte dos jornalistas disse que o assédio acontecia mais frequentemente em espaços abertos do que no WhatsApp, em mensagens diretas ou por email. Quando ele acontecia em espaços privados, no entanto, tendia a ser mais agressivo e ameaçador.

Cristina Tardáguila, fundadora da agência de checagem de fatos Lupa, disse que jornalistas que trabalham para veículos foram ameaçados por mensagens diretas. Os ataques vieram por meio de todas as mídias, incluindo email, Twitter e WhatsApp. Ela também mencionou ataques particularmente violentos durante o governo do Partido dos Trabalhadores.

Em alguns casos, os ataques foram particularmente dolorosos, pois até membros da família dos jornalistas acreditaram em mensagens falsas e alarmistas, e questionaram sua capacidade de exercer seu trabalho. Em uma ocasião, apoiadores da esquerda ficaram insatisfeitos com uma checagem de fatos conduzida pela organização e fizeram esforços enormes para associar checadores de fatos a interesses privados, como a banqueiros. Na ocasião, das 15 pessoas que trabalhavam para a agência, seis receberam ameaças de morte. Cinco delas são mulheres e um é um homem gay.

Patrícia Campos Mello também recebeu ataques em espaços privados ou semiprivados, como mensagens diretas e mensagens em grupos de WhatsApp de que era parte. *“Os ataques que chegavam via mensagem direta sempre foram mais agressivos. Mensagens enviadas via Messenger no Facebook ou mensagens diretas no Instagram tinham o conteúdo mais agressivo e sexualizado. E eu também recebi esses ataques em grupos de WhatsApp, como um que reunia as mães da escola do meu filho. Não era algo que vinha somente dos apoiadores de Bolsonaro”*.

2.4_ O papel das autoridades públicas



Muitos jornalistas entrevistados afirmaram ter sentido que as autoridades públicas estavam frequentemente na dianteira dos assédios contra eles, ou por iniciar as ondas de assédio, ou por amplificar os assuntos e fazer chamadas de ação que resultaram em mais assédio. Enquanto estava na presidência da Abraji, Daniel Bramatti viu muitos casos em que uma autoridade fez uma chamada de ação para “ativar” hordas de usuários para assediar um jornalista.

Os jornalistas mencionaram Bolsonaro, sua família e aliados como as autoridades mais frequentemente envolvidas nesses ataques. Juliana Dal Piva, jornalista que cobre corrupção na família Bolsonaro, disse que os filhos de Bolsonaro, Carlos e Eduardo, mencionaram-na e marcaram-na para criticar seu trabalho, o que resultou em uma série de postagens agressivas. Ela percebeu, no entanto, que eles não fazem isso quando o artigo publicado é sobre corrupção, de forma a não amplificar o assunto entre seu público. Eles preferem fazer isso em artigos menores, relacionados à oposição ou à cultura.

As entrevistas também mencionaram membros do congresso, ministros e autoridades do governo, a imprensa partidária, influenciadores e outros atores conectados ao bolsonarismo como responsáveis pelos ataques. Cecília Oliveira, por exemplo, diz que a deputada federal Bia Kicis publicou o endereço e a foto da fachada da sede do Intercept Brasil depois de o veículo publicar uma série de artigos a respeito da Operação Lava Jato. Como resultado, os jornalistas pediram para trabalhar de casa, temendo ataques físicos.

A participação de Bolsonaro e de sua família parece ser tão importante nessa dinâmica, que Cecília Oliveira disse que os ataques contra ela diminuíram significativamente após ter sido bloqueada no Twitter por Bolsonaro, sua família e seus aliados mais importantes. Isso pode indicar que essas pessoas foram atores importantes no assédio contra ela. A percepção é de que geralmente existe uma figura do alto escalão que dispara o ataque, e que há uma horda de apoiadores em “stand-by”, pronta para seguir a deixa e atacar o alvo.

Uma autoridade mencionada por jornalistas negros, mas não por jornalistas brancos, foi Sérgio Camargo, nomeado por Bolsonaro como diretor da Fundação Palmares, uma fundação governamental que tem o intuito de proteger a herança negra no Brasil. Pedro Borges diz que Camargo frequentemente captura imagens de telas de matérias do Alma Preta para atacá-lo, acusando

Borges de ser “vitimista” e “defensor de criminosos”. Camargo também foi mencionado como uma fonte de ataques por Flávia Oliveira, da GloboNews.

Uma questão importante apontada pelos jornalistas foi o aspecto institucional dos ataques atuais, o que significa que eles vêm de oficiais públicos. Patrícia Campos Mello mencionou que o poder de mobilização é muito diferente quando os ataques vêm de um indivíduo comum e quando vêm do presidente. A autoridade pesa no ataque, o presidente tem muito mais alcance e o fato de ele ser considerado uma fonte confiável dá-lhe uma aparência de mais legitimidade e autenticidade. O aspecto “oficial” de pessoas que começaram os ataques pareceu fazer uma diferença significativa e tornar os ataques muito mais graves.

Sérgio Nascimento Camargo é um jornalista brasileiro que, desde 2019, é diretor da Fundação Cultural Palmares, uma agência brasileira para promoção da cultura afro-brasileira. Ele frequentemente conduz ataques conservadores contra o movimento negro e contra direitos adquiridos por pessoas negras no Brasil, como o Dia da Consciência Negra – que ele chama de “Dia da Vitimização Negra”¹⁵ –, data importante que celebra Zumbi dos Palmares, uma das mais representativas lideranças da resistência negra à escravidão, morto nesse dia no ano de 1695.

2.5_ Contexto dos ataques

A ideia de que raça e gênero são fatores importantes relacionados ao assédio online foi prevalente entre os jornalistas entrevistados. Eles também apontaram alguns assuntos, como cobertura de corrupção, questões culturais, segurança, gênero e raça, como gatilhos para os ataques.

Pedro Borges, por exemplo, diz ter sofrido ataques racistas que tentavam relacioná-lo à criminalidade e questionavam sua formação, além de ter recebido comentários racistas relacionados a seu cabelo. *“Os ataques que sofri são muito específicos. Os comentários dizem ‘é um jornalista do PCC’, ou ‘por que o Lula alfabetizou essas pessoas?’. Os ataques também se referem ao meu cabelo... qualquer ofensa que você possa imaginar relacionada à cabelo, eu já escutei”.*

¹⁵ <https://g1.globo.com/politica/noticia/2021/11/20/presidente-da-fundacao-palmares-critica-dia-da-consciencia-negra.ghtml>

Gênero e orientação sexual também modelaram os ataques. Algumas mulheres, como Patrícia Campos Mello, sofreram com ataques altamente sexualizados. Durante as eleições presidenciais de 2018, ela denunciou a disseminação massiva e ilegal de conteúdo por meio do WhatsApp na campanha de Bolsonaro. Logo após o artigo ser publicado, Mello se tornou o alvo de uma campanha de ódio intensa e coordenada. O assédio se agravou e se intensificou em 2020, quando um dos entrevistados para o artigo de 2018 a insultou e fez insinuações sexuais contra Mello diante do Congresso Nacional. Depois das acusações falsas, iniciou-se uma nova onda de ataques contra a jornalista. O presidente Bolsonaro e seus filhos (que são membros do legislativo) fizeram insinuações de abusos sexuais contra Mello.

Tai Nalon, fundadora da Aos Fatos, disse ser frequentemente atacada por perfis reais e falsos que parecem ser mantidos por homens e que fazem referência a suas franjas curtas. *“Incels relacionam franjas curtas ao feminismo, que eles combatem. Acredito que devam ter circulado orientações em fóruns como o 4chan para me atacar nesse programa, porque não são ataques dizendo que minhas franjas são feias, é mais específico”*.

Juliana Dal Piva disse que os ataques contra ela geralmente tentam implicar que a jornalista é jovem e não tem muita experiência, uma característica comum aos assédios de gênero, que tenta difundir a ideia de que as mulheres não são qualificadas para o trabalho que exercem. *“99% do que eu recebo são pessoas me dirigindo insultos, muitos deles misóginos, me chamando de puta ou de estagiária”*.

Os assuntos que dispararam os ataques variaram. Muitos jornalistas foram chamados de “apoia-dores de criminosos” quando cobriam questões de segurança e violência urbana. Assuntos relacionados a “guerras culturais”, como o revisionismo histórico e questões identitárias, também desencadearam ataques. Por fim, jornalistas cobrindo política, poder econômico e corrupção, além de checadores de fatos, foram frequentemente atacados na internet.

De acordo com muitos dos jornalistas entrevistados, o que parece alavancar os ataques são assuntos que vão contra o governo federal. Como críticas às políticas econômicas, de segurança, sociais e culturais – incluindo questões de gênero e raça – são frequentes, elas são comumente mencionadas como a fonte dos ataques.

Pesquisas anteriores publicados pela ONU Mulheres apontaram que gênero, política, direitos humanos e políticas sociais estavam entre os assuntos que mais provocaram ataques contra jornalistas. O estudo entrevistou 714 mulheres jornalistas de 125 países, mostrando que essa tendência não é só brasileira.

2.6_ Prevenção a ataques

Uma das questões principais mencionadas pelos entrevistados foi a falta de segurança em sua área, devido tanto à falta de respostas institucionais para proteger o jornalismo como profissão, quanto à falta de um mecanismo de segurança que possa ser ativado no caso de assédio ou ameaça.

Todos os entrevistados reportaram ter visto ataques acentuados contra grupos sociais historicamente marginalizados. Um caso interessante foi o de Cecília Oliveira, que embora seja uma mulher negra que cobre segurança pública e milícias locais, pareceu ter a situação ligeiramente mais sob controle. Ela explicou que recebeu treinamento para lidar com crises e ataques em redes sociais, e que essa informação mudou a sua forma de se relacionar com as redes sociais. Ela começou a bloquear indivíduos proativamente, por vezes até preventivamente, e isso fez crescer o número de ataques recebidos. Além disso, ela disse que agora ignora sistematicamente comentários e só se preocupa mais quando recebe ameaças personalizadas e dirigidas a ela.

Em relação à proteção física especificamente, houve uma percepção de que as autoridades estavam pouco dispostas, ou eram incapazes, de oferecer melhor proteção aos jornalistas. Daniel Bramatti mencionou que denunciar às autoridades era mais um “ato de documentação”, que serviria como um registro daquela ocorrência e que poderia, mais tarde, informar organizações profissionais e ONGs para pressionar o governo. No entanto, ele e outros jornalistas confessaram não ter quase nenhuma esperança de que alguma denúncia à polícia sobre assédio online pudesse levar a consequências legais para os autores das agressões.

Segundo Cecília Oliveira, *“na delegacia você tem a sensação de que ninguém sabe o que está fazendo, eles não parecem saber o que é um ciberataque... eu tive a sensação de que nada iria resultar daquilo”*.

Oliviera mencionou o caso de um agressor que enviou ameaças de morte via email a ela e a outras colegas, também mulheres. Todas elas o denunciaram à polícia, mas o agressor parecia ser bastante hábil em esconder sua identidade. Por um tempo, elas tentaram trazer a atenção pública para os ataques, mas isso resultou apenas em mais ameaças de morte. Elas decidiram, então, parar de denunciar publicamente as ameaças, já que o agressor parecia interessado na visibilidade vinda desses ataques.

De forma similar, Cristina Tardáguila enfrentou ameaças graves durante as eleições de 2018 e reclamou da falta de apoio das autoridades eleitorais. Ao discutir sua situação com amigos da área jurídica, foi instruída a não procurar certas autoridades por correr o risco de cair diretamente nas mãos das pessoas que apoiavam as agressões.

Cristina Tardáguila conta ter recebido ameaças de ser esfaqueada e de outras formas de assassinato violento, e que tem conhecimento de casos de pessoas que foram seguidas e ameaçadas nas ruas. Ela comenta um pouco a respeito dessa insegurança, lembrando que uma grande parte dos jornalistas brasileiros enfrenta ameaças de violência física em ambientes urbanos: *“existem programas fantásticos para jornalistas em situações de perigo extremo, digamos em um front de guerra. As organizações não têm muito a oferecer para alguém que está em Nova Iorque sendo ameaçado no supermercado ou sendo vítima de um ciberataque”*.

Uma falta de apoio semelhante é vista em relação a organizações e empresas para as quais os jornalistas trabalham. Poucas delas estão dispostas a oferecer aos jornalistas apoio legal no caso de reação a uma matéria específica. Ao mesmo tempo, existem poucos mecanismos de segurança para proteger jornalistas que são ameaçados fisicamente ou verbalmente. De acordo com Daniel Bramatti, houve alguns casos de pessoas que abandonaram a profissão ou pararam de cobrir assuntos políticos devido à falta de apoio de suas organizações.

Essa falta de proteção resulta na necessidade de empregar métodos individuais para prevenir ataques. Flávia Oliveira, por exemplo, disse ser grata por seu trabalho como ativista, em que aprendeu ações básicas para se proteger contra ataques públicos. Ela tem uma lista de medidas que toma toda vez que sente que um ataque pode estar vindo. Essas medidas estão relacionadas tanto a comportamentos online, quanto offline.

Isso leva a uma segunda camada de insegurança, que é a falta de proteção legal. Muitos jornalistas estão sendo sistematicamente processados por pessoas ricas e organizações como forma de intimidação. Lidar com os custos e com a insegurança de uma disputa legal é difícil e problemático, e há estratégias de “guerra legal” sendo usadas para gerar custos adicionais aos réus, por exemplo, iniciar processos em partes distantes do Brasil para obrigar o jornalista ou as organizações a se deslocarem para defender seu caso.

Essa guerra legal tem sido denunciada por alguns jornalistas, e muitos deles dizem que os veículos de imprensa, especialmente os regionais e locais, não estão preparados para enfrentar esses ataques legais, nem para proteger os jornalistas quando são vitimados por essas estratégias. Em alguns casos, esse tipo de intimidação vem de promotores públicos que pressionam jornalistas, abrem investigações e convocam audiências.

Um instrumento de proteção interessante mencionado por Daniel Bramatti e Cecília Oliveira foi a visibilidade e o próprio jornalismo. Especialmente para repórteres cobrindo casos em áreas rurais ou em pequenas cidades do Brasil, onde os poderes locais têm mais influência, ter visibilidade da mídia nacional e de grandes organizações é uma forma de proteção para os jornalistas que seriam assediados e ameaçados se não houvesse escrutínio público nacional seguindo o caso que denunciaram.

2.7_ Efeito inibidor

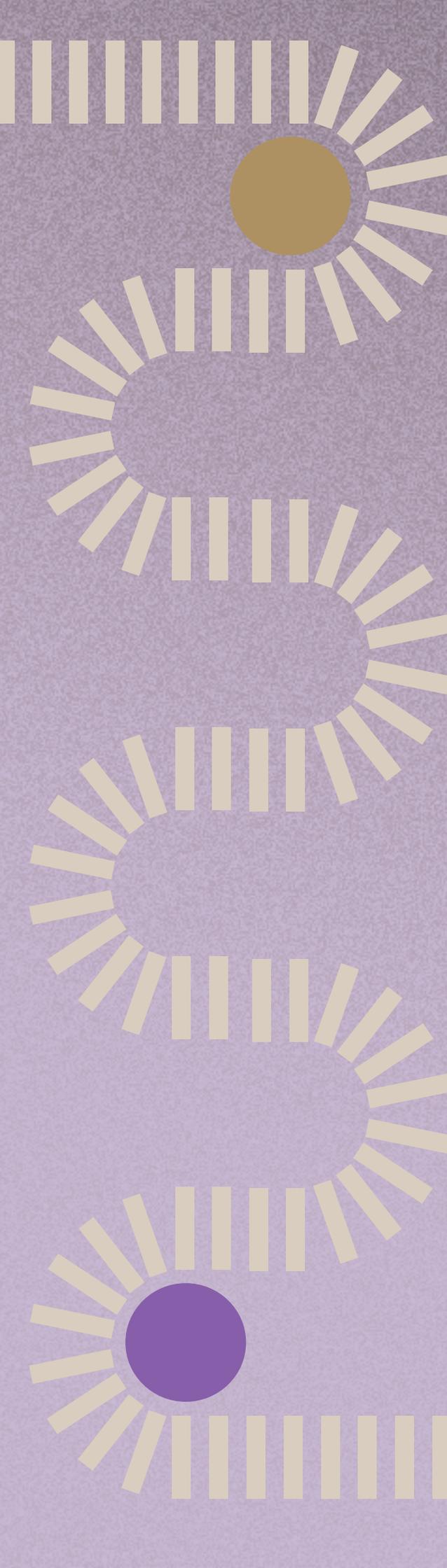
A percepção geral é que o jornalismo nacional ainda não se rendeu aos ataques recorrentes, embora inúmeros indivíduos tenham sido gravemente afetados. Há muitos relatos de danos psicológicos e até danos físicos.

Alguns jornalistas mudaram de carreira por não se sentirem seguros ou apoiados o suficiente na profissão, especialmente para lidar com ataques personalizados. Ainda que as pessoas se recuperem dos ataques, as cicatrizes e traços permanecem na memória – e na internet – para sempre. Como mencionado, Campos Mello citou um ataque a ela em que os agressores inventaram seu envolvimento em um escândalo sexual, tentando desacreditar seu profissionalismo como repórter. Apesar de o caso ter sido suficientemente esclarecido, as imagens e a acusação que foram amplamente espalhadas pela internet ainda permanecem, e uma busca simples no Google por seu nome pode revelar as acusações infundadas.

Campos Mello mencionou, além disso, que os ataques afetam mais do que jornalistas, contaminando também as fontes, cuja recusa em falar acaba sendo um dano colateral desses ataques. Por vezes, fontes importantes relutam em cooperar, já que temem possíveis danos a sua reputação. Essas formas indiretas de intimidação também dificultam o trabalho dos jornalistas. Como coloca Campos Mello, *“não deixo de fazer jornalismo investigativo, é só que o custo de fazer isso é muito maior. É como se os jornalistas se tornassem tóxicos, as pessoas se escondem para falar conosco”*.

Tanto Patrícia Campos Mello, quanto Cecília Oliveira, comentaram ter havido casos específicos sobre os quais elas não poderiam falar, nem ser relacionadas de forma alguma, devido a disputas legais com as partes envolvidas.

No entanto, às vezes o efeito inibidor é muito mais sutil. Como Cristina Tardáguila afirmou, *“é claro que essas coisas [os ataques] afetam você. Há dias em que você pensa em sua família, no estresse que você vai ter de passar, e você pode simplesmente não estar disposta a isso”*. Os ataques e a pressão são tão constantes que podem estar sutilmente desencorajando as pessoas ou causando alguma forma de hesitação.



3 Análise de dados entre plataformas

Para melhor entender como os ataques contra jornalistas se desdobraram no Brasil, combinamos métodos de análise qualitativa, análise de rede e análise lexical para investigar os ataques no Twitter e no YouTube, e também para verificar como e se eles podiam ser relacionados ao Whatsapp. Primeiro, consideramos o Twitter e o YouTube separadamente. Partindo de uma lista de 200 jornalistas, começamos a monitorar seus perfis no Twitter, além de um subgrupo de vídeos no YouTube (e seus comentários) relacionados a alguns desses nomes. A partir dos dados encontrados, fizemos alguns cruzamentos para entender como são relacionados entre si, ou seja, procuramos relações entre o que encontramos no Twitter e no YouTube. Ao mesmo tempo, ao analisar os grupos de WhatsApp, tentamos identificar se os eventos considerados no aplicativo de mensagens instantâneas estavam relacionados com o que estávamos analisando nas plataformas mencionadas. Nos itens abaixo, relatamos o que encontramos em cada plataforma e o que há de comum entre elas.



3.1_ Coleta de dados no Twitter e metodologia de análise

Procurando construir uma análise que nos permitisse articular marcadores sociais de gênero, sexualidade e raça, tivemos o cuidado de incluir na lista de jornalistas a serem monitorados perfis de diferentes gêneros étnico-raciais e orientações sexuais. A lista, que buscou abarcar jornalistas que trabalham em diversos veículos da imprensa brasileira, em diferentes regiões e que, ao mesmo tempo, estão em diferentes momentos da carreira, incluiu 200 jornalistas. Entre eles, havia 133 mulheres e 67 homens. Tivemos dificuldade para encontrar autoclassificações étnico-raciais e de orientação sexual para cada um deles, o que resultou em uma lista composta majoritariamente de pessoas brancas, o que, de certa forma, reflete a baixa presença de jornalistas negros na imprensa brasileira. Foi também difícil encontrar informações sobre a orientação sexual dos jornalistas, mas fizemos uma busca para incluir alguns jornalistas que falam sobre esse aspecto de suas vidas publicamente. Em todo caso, pensar sobre a composição como, desde o início, relacionada a necessidade de observar as articulações entre os marcadores de gênero, raça e sexualidade trouxe importantes reflexões e resultados durante as análises – o que foi também considerado na condução das entrevistas mencionadas no item 2.5 desse relatório.

Dessa forma, a coleta ocorreu de 15 de maio a 27 de setembro de 2021. Após pesquisar os jornalistas que gostaríamos de monitorar, construímos um léxico de ofensas como um primeiro filtro para orientar a coleta de dados. Os jornalistas foram escolhidos ou por haver casos de ataque previamente conhecidos contra eles em plataformas de redes sociais, ou por conta da importância do seu trabalho, ou porque estávamos convencidos da necessidade de observar como os jornalistas

menos conhecidos também poderiam ser expostos a ataques na internet. Essa lista foi validada por meio de análise lexical e agrupamentos em diferentes estágios do processo, separando ofensas em um corpus não filtrado e verificando se essa lista era suficiente para abarcar todos os casos relevantes. Esse método de agrupamento será explicado ao longo deste capítulo.

Coletamos tweets e retweets que mencionaram os jornalistas monitorados e que continham pelo menos uma das palavras presentes no léxico. O léxico foi construído ao longo de diferentes fases. No primeiro estágio, atualizamos o léxico desenvolvido pela linguista Yasmin Curzi para o MonitorA, um observatório de violência política conduzida pelo InternetLab e pela revista AzMina em 2020. Como o léxico havia sido desenhado para monitorar violência política contra candidatas, muitas das palavras não se encaixaram na nova pesquisa e muitas outras precisaram ser incluídas.

Após testarmos o léxico inicial, pudemos refiná-lo por meio da análise qualitativa dos primeiros tweets coletados. Incluímos, então, os termos que apareceram durante a análise e removemos falsos positivos, que aumentavam o número de tweets coletados. Ao final, nosso léxico ficou com 54 termos (o ‘*’ pode representar tanto a desinência de gênero ‘a’ ou ‘o’ presente nos adjetivos em português, ou, se há duas palavras, pode indicar sua coocorrência), conforme a lista abaixo.

LISTA

abortista	depila*	incompetente	quieta
analfabet*	descontrolad*	jument*	raça*inferno
barang*	dissimulad*	metida*besta	ridícul*
burr*	doente	meu* [z]ovo*	s[ou]vaco*cabeludo
Cala boca	esquerdista	mimizent*	s[ou]vaco*depilado
canhão	fdp	minha*pica	s[ou]vaco*peludo
cheiradona	fei*	nojentinha	sapatao
chupa	feminazi	peluda	satan*
comunista*nojenta	gord*	pilantra	suja
dar * rabo	idiota	piranh*	vagabunda
demente	imbecil	porca	vai*tanque
demon*	imund*	puta	velha*feia

Coletamos, no período mencionado, 3.196.086 tweets e retweets mencionando jornalistas mulheres e 3.886.861 tweets e retweets mencionando jornalistas homens. Quando desconsideramos os retweets, temos 2.139.593 tweets mencionando jornalistas mulheres e 2.509.691 mencionando jornalistas homens. Dessa forma, coletamos um total de 7.082.946 tweets e retweets direcionados a jornalistas homens e mulheres.



3.2_ Análise do Twitter: gênero, rede de hashtags e análise textual

Depois de completa a coleta, analisamos os tweets endereçados a homens e a mulheres separadamente. Já que era impossível analisar qualitativamente todos os tweets e retweets mencionados, escolhemos analisar apenas os tweets que tinham pelo menos cinco likes e/ou retweets como engajamento. A análise manual foi importante para remover os ‘falsos positivos’ que poderiam ter sido incorporados por citar palavras que apareceram no léxico, mas que se referiam a contextos diferentes ou que não eram realmente ofensivos.

Para garantir que havia um entendimento comum entre os pesquisadores sobre o que constitui uma ofensa e o que é apenas crítica, analisamos inicialmente os primeiros 100 tweets conjuntamente. Além disso, os tweets que tinham contextos mais complexos e que não poderiam ser classificados facilmente por apenas um pesquisador foram analisados por mais de um pesquisador.

Em relação a jornalistas mulheres, analisamos manualmente 4.997 tweets, dos quais 84,07% (4.201) não tinham conteúdo ofensivo e 15,93% (796) eram ofensivos. Em relação a jornalistas homens, analisamos manualmente 4.187 tweets, dos quais 91,40% (3.827) não eram ofensivos e 8,60% (360) eram ofensivos. Como esperado, em diálogo com outras pesquisas¹⁶ comparativas envolvendo ataques dirigidos a homens e mulheres, como o MonitorA, a quantidade de tweets ofensivos direcionados a mulheres é maior do que os direcionados a homens.

¹⁶ <https://www.internetlab.org.br/en/inequalities-and-identities/online-violence-hinders-womens-political-representation/>

Os 10 jornalistas mais atacados foram:

Eliane Cantanhêde	134	11,59%
Vera Magalhães	129	11,16%
Guga Chacra	114	9,86%
Miriam Leitão	103	8,91%
Daniela Lima	98	8,48%
Mônica Bergamo	95	8,22%
Reinaldo Azevedo	60	5,19%
Cláudio Dantas	53	4,58%
Cynara Menezes	46	3,98%
Gerson Camarotti	34	2,94%

Na lista acima, é significativo que os jornalistas mais atacados sejam os que têm carreiras mais estabelecidas e reconhecidas nacionalmente. Temos seis mulheres e quatro homens na lista daqueles que foram mais atacados. Ao olharmos para os termos usados, é importante mencionar que alguns deles foram dirigidos à profissão de jornalista, sendo comuns a homens e mulheres. Esse é o caso de “jornalista” (a combinação das palavras jornalista e nazista), “militante” (como uma forma pejorativa de se referir a jornalistas, tratando-os como ativistas) e “parcial”.

Houve, entretanto, termos usados mais especificamente contra mulheres, como: “comunista”, “ridícula”, “fraca”, “louca”, “escrota”, “mulherzinha”, “fica quieta”. As ofensas mais frequentes dirigidas aos homens foram “canalha”, “imbecil”, “idiota”. Em alguns casos, também foi possível observar diferenças na maneira que uma ofensa específica foi dirigida a homens e mulheres.

Alguns termos como “**comunista**” não parecem ter, de início, um conteúdo ofensivo. No entanto, quando analisados qualitativamente, observamos seu uso em discursos que ofendem jornalistas vistos como comunistas, ou seja, não é só uma forma de qualificar ideologicamente os jornalistas, mas de colocá-los como sujeitos que são alvos fáceis para ataques. Além disso, “comunista” comumente não aparece só, mas combinado com outras palavras, como “abortista”, “comunista de merda”, etc. Termos como “comunista” revelam a importância de análise humana e contextual dos ataques a jornalistas, pois “comunista” não é um termo considerado ilegal ou ofensivo nos termos de uso da plataforma. Por conta disso, é importante mencionar o fato de que, em alguns casos, apenas o olho humano será capaz de perceber um insulto e seu contexto¹⁷. Vale mencionar que o termo é usado por apoiadores de Bolsonaro para classificar seus inimigos como indignos de confiança.

¹⁷ <https://www.internetlab.org.br/en/inequalities-and-identities/online-violence-hinders-womens-political-representation/>

No caso da palavra “interpretação”, ela apareceu quando as jornalistas mulheres eram acusadas de não saber como interpretar textos ou conjunturas políticas, enquanto, para os homens, ela apareceu mais frequentemente quando o usuário citava o jornalista para defendê-lo de alguém que supostamente não tinha entendido a matéria.

Ao compararmos jornalistas homens e mulheres, percebemos que as ofensas dirigidas a mulheres foram relacionadas mais agressivamente a suas ideologias e sua intelectualidade e questionaram com mais frequência sua habilidade de exercício da profissão. Homens, por outro lado, mesmo quando fizeram análises de eventos políticos, receberam mais ofensas dirigidas a sua profissão e menos a eles próprios. Percebemos, além disso, que usuários do Twitter interagem mais com conteúdos postados por homens, discutindo com eles e, em algumas situações, defendendo-os de outros usuários. Em outras palavras, os ataques a mulheres tendem a ser mais diretos e pessoais¹⁸.

No tweet abaixo, um usuário pode ser visto reagindo a uma publicação da jornalista Eliane Cantanhêde. Ao falar sobre a possibilidade do ex-presidente Lula reagir às ameaças de golpe do presidente Bolsonaro, o usuário responde insinuando que a jornalista decidiu escrever para um jornal enquanto estava drogada.



Figura 1. Reação ofensiva ao tweet de Cantanhêde.

¹⁸ Planejamos desenvolver estudos de caso que nos permitam avaliar mais detidamente essa comparação entre jornalistas mulheres e homens. Neste momento, essa é uma observação preliminar feita durante a análise dos tweets.

No segundo tweet selecionado para exemplificar o tipo de ofensa recebida por jornalistas mulheres, um usuário diz que Vera Magalhães está fora de controle, ironicamente afirmando em seguida que ela está descabelada.

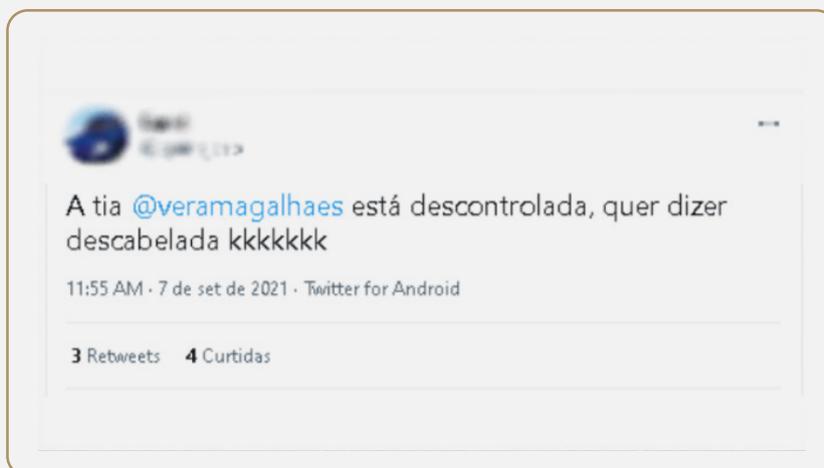


Figura 2. Reação ofensiva ao tweet de Magalhães.

De forma oposta, percebemos um tweet em que dois usuários reagem a uma publicação de Reinaldo Azevedo, colunista da Folha de São Paulo. O primeiro discorda do jornalista e o segundo o defende, dizendo que o primeiro é a pessoa analfabeta descrita por Azevedo no tweet. Ainda que sejam apenas três exemplos, estamos diante do tom que é mais comumente usado para mulheres e homens. No geral, mesmo quando os usuários discordam das agendas de jornalistas homens, existe um tom de respeito, enquanto, no caso de jornalistas mulheres, as ofensas são mais facilmente dirigidas a seus corpos, intelectualidade e moralidade.



Figura 3. Diálogo entre usuários sobre o tweet de Azevedo.

Finalmente, é também importante mencionar que, ao analisar os tweets, percebemos que jornalistas são ofendidos por usuários que se posicionam em espectros políticos diferentes. Embora não tenhamos medido quantitativamente esses dados, arriscamos dizer que corroboramos o que foi dito pelos jornalistas nas entrevistas: eles não são atacados apenas por usuários conservadores ou por usuários progressistas, mas por diferentes usuários conforme o contexto. As ofensas parecem ser, dessa forma, parte de como a dinâmica comunicativa ocorre no Twitter, um tipo de linguagem que precisa ser combatido e até superado por meio da conscientização dos usuários da rede social.



3.3_ Notas metodológicas

Em relação aos métodos de análise de rede, construímos diferentes gráficos de rede baseados em dois tipos de dados: uma rede de hashtags do Twitter baseada na coocorrência de hashtags em tweets combinando uma lista de termos ofensivos e nomes de jornalistas, uma rede de recomendações baseadas em vídeos mencionando a lista de jornalistas, em que os vídeos do YouTube são os nós a que os vídeos recomendados/relacionados estão conectados. Esses gráficos nos possibilitaram usar algoritmos de rede para identificar agrupamentos (vídeos e hashtags fortemente interconectados) relacionados ao assédio a jornalistas, seus vocabulários, dimensões de gênero e raça e as conexões entre os atores que promovem esse tipo de ataque em ambas as plataformas. Os gráficos de rede e suas medidas de centralidade permitiram-nos acompanhar os pontos de partida recorrentes dos ataques e compreender a expansão das operações de influência. Por fim, usamos análise de rede e algoritmos de análise lexical baseados tanto em Python quanto em linguagem R de programação para a identificação dos assédios, dos agrupamentos/comunidades e de sua centralidade em redes diferentes.

O YouTube e o Twitter foram combinados (medidas de análise lexical apropriadas para ambas as redes) associando táticas entre plataformas e vocabulários relacionados a postagens e comentários. Empregamos uma análise lexical baseada em agrupamento hierárquico divisivo (linguagem R), tentando identificar os vocabulários e perspectivas envolvidas nesse debate, e também se e como eles se interseccionam (considerando as redes separadamente e as combinando em um tópico específico entre plataformas). As funcionalidades específicas de cada plataforma serão explicadas em detalhe nos itens abaixo.

3.4_ Coocorrência de hashtags no Twitter

Por meio da verificação da coocorrência de hashtags entre os tweets identificados usando as expressões descritas anteriormente, compusemos um gráfico de rede bipartite, em que as hashtags e os usuários representam os nós, que são conectados pelos tweets contendo as hashtags. Trazer diferentes hashtags para perto dos grupos de usuários que as publicam ao longo do tempo nos permitiu verificar como diferentes tópicos e campanhas podem ser correlacionados. Depois disso, procuramos agrupamentos diversos (hashtags e usuários agrupados) para analisar como eles poderiam nos auxiliar a compreender o cenário identificado.

Todos os tweets que compõem essa rede envolvem o uso de termos relacionados a ataques e menções a ao menos um jornalista em nossa lista. Como resultado, no gráfico abaixo encontramos hashtags claramente hostis aos veículos de imprensa Globo (#GloboLixo) e CNN (#CNNLixo), estreitamente relacionadas a hashtags apoiando a campanha presidencial de Bolsonaro em 2022 (#Bolsonaro2022 e #BolsonaroAte2026), caracterizando o topo do gráfico de rede abaixo. No lado direito do gráfico, podemos ver hashtags contra o voto eletrônico (parte da agenda de Bolsonaro usada para atacar o Tribunal Superior Eleitoral). Próximo ao centro do gráfico de rede, podemos ver hashtags contra a CPI da Pandemia (#CPIdoCirco), ao lado de uma hashtag maior apoiando a candidatura de Bolsonaro em 2022 (#BolsonaroPresidenteAte2026). No lado esquerdo, um pouco desconectado das hashtags mencionadas acima, podemos ver um agrupamento relacionado a oposição a Bolsonaro (#ForaBolsonaro e #ForaBolsonaroGenocida) e outro relacionado a CPI da Pandemia (#CPIdaCovid).

O Presidente Bolsonaro frequentemente ataca instituições democráticas, incluindo aquelas que garantem a imparcialidade do sistema eleitoral brasileiro. Em relação às urnas eletrônicas, Bolsonaro frequentemente afirma que elas não são confiáveis e que foram objeto de fraude em eleições passadas, alegações para as quais ele não tem evidências e que foram repetidamente negadas pelo Tribunal Superior Eleitoral.

Em abril de 2021, o Congresso Nacional estabeleceu uma comissão de inquérito, conhecida como CPI da Covid-19, para investigar as ações e omissões do governo federal no combate à pandemia e no colapso de saúde no Estado do Amazonas, ocorrido no começo daquele ano. Devido ao foco da comissão no governo federal, Jair Bolsonaro, seus filhos e seus apoiadores tiveram a CPI como alvo de seus ataques ao longo do período da investigação.

O objetivo de nossa primeira análise lexical no Twitter foi verificar que tipo de ataque está presente em nosso corpus e até que ponto houve uma questão de gênero – também considerando como isso se relaciona com outras características, como raça.

Primeiro, usando agrupamento divisivo hierárquico, pudemos encontrar ataques temáticos divididos em seis diferentes assuntos: minorias na classe 6 (negro, mulher, indígena, racismo, estupro), termos sexuais na classe 5 (puta, viado, chupador, cu), anticomunismo na classe 4 (comunista, esquerda, Cuba, Venezuela, corrupto, bandido), competência profissional na classe 3 (parcial, travestido de jornalista, manipulador, partidário), falta de capacidade intelectual na classe 2 (analfabeto, analfabeto funcional, ignorante, burro, demência) e outra variedade envolvendo falta de capacidade intelectual (imbecil, ridículo, jornazi, idiota, retardado).

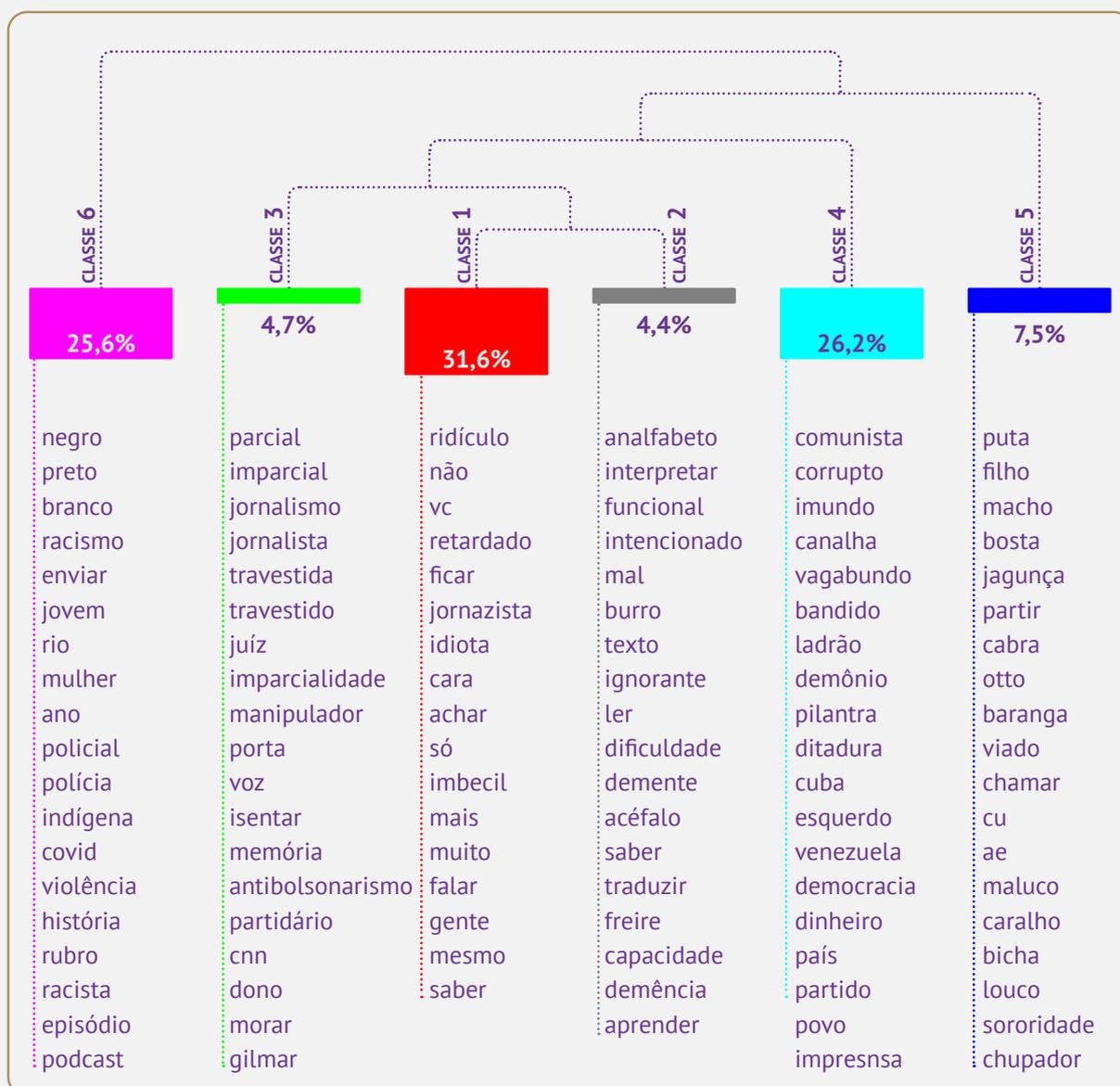


Figura 5. Genealogia (agrupamento hierárquico) de vocabulários encontrados em nossa amostra do Twitter, apresentando as distâncias entre eles.

Antes de nos aprofundarmos nessa análise, devemos notar que, como mencionado anteriormente, parte dos termos foram usados em outros contextos que não ataques a jornalistas. Portanto, procedemos com uma análise baseada em um corpus mais específico (usando um patamar mínimo de engajamento de cinco likes), marcando-o qualitativamente e separando apenas os tweets relacionados a ataques. Vemos os padrões se repetirem, com anticomunismo (classe 4), jornalistas esquerdistas (classe 3), capacidade mental misturada com julgamento moral (classe 1) e falta de profissionalismo (classes 5 e 6) sendo os pontos-chave das novas classes encontradas. Com exceção de “puta”, termos sexuais não parecem trazer engajamento suficiente para alcançar nosso patamar mínimo com frequência suficiente para influenciar os padrões lexicais encontrados.

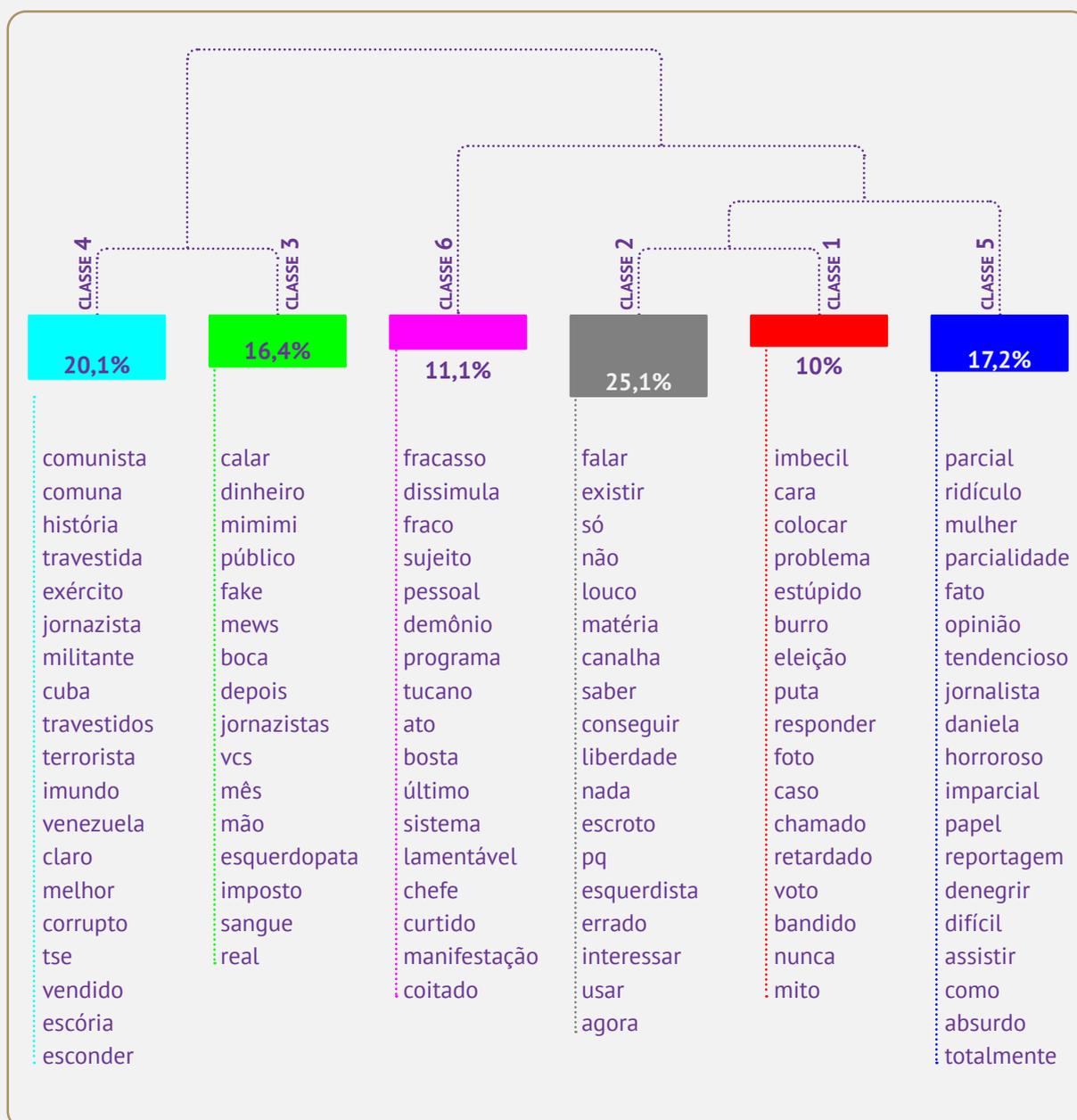


Figura 6. Genealogia (agrupamento hierárquico) de vocabulários encontrados em nosso sub-corpus do Twitter, apresentando as distâncias entre eles.

Em relação a gênero e raça, esses vocabulários não foram usados igualmente contra os jornalistas, mas seguiram segmentações claras. Na imagem abaixo, categorias (gênero_ raça) que tiveram vocabulários parecidos (ou seja, textos similares em tweets se referindo a eles) aparecem juntos, e aqueles que tiveram vocabulários diversos aparecem separados. Homens e mulheres brancos estão próximos um do outro e distantes de homens e mulheres negras e mulheres asiáticas. Homens negros estão mais frequentemente próximos de termos como “perdedores”, “fraco”, “merda”, “pobre”, enquanto homens brancos estão mais frequentemente próximos de termos como “imbecil”, “estúpido”, “burro”, “retardado” (conforme Figura 8). Mulheres negras e asiáticas estão mais próximas dos termos “tendenciosa”, “parcial” e “ridícula” enquanto mulheres brancas estão mais próximas de termos anticomunistas, sendo também chamadas de “terroristas” (opositores da ditadura brasileira de 1964 foram tratados como terroristas e torturados, incluindo jornalistas mulheres que ainda cobrem política), “jornazi” e termos similares. É possível pensar que a presença de diferentes termos próximos a homem branco e negro, assim como mulheres não brancas e brancas, aponta para a necessidade de um olhar mais aprofundado para a forma como gênero e raça são articulados, trazendo luz para a importância de não universalizarmos as experiências de homens e mulheres.

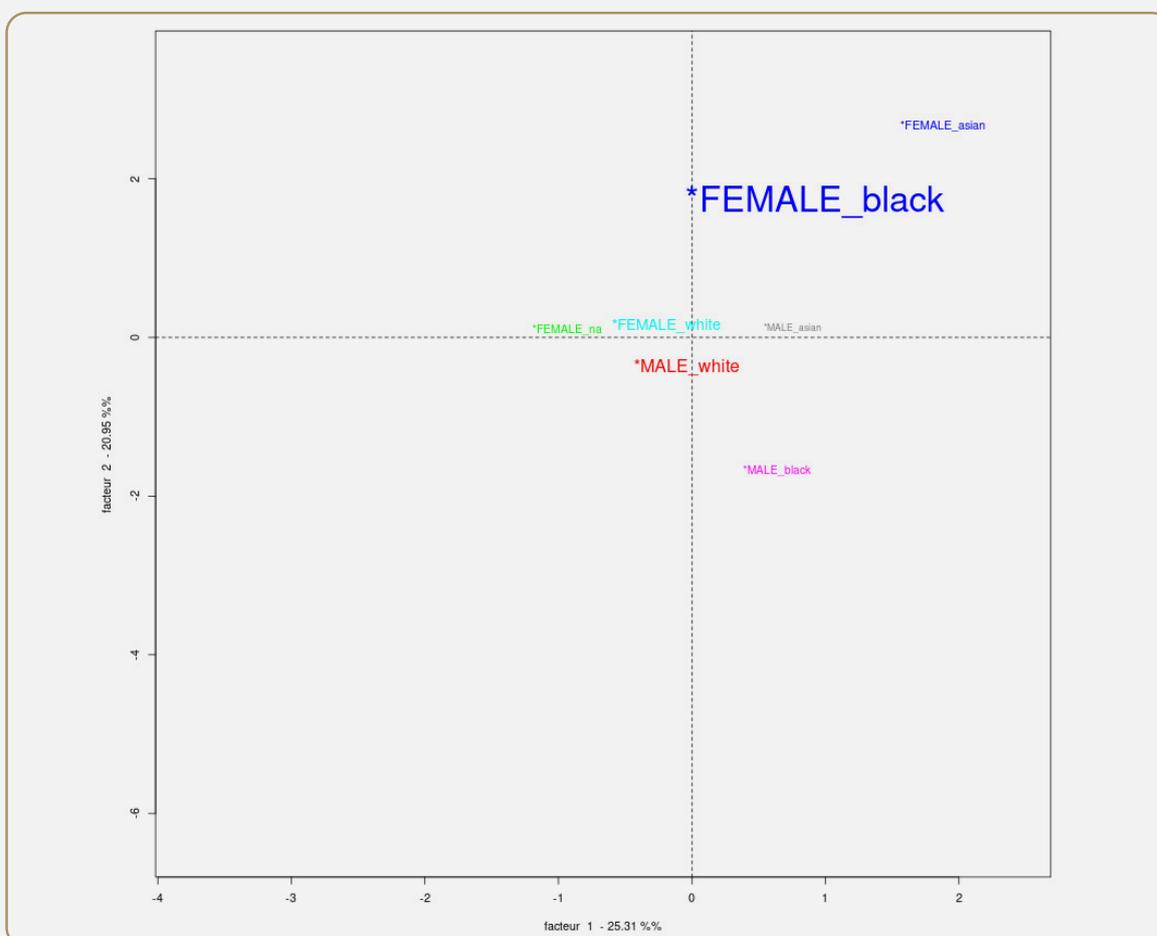


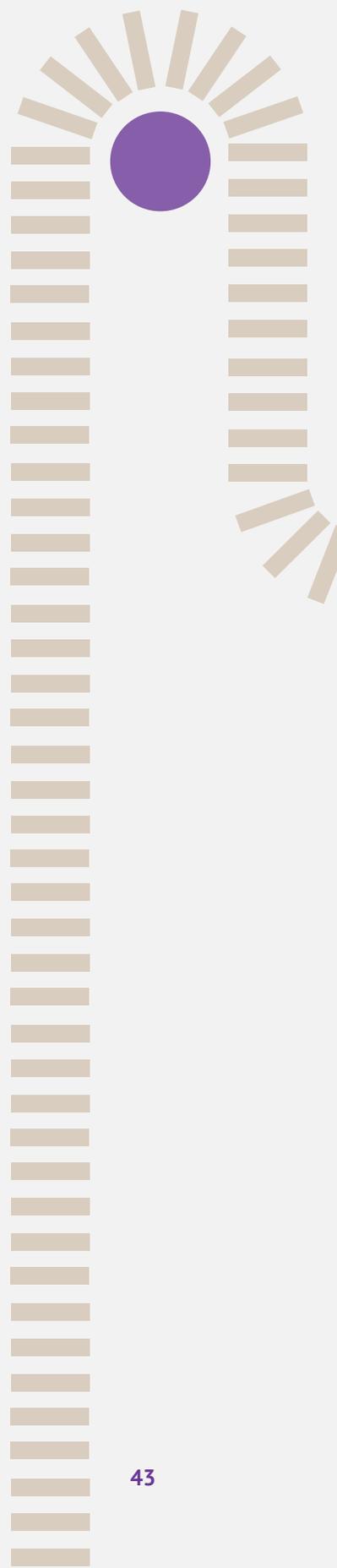
Figura 7. Distâncias e proximidade entre as categorias mencionadas (análise de correspondência fatorial) no nosso sub-corpus no Twitter.

Um dos pontos que merecem mais atenção é a diferença no apoio vindo de outros usuários recebido por homens e mulheres. Em observações preliminares, enquanto jornalistas homens que lidam com questões relacionadas à situação política receberam mais apoio explícito, com usuários os defendendo, as mulheres raramente receberam o mesmo tipo de apoio. Um exemplo disso é o uso do termo “interpretar”, constantemente usado para dizer que jornalistas mulheres não sabem interpretar textos e, por outro lado, empregado por alguns usuários para dizer que aqueles que estão criticando jornalistas homens não sabem interpretar textos.

A dinâmica é parecida com jornalistas negros. Termos racistas foram comumente encontrados direcionados a jornalistas negras para ofendê-las, enquanto no caso de jornalistas negros, notamos que as palavras foram usadas para repetir os termos sendo denunciados e oferecer apoio. Essas análises ainda não foram quantificadas, estamos falando de observações preliminares que serão aprofundados em um novo olhar sobre os dados coletados.

Nesse sentido, uma diferença importante a ser observada é que, em nossa primeira análise, considerando todo o corpus, jornalistas homens negros e jornalistas mulheres negras apresentam mais convergências, o que não ocorre quando separamos qualitativamente os tweets relacionados aos ataques: isso pode ser um indicador de que homens negros recebem tweets mencionando palavras usadas em ataques ou para condenar esses ataques, ou para usá-los contra os apoiadores de Bolsonaro, enquanto o mesmo não ocorre quando se trata de mulheres negras. Essa hipótese, no entanto, necessita de mais investigação para confirmar em que medida isso realmente ocorre no corpus inteiro. Abaixo, apresentamos a imagem relacionada à análise de correspondência fatorial feita considerando apenas os tweets qualitativamente marcados como ataques.

Há uma zona desfocada entre os termos que compõem diferentes classes/vocabulários, mostrando palavras que poderiam ser uma ponte entre as diversas categorias identificadas. Vale mencionar o fato de que duas palavras aparecerem na mesma cor (conforme imagem abaixo) não significa que elas são usadas da mesma forma. Na próxima imagem, podemos ver a localização de cada palavra, também localizada de acordo com sua distância ou proximidade de outras palavras e trazendo as cores apresentadas na imagem anterior, indicando o gênero e a raça do jornalista atacado.



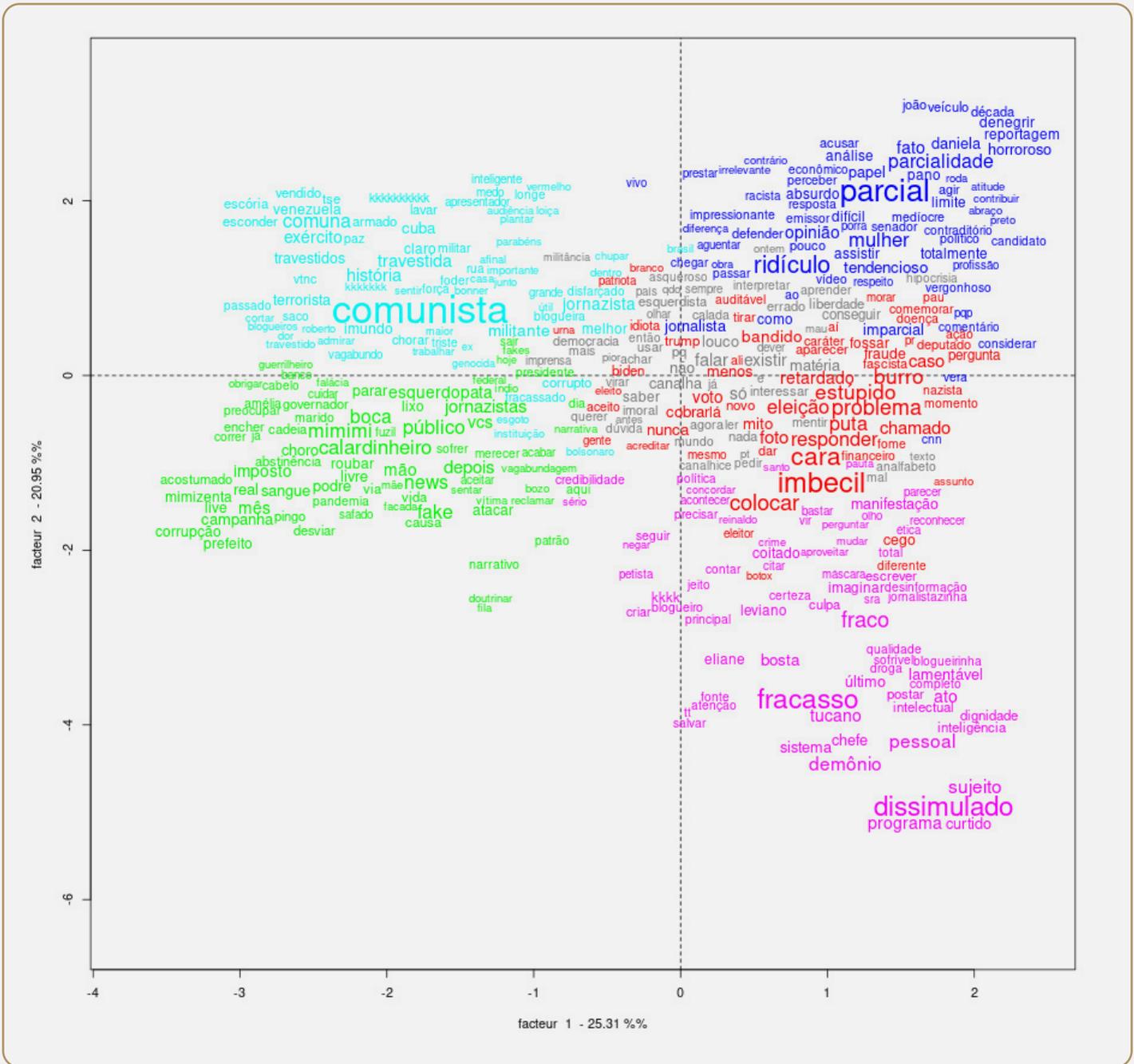
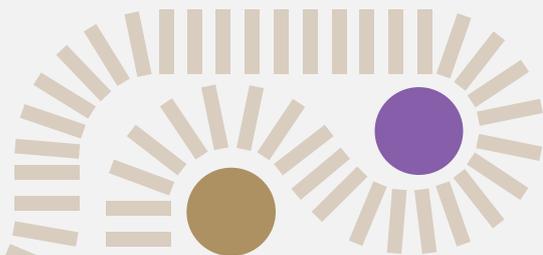


Figura 8. Distâncias e proximidades entre palavras de acordo com coocorrência (análise de correspondência fatorial) no nosso sub-corpus no Twitter.

Aprofundaremos essa análise nos próximos itens, em que as descobertas sobre o Twitter são relacionadas com aquelas identificadas no YouTube.



3.5_ Coleta de dados no YouTube e metodologia de análise

Dariamente, entre primeiro de maio e 27 de setembro de 2021, coletamos dados relacionados aos 500 vídeos com maiores classificações pelo algoritmo de buscas do YouTube (em casos em que havia 500 resultados ou mais) baseado nos nomes dos jornalistas listados. Essa coleta diária foi agrupada em um único corpus, com 70 mil colunas de informação contendo metadados de 6 mil vídeos que apareceram nos resultados de busca durante o período. A grande proporção de homônimos trouxe bastante ruído em nossos primeiros testes, e decidimos limitar essa coleta diária a uma lista de 16 principais nomes (que compuseram uma base de dados com a variação do engajamento de todos os vídeos relacionados para cada dia do período analisado, incluindo vídeos excluídos nesse intervalo). Considerando a lista de 200 jornalistas monitorados no Twitter, os selecionados (mais propensos a trazerem vídeos relacionados aos testes de nossa coleção de dados inicial) foram:

Patrícia Campos Mello
Talita Fernandes
Vera Magalhães
Marina Dias
Constança Rezende
Juliana Dal Piva

Miriam Leitão
Mônica Bergamo
Maju Coutinho
Maria Lúcia Coutinho
Guilherme Amado
Leonardo Sakamoto

Glenn Greenwald
Reinaldo Azevedo
William Bonner
Guga Chacra

Considerando a relevância de campanhas de dislikes (um dos repertórios favoritos da extrema direita brasileira) no YouTube, assumimos que esse pode ser um bom indicador para encontrar comentários relacionados a ataques a jornalistas. Nossa primeira exploração do corpus envolveu a coleta de todos os comentários em vídeos em que o número de dislikes ultrapassava o número médio de likes no período analisado, resultando em um corpus de cerca de 42 mil comentários.

Apoiadores de Bolsonaro frequentemente coordenam **campanhas de dislikes** em vídeos com conteúdo contrário a suas posições, como o uso de urnas eletrônicas¹⁹. Campanhas como essa são frequentes e prejudiciais, mas devem ser menos comuns agora que o YouTube escondeu o número de likes nos vídeos da plataforma. A ação ocorreu para evitar o “efeito de rebanho” de usuários que dão dislike nos vídeos por conta do grande número de dislikes já recebido, protegendo, assim, principalmente os pequenos criadores de conteúdo²⁰.

¹⁹ <https://www.metropoles.com/brasil/bolsonaristas-fazem-campanha-de-dislike-em-video-do-tse-sobre-urna-eletronica>

²⁰ <https://blog.youtube/news-and-events/update-to-youtube/>

A partir da composição desse corpus de texto, submetemos os comentários à análise textual usando métodos de agrupamento para progressivamente isolar o vocabulário contendo insultos e termos ofensivos, diferenciando-os de comentários educados. Ao chegarmos a um corpus homogêneo marcado por variações de insultos, usamos métodos de agrupamento hierárquico e análise de correspondência fatorial para identificar (a) as variações de insultos presentes nos comentários dos vídeos relacionados aos jornalistas analisados, e (b) como essas palavras podem ser localizadas em termos de similaridade ou diferença na forma com que eram usadas em diversos comentários.



3.6_ Análise de dados no YouTube

O agrupamento hierárquico trouxe-nos cinco vocabulários divididos em duas chaves de proporções similares. Com exceção de um pequeno vocabulário misturando expressões como “gado” (classe 2) com variações da palavra “dislike”, provavelmente associada as campanhas de dislike mencionadas acima, todos os vocabulários identificados estão marcados por xingamentos dirigidos a jornalistas. O maior deles (classe 1) traz xingamentos ao canal de TV Band e ao jornal Folha de São Paulo (além de termos genéricos como mídia e imprensa), associando seus nomes com a palavra “podre”, “mentiroso”, “militante”, “tendencioso”, além de expressões mais específicas como “furo”, usadas com conotação sexual para atacar jornalistas mulheres (a proximidade com a Folha de São Paulo se deve ao fato de que diferentes figuras políticas encorajaram esse tipo de insinuação contra a renomada jornalista Patrícia Campos Mello, que trabalha para esse veículo).

Um vocabulário gêmeo (classe 3) traz xingamentos como “lixo” e “esgoto” associados a outros grupos como Globo, UOL, CNN e, em menor parte, Band, junto com “falir”, “desinformação” e outras palavras que indicam falta de credibilidade ou mentiras. Na chave superior, outro vocabulário (classe 5) é marcado por xingamentos dirigidos a jornalistas como “vagabundo”, “comunista”, “canalha”, “puta”, entre outros. Como veremos abaixo, esse vocabulário concentra várias ofensas implicitamente ou explicitamente sexuais, que marcam os ataques feitos por conservadores radicais no Brasil.

Por fim, em outra chave (junto ao vocabulário ligado aos dislikes) temos um vocabulário marcado pela referência a nomes de homens (como Reinaldo e Sakamoto, dois jornalistas de diferentes lados do espectro político) e xingamentos como “idiota”, “babaca”, “imbecil”, “puxa-saco” entre outros (classe 4).

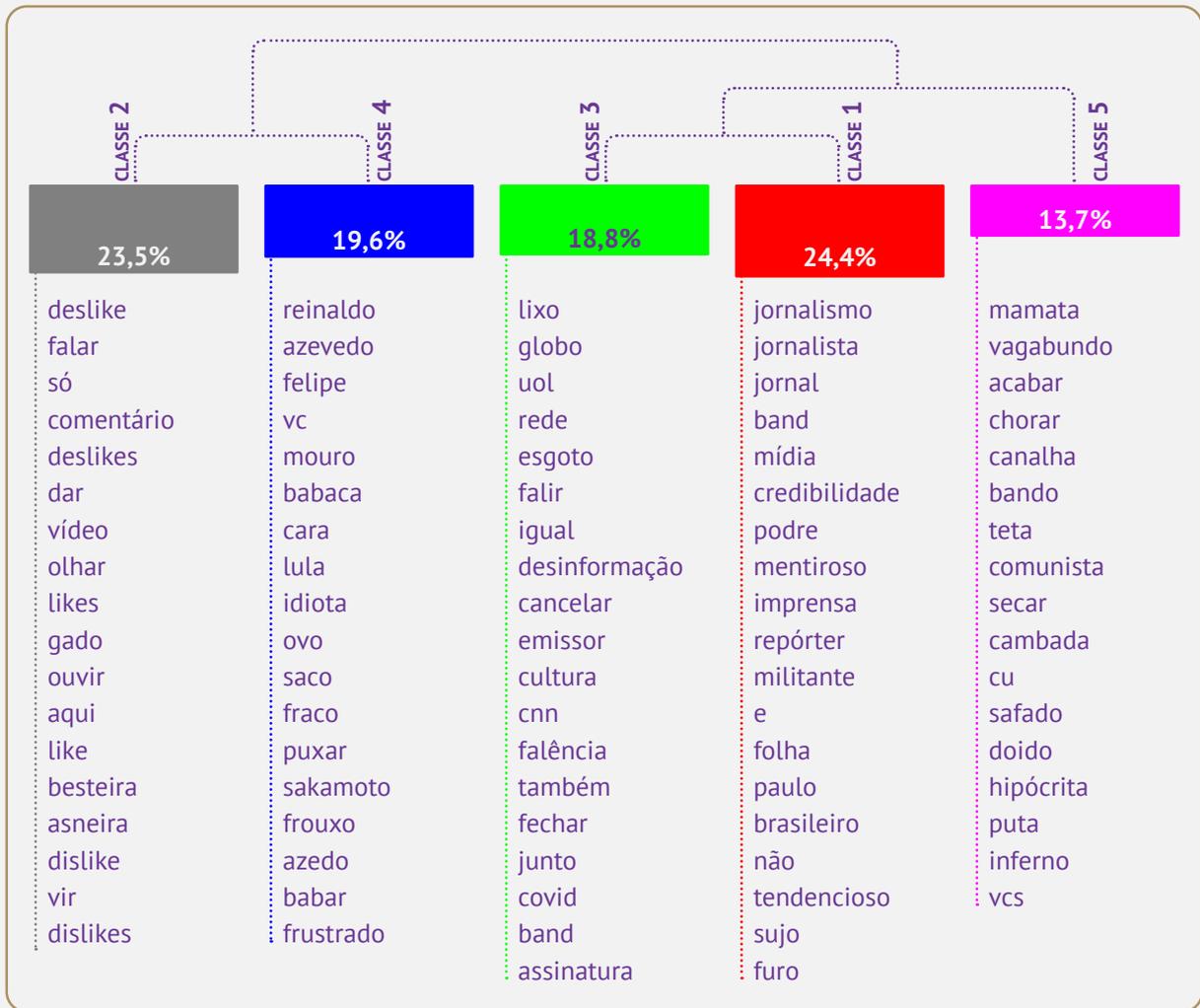
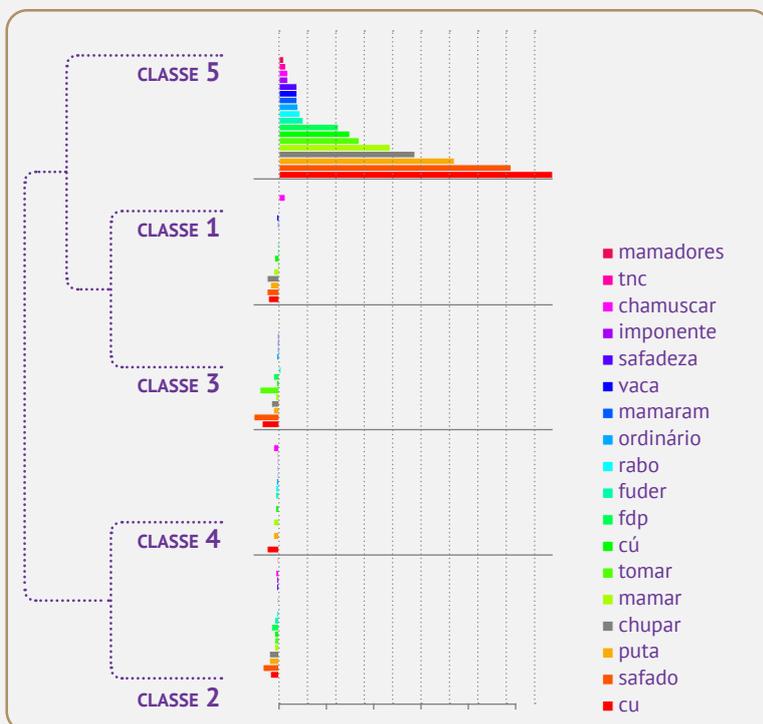


Figura 9. Genealogia (agrupamento hierárquico) de vocabulários encontrados em comentários do YouTube.



Quando comparamos a presença de palavras como “puta” e “vaca”, além de expressões como “tomar no cu”, notamos que há de fato uma concentração de termos direta ou indiretamente relacionados a ofensas sexuais no vocabulário específico (as palavras aparecem na ordem da imagem, ou seja, ordem ascendente).

Figura 10. Probabilidade de palavras relacionadas a sexo aparecerem em cada vocabulário encontrado em comentários do YouTube.

Frases como “a credibilidade de Bolsonaro saiu manchada” são respondidas com insinuações sexuais usando o termo “manchada”, além de variações envolvendo sexo anal. Jornalistas são apontados como “mamadores” que só atacam o governo porque perderam acesso às “tetras do Estado”. “Puta” e “vaca” são recorrentemente usados para desqualificar jornalistas mulheres.

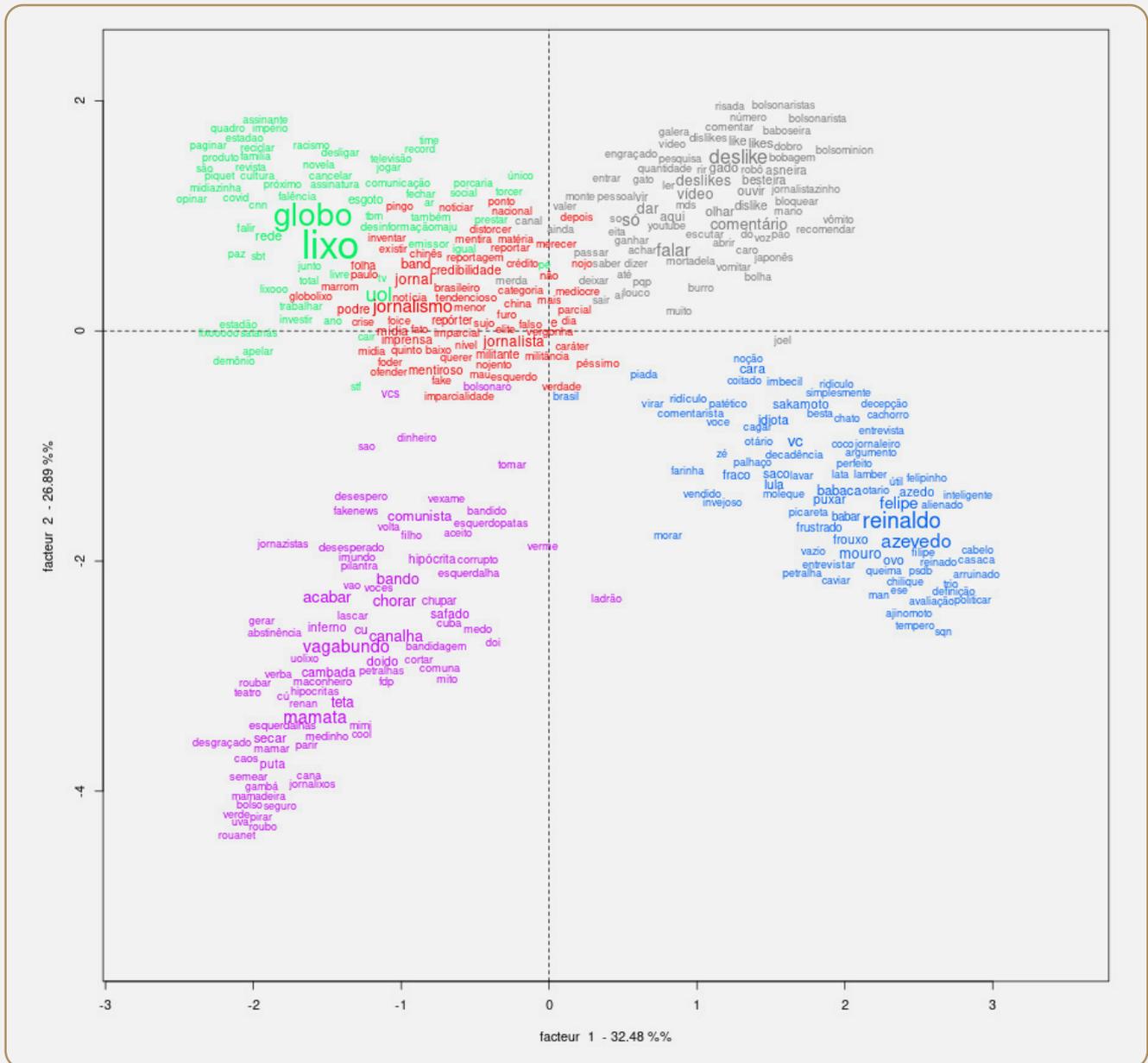


Figura 11. Distâncias e proximidade entre palavras de acordo com coocorrência (análise de correspondência fatorial) em nossos comentários do YouTube.

Vale mencionar que, junto a insultos que formam um vocabulário claramente sexual, há insultos relacionados a situações específicas, como o termo “terrorista”, usado particularmente contra a jornalista Miriam Leitão e associado à ideia de que seu ativismo contra a ditadura brasileira de 1964-1985 deveria ser chamado de terrorismo (associação também encontrada no Twitter).

A consideração das recomendações de vídeos (as indicações do sistema para o próximo vídeo a assistir no YouTube) como um elemento de conexão capaz de estabelecer circuitos (“comunidades” de vídeos mutuamente recomendados para pessoas assistindo um deles) permite a composição e análise de uma rede de vídeos do YouTube. As conexões criadas por meio das recomendações também indicam a formação de circuitos de vídeos com recomendações mútuas, ou comunidades de sentido. Além de possibilitar a identificação de comunidades temáticas, esse agrupamento permitiu-nos construir filtros e lidar com a grande quantidade de ruído no corpus. O ruído é associado ao fato de que as buscas foram feitas baseadas no nome dos jornalistas e não em handles, como aqueles usados para analisar o Twitter, trazendo muitos homônimos não relacionados aos jornalistas. Abaixo, apresentamos o gráfico resultante das recomendações entre todos os vídeos presentes em nosso corpus.

Em uma entrevista conduzida pela revista AzMina, pudemos ouvir Miriam Leitão a respeito dos ataques sofridos por ela. Ela relatou-nos que, além das ofensas, jornalistas precisam combater a disseminação de fake news sobre suas vidas e carreiras, o que é também uma estratégia política para manchar a reputação desses profissionais. Miriam Leitão, por exemplo, é constantemente ofendida com expressões como “assaltante de banco”, “terrorista” e “mulher da cobra”, um termo cunhado pelos seguidores do presidente para minimizar e ridicularizar um episódio de tortura sofrido pela jornalista durante a ditadura militar brasileira. Ela disse também ter entrado nos trending topics do Twitter porque “eles usaram uma foto minha dizendo que era [uma foto] da minha prisão por ter roubado um banco”, Leitão comentou na entrevista, complementando que ela nunca usou uma arma e que essa informação foi refutada dezenas de vezes. “Mas, volta e meia, há uma nova onda trazendo isso de volta”. Ela nota que perfis falsos criaram ondas artificiais de ataques que poluem o debate e distorcem o diálogo.

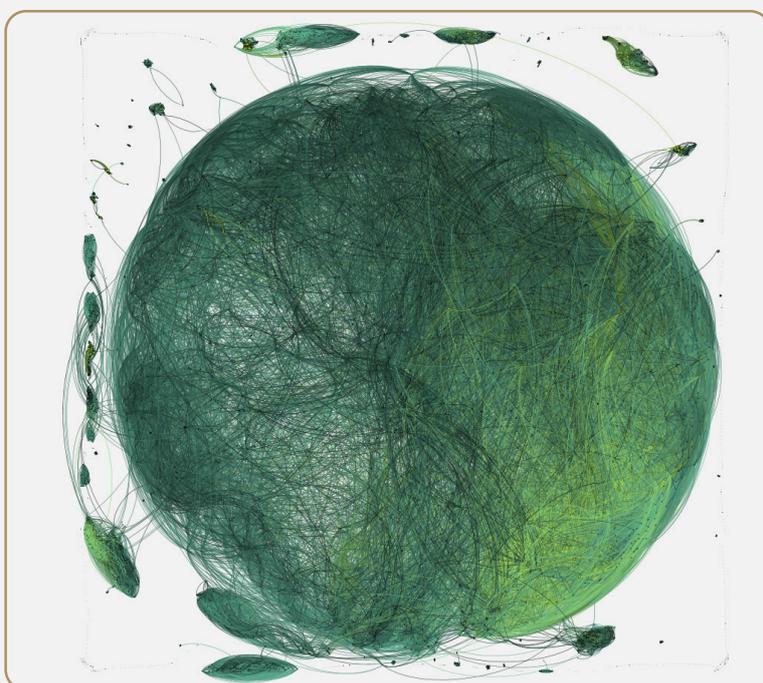


Figura 12. Gráfico de rede conectando vídeos de acordo com recomendações do YouTube, destacando aquelas que concentram o fluxo de recomendações.

Na imagem acima, as áreas com cores próximas a preto recebem menos recomendações, enquanto as áreas próximas a verde/amarelo concentram o fluxo de usuários seguindo as recomendações. Podemos notar a concentração de recomendações no flanco inferior direito do gráfico. Diferenciando os circuitos feitos por padrões de recomendações mútuas e considerando as diferentes comunidades formadas (usando algoritmos de análise de rede para detectá-los), representamos agrupamentos de vídeos usando cores diferentes nesta segunda representação do mesmo gráfico.

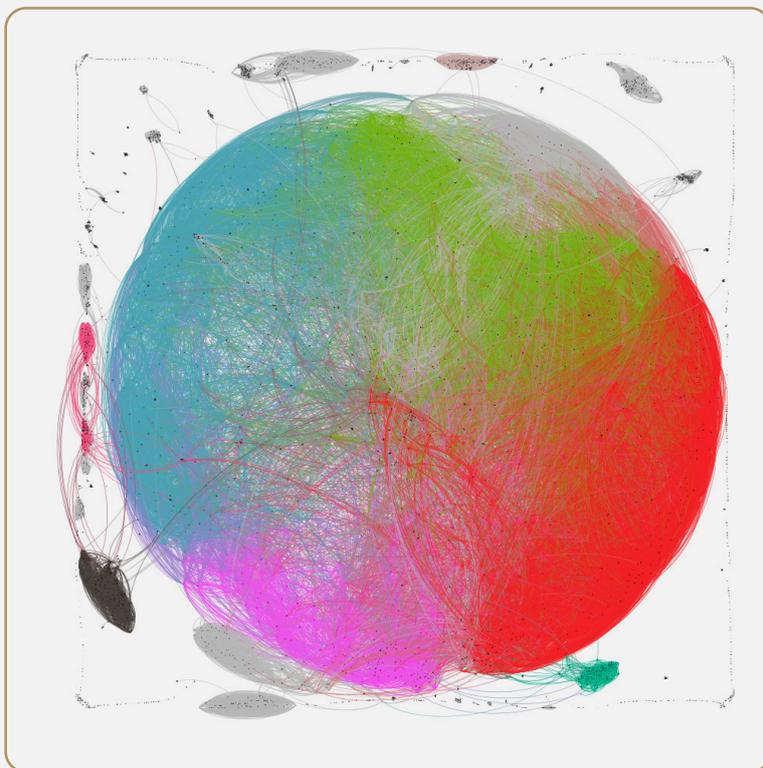


Figura 13. Gráfico de rede conectando vídeos de acordo com as recomendações do YouTube, diferenciando os agrupamentos encontrados.

Comparando as duas imagens do gráfico, podemos ver que o agrupamento/comunidade em vermelho contém o grupo de vídeos em que os jornalistas foram recorrentemente mencionados (verde/amarelo na primeira imagem do gráfico), em um fluxo assimétrico que concentra atenção nesse ponto da rede. Cruzando as métricas de dislikes, likes e recomendações (grau) com as diferentes comunidades encontradas, podemos confirmar que os vídeos envolvendo Reinaldo Azevedo são mais propensos tanto a receber recomendações, como a ser alvo de campanhas de dislike. Isso se explica pela entrevista que Lula deu ao jornalista em 1º de Abril, que levou a uma série de mobilizações de extrema-direita para marcar dislikes nesse vídeo e, também, a uma grande atenção popular. Para tornar esse padrão visível, na imagem abaixo apenas os nomes dos canais em que os vídeos ultrapassaram mil dislikes são mostrados. Nas quatro comunidades de vídeos relacionadas aos jornalistas (descartando grupos de vídeos relacionados a outros tópicos coletados devido às similaridades com os nomes dos jornalistas), a rádio Band News (que publicou o vídeo) claramente se destaca como o canal em que o número de dislikes ultrapassa a marca. A comparação abaixo mantém as cores usadas no gráfico anterior (ou seja, a comunidade/agrupamento em vermelho no gráfico corresponde a Com1060 em vermelho na imagem abaixo).

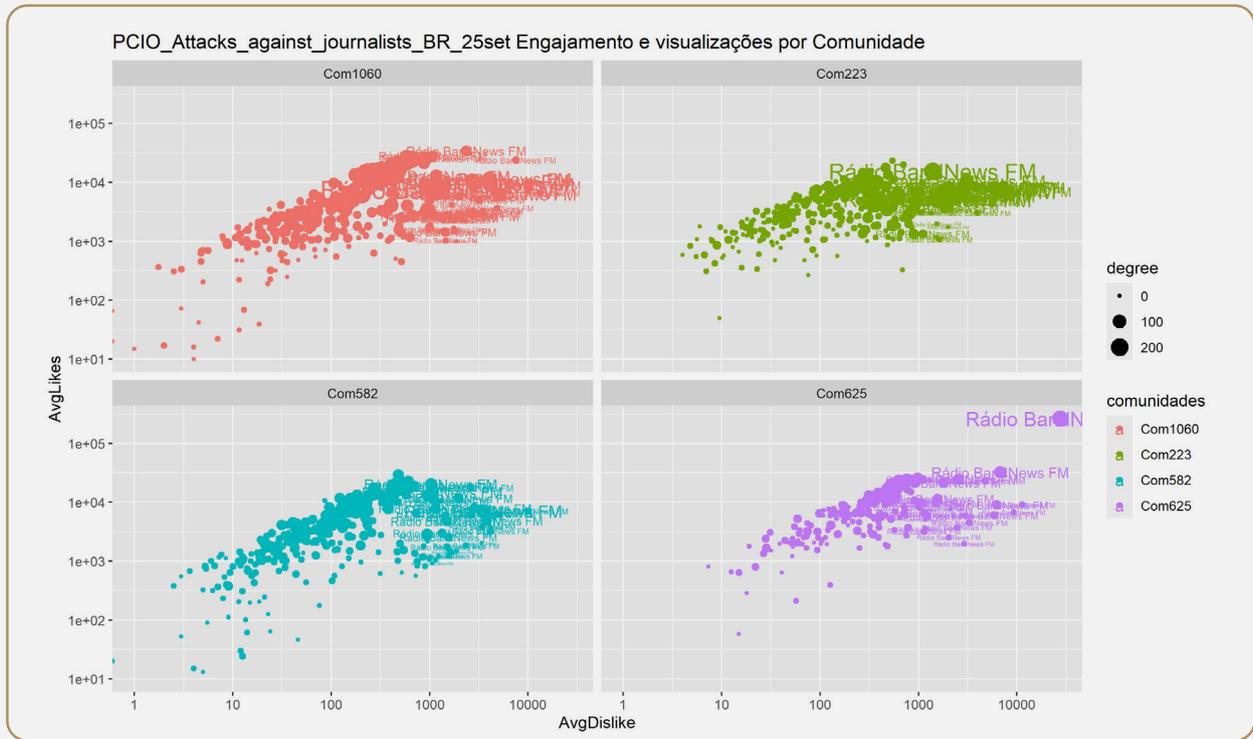


Figura 14. Correlação entre likes, dislikes e recomendações (grau) em cada agrupamento do YouTube.

Diferentemente do caso dos comentários, as descrições dos vídeos são, em geral, mais relacionadas ao assunto dos vídeos, sem relações claras com ataques. Abaixo, apresentamos o dendograma considerando as descrições dos vídeos analisados, após a filtragem para remover vídeos não relacionados ao assunto.

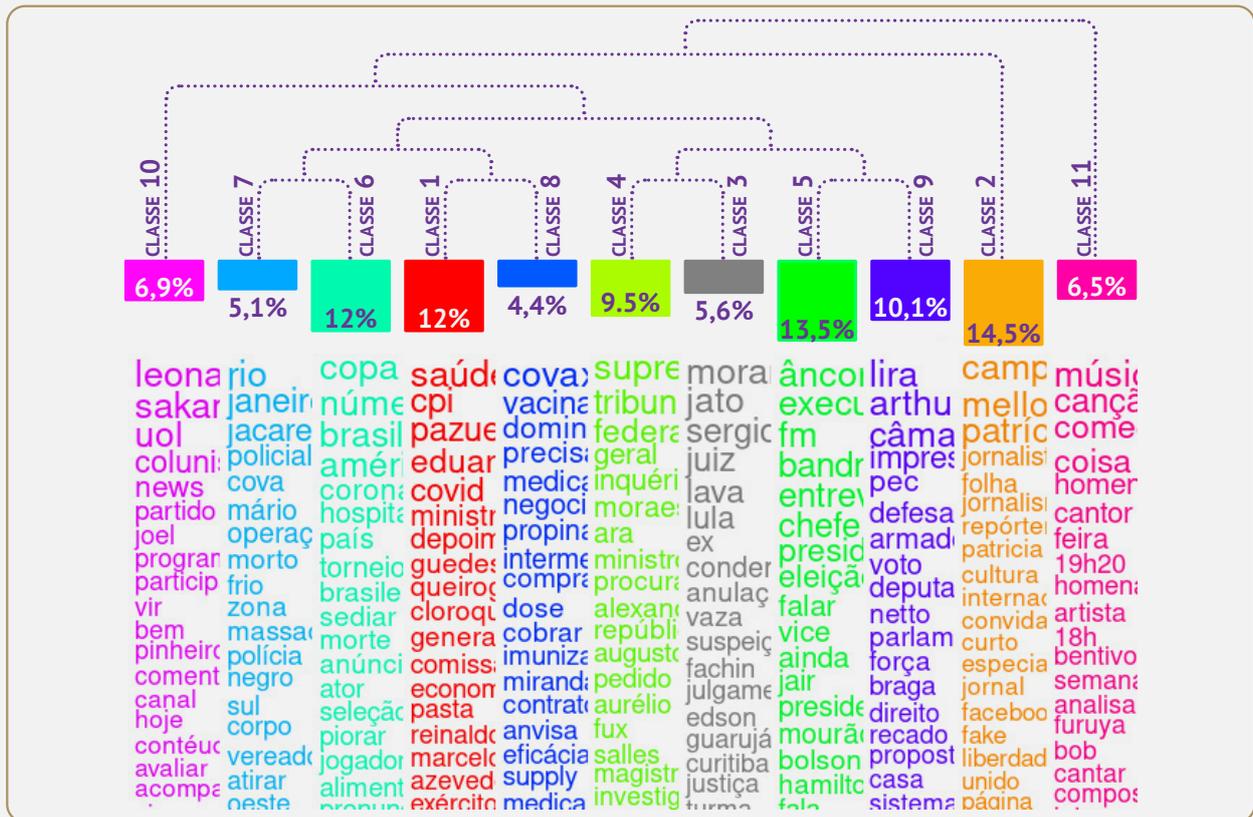


Figura 15. Genealogia (agrupamento hierárquico) de vocabulários encontrados na descrição de nossos vídeos do YouTube.

Podemos ver a relevância de Patrícia Campos Mello, Reinaldo Azevedo e Leonardo Sakamoto entre os assuntos mais presentes dos vídeos. Eles estão entre os jornalistas e comentaristas políticos mais conhecidos no Brasil e são reconhecidamente críticos às estratégias de Bolsonaro para intimidar jornalistas (independentemente de se posicionarem publicamente ou não contra essas estratégias).

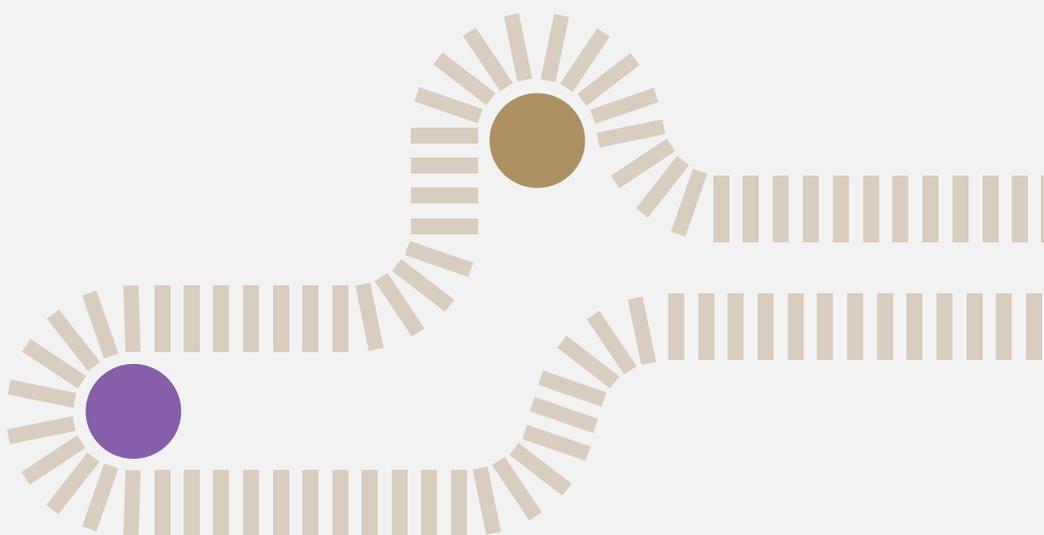
Vídeos agressivos especificamente dirigidos a jornalistas podem ser tornados ‘privados’ (portanto, não mais acessíveis para usuários e jornalistas) pelos canais que os postaram (como uma forma de proteção contra futuras investigações) ou excluídos pelo YouTube por violarem regras da plataforma. Ao excluir ou tornar um vídeo privado, tanto o YouTube quanto os canais podem rapidamente suprimir seus metadados, que não mais aparecem em solicitações por dados, apagando importantes vídeos e atores envolvidos no ataque. Também perdemos informações sobre o alcance desses vídeos, seu sucesso em trazer engajamento e a medida na qual os mecanismos como recomendações e resultados de busca podem beneficiá-los. No entanto, ao coletar e analisar diariamente os resultados de buscas pelos nomes dos jornalistas em questão, construímos uma base de dados em que a evolução diária desses vídeos, sua aparição em resultados de busca e sua posição em uma rede dinâmica de padrões de recomendação constantemente mutáveis podem ser acessadas e verificadas.

A maior parte dos casos de vídeos apagados parece envolver clickbaits, ou seja, conteúdos sensacionalistas que tiram vantagem dos nomes dos jornalistas para ganhar visibilidade. Há, no entanto, alguns vídeos apoiando ataques a jornalistas, incluindo ataques misóginos. Entre os vídeos tornados privados pelo canal ou apagados durante o período analisado, os cinco com maior visibilidade antes de sua exclusão foram:

CANAL	VÍDEO	VISUALIZAÇÕES	LIKES	DISLIKES	COMMENTÁRIOS
Jovem casal	O QUE NINGUÉM SABE SOBRE A MAJU COUTINHO!	224354	19039	1768	904
Gustavo Gayer	INACREDITÁVEL! Glenn Greenwald Compra Briga da Direita e Denuncia Conluio Para Calar Conservadores!	140838	28233	241	1559
Informa Brasil	REINALDO AZEVEDO FAZ NOVA ENTREVISTA LULA AO VIVO E LULA FALA AO VIVO OQUE VAI ACONTECER COM BOZO	17064	1826	308	0
Ricardo Gama	Globo passa vergonha e apaga vídeo e apoio a Patrícia Campos Mello / Wilson Witzel / Jair Bolsonaro	16343	1199	27	49
Hot Notícias	Chega Comunicado Urgente de Ex de Fátima Bernardes WILLIAM BONNER Feito Através de Revelação d Érica	12837	1073	69	45

O tema mais frequente considerando os 22 vídeos relacionados aos jornalistas identificados entre os excluídos é a jornalista Patrícia Campos Mello (mencionada em 13 deles). Os vídeos seguem um padrão específico e muitos têm visualização limitada, o que indica que o nome da jornalista pode ser usado como uma fonte estratégica de visualizações se usada como clickbait pelos canais em busca de audiência. Vídeos como “Globo passa vergonha e apaga vídeo e apoio a Patrícia Campos Mello / Wilson Witzel / Jair Bolsonaro”, “ACABOU! Dono da Yacows contesta Patrícia Campos Mello” e “Bolsonaro faz chacota de Patrícia Campos Mello sobre o furo” são exemplos de vídeos com preconceitos similares a ataques sexistas presentes nos comentários de vídeos que sofrem campanhas de dislikes.

Também encontramos vídeos com títulos mais neutros, como “Hans River, Patrícia Campos Mello e o comentário do Presidente”, “Patrícia Campos Mello e seu posicionamento político” e “Patrícia Campos Mello e seu posicionamento político parte 2”. O nome da jornalista também é usado como clickbait em vídeos com conteúdo sem relação aparente com o assunto, como “JAIR BOLSONARO PROCESSA: Germano Oliveira ataca honra de Michele Bolsonaro / Patrícia Campos Mello”. Há, além disso, vídeos de canais mais conhecidos envolvendo a jornalista que estão entre aqueles excluídos, como “EDUARDO BOLSONARO FALA SOBRE PATRÍCIA CAMPOS MELLO - Eduardo Bolsonaro - Flow Podcast” e “Manhattan Connection | Leandro Hassum, Marina Silva e Patrícia Campos Mello”, que estão presentes na lista porque não foram retirados do acesso público no momento da coleta. Três deles parecem destacar ações da jornalista em reação aos ataques sofridos como, “Patrícia Campos Mello processa Bolsonaro por danos morais após ataques misóginos”, “No Dia da Mulher, Patrícia Campos Mello expõe bolsonaristas que a atacam com insinuações sexuais”, ou até destacar que ela foi alvo desses ataques, como “Bolsonaro volta a incitar milícia virtual contra Patrícia Campos Mello, da Folha”.



²¹ Hans River é o homem que originalmente insinuou que a jornalista usaria sexo para obter informação.

3.7_ Análise cruzada entre YouTube e Twitter

Buscamos compreender as conexões entre Twitter e YouTube por meio de duas abordagens: a primeira envolve análise lexical combinada, verificando em que medida os diferentes tipos de ataques e as diferentes formas empregadas pelos usuários para se expressarem em ambas as plataformas podem ser similares ou diversos. A segunda envolve links diretos entre as duas plataformas, dando atenção especial a links usados em mensagens registradas como ataques em nossa base de dados, por meio do emprego de uma expressão regular feita especificamente para esse projeto. Por meio de métodos de agrupamento, pudemos separar os vocabulários que aparecem apenas em uma das plataformas, dos vocabulários que aparecem tanto nos comentários do YouTube, quanto nas postagens do Twitter.

Os vocabulários e as formas principais de ataque podem ser divididos em (a) específicos à plataforma (um grupo que contém uma só plataforma) e entre plataformas (YouTube ou Twitter aparecem em cores similares), e ambos os vocabulários estão relacionados a (b) dinâmicas entre plataformas.

Os vocabulários específicos à plataforma mostram-nos que diferentes plataformas podem realizar diferentes funções dentro de uma campanha entre plataformas, sem que um único ataque seja replicado da mesma forma em plataformas diferentes. Exemplos disso são vídeos de clickbait feitos e excluídos rapidamente, campanhas de dislike envolvendo o YouTube, padrões relacionados a hashtags (quando se trata do Twitter) e de outros comportamentos relacionados à plataforma. Ao mesmo tempo, podemos ver links diretos (compartilhamento de links do YouTube no Twitter) e comentários do YouTube bastante semelhantes aos ataques do Twitter (semelhança que foi encontrada e agrupada por meio de métodos de análise textual), demonstrando que as pessoas de certa forma usam as mesmas estratégias. Essas duas dimensões estão relacionadas: ao atentarmos especificamente para vídeos no YouTube com altas taxas de dislike (uma funcionalidade específica da plataforma), podemos facilmente encontrar comentários com ataques a jornalistas seguindo os mesmos vocabulários encontrados no Twitter (um padrão textual que se espalha entre plataformas), sem mencionar os links diretos. Demos um passo adiante para verificar se o mecanismo de busca do YouTube muda seu padrão de resultados quando o Twitter apresenta picos de tweets identificados como ataques, mas isso não ocorreu.

As classes e cores dos vocabulários na análise lexical entre plataformas estão organizados como segue:

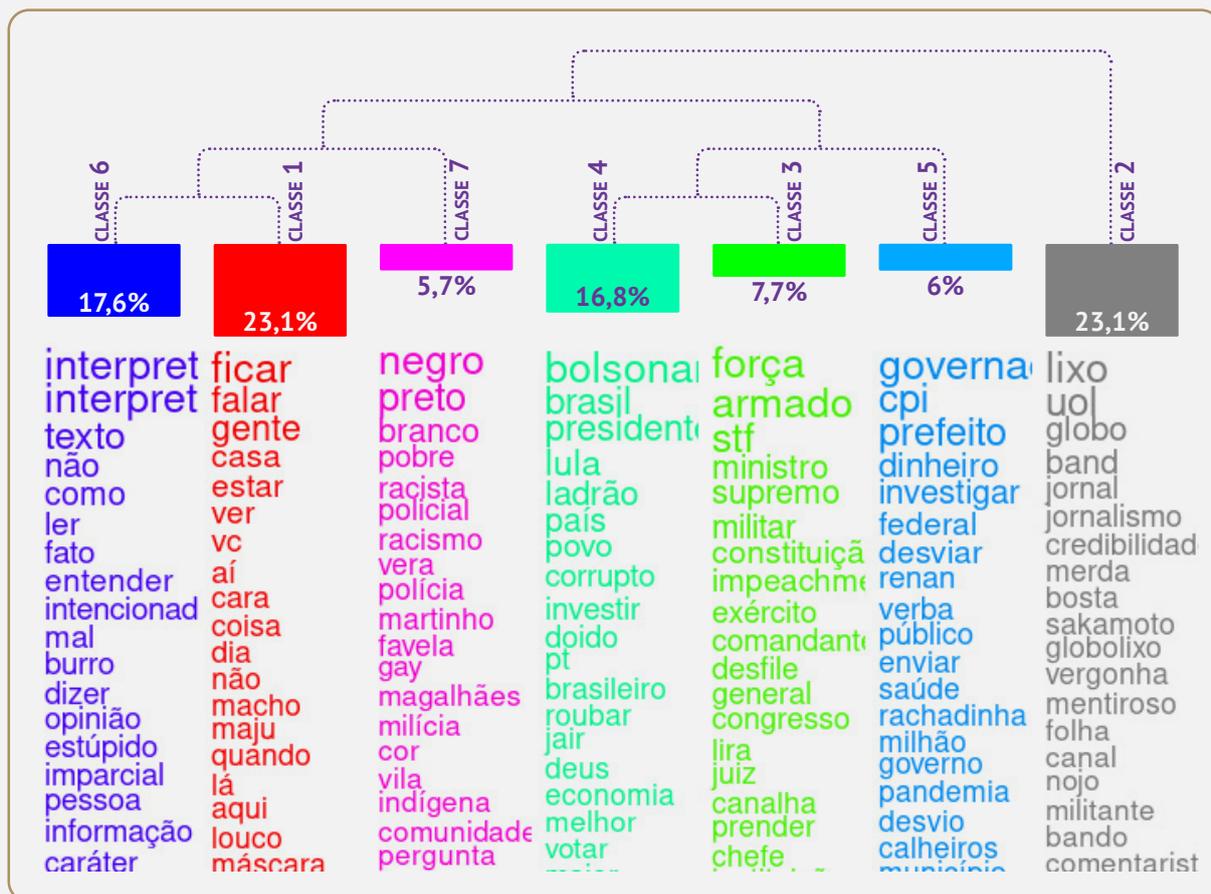


Figura 16. Genealogia (agrupamento hierárquico) de vocabulários encontrados cruzando tweets e comentários do YouTube.

Acima, usando as mesmas cores para diferenciar os vocabulários, temos as marcações relacionadas ao YouTube e ao Twitter. Podemos ver que termos racistas e outros termos relacionados à falta de capacidade de interpretação, similares àqueles descritos em itens anteriores, estão presentes e parecem estar mais próximos ao Twitter (ver Figura 17) como uma funcionalidade específica da plataforma (o Twitter é marcado pelas classes 6, 1 e 7). Por outro lado, o YouTube é marcado pelas classes 2, 3, 4 e 5, sendo os ataques relacionados à credibilidade, corrupção e parcialidade.

É interessante que esse dendograma tenha nos possibilitado ver alguns dos nomes dos jornalistas atacados coocorrendo vezes o suficiente para marcar um vocabulário inteiro. Isso significa que esses nomes estão próximos a um vocabulário específico (não aparecendo homogeneamente em diferentes comentários e tweets), sendo, dessa forma, um elemento de distinção quando se comparam todos os vocabulários. Nomes que aparecem em todas as classes estão menos sujeitos a aparecerem nessa imagem, uma vez que o foco é em palavras específicas a cada tópico. Podemos ver Vera Magalhães (próxima ao debate sobre minorias, em parte por conta das reações à entrevista que fez com Martinho da Vila, um tradicional cantor e compositor negro), Maju Coutinho (uma renomada jornalista negra, atacada principalmente por sua competência profissional) e Leonardo Sakamoto (homem de origem asiática, acusado de fazer parte de um jornalismo tendencioso de esquerda). Como veremos ao tratar de links entre plataformas, Sakamoto e Magalhães também aparecem em links conectando os tweets e os vídeos do YouTube analisados.

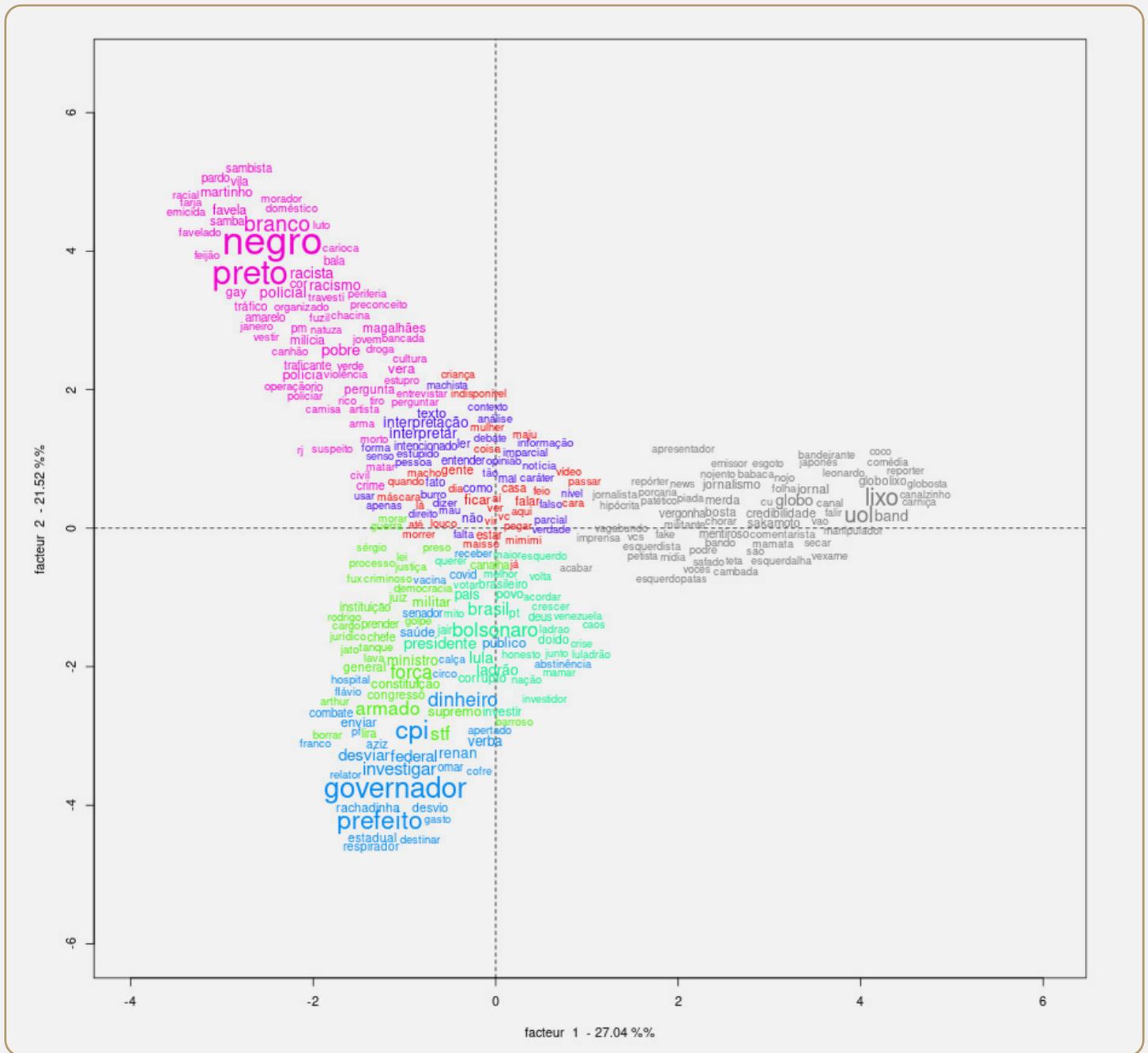


Figura 18. Distâncias e proximidades entre palavras de acordo com coocorrência (análise de correspondência fatorial), cruzando menções no Twitter e comentários no YouTube.

Nossos achados vão desde críticas relacionadas aos termos sobre falta de capacidade interpretativa (“interpretar”, “interpretação”, “contexto”), envolvendo grupos sociais historicamente marginalizados (“negro”, “preto”, “branco”, “racista”, “pobre”), ou de parcialidade e verdade (“verdade”, “parcial”), a ataques contra veículos de imprensa como “lixo”. Assim, muitos dos tweets envolvendo ataques apresentam padrões bastante semelhantes aos comentários do YouTube, apesar das diferenças entre as plataformas, o que foi confirmado por nossos métodos de agrupamento lexical.

Quando se trata de links, encontramos 345 links do YouTube entre os tweets identificados como ataques, mas considerando nossa mostra do YouTube, todos os tweets mencionando vídeos em nossa base de dados foram direcionados a seis diferentes vídeos.

Esses vídeos estão relacionados principalmente às agendas de Bolsonaro, tanto diretamente (eventos relacionados ao governo), quanto indiretamente (pautas como crise de segurança pública e críticas à forma com a polícia tentou capturar o assassino em série Lázaro), abarcando desde a parada dos tanques para mostrar a força de Bolsonaro em 7 de setembro (que quase se tornou uma crise institucional), até comentários sobre o texto do orçamento nacional encaminhado ao Congresso pelo governo. Os títulos dos vídeos são:

[Reinaldo Azevedo: Veja por que Operação Caça-Lázaro é desastrada.](#)

[O É da Coisa, com Reinaldo Azevedo - 28/05/2021](#)

[Viva Voz \(15/07/21\) - Vera Magalhães](#)

[Desfile de tanques é vexame de presidente fraco, frustrado e frouxo | Leonardo Sakamoto](#)

[Glenn Greenwald DEBATES Nathan J. Robinson: Is Glenn a Useful Idiot for the Right?](#)

[Viva Voz \(31/08/21\) - Vera Magalhães analisa o texto do Orçamento enviado pelo governo ao Congresso](#)

Todos os jornalistas nesses vídeos (Reinaldo Azevedo, Vera Magalhães, Leonardo Sakamoto e Glenn Greenwald) estão presentes nos ataques analisados no YouTube e no Twitter (Vera Magalhães como a terceira jornalista mais atacada no Twitter e Reinaldo Azevedo como o oitavo). A pequena quantidade de links diretos para esses vídeos, combinada ao uso de links para os vídeos nos ataques, aponta para a necessidade de entender como os vídeos disseminados no Twitter estão atacando jornalistas sem mencioná-los em seus títulos, subtítulos e marcações. Em nossa análise textual, encontramos preconceito de gênero evidente, além de racismo: há diferenças entre jornalistas homens brancos e jornalistas mulheres brancas, mas a disparidade é ainda maior se os compararmos com jornalistas homens e mulheres não brancos. A ausência de raça nos links compartilhados também aponta para necessidade de pensarmos em estratégias alternativas.

Apenas um vídeo com links no Twitter aparece entre aqueles que têm altas taxas de dislike (presente, portanto, em nossa base de dados de comentários em vídeos): aquele em que Leonardo Sakamoto falou a respeito do “vexame” causado pela parada de tanques em 7 de setembro – que, de início, tinha por objetivo mostrar a força de Bolsonaro, mas que foi posteriormente ridicularizado pela oposição (“Desfile de tanques é vexame de presidente fraco, frustrado e frouxo, Leonardo Sakamoto”).

O Twitter aparece como a principal fonte dos ataques, tanto em nossa coleta de dados, quanto nas entrevistas com jornalistas. Variando rapidamente, o Twitter não só traz uma forma de responder a notícias com ataques ao repórter que as publica, mas também uma forma de atacar jornalistas como meio de desviar a atenção do público (algo notado pelos próprios jornalistas) em momentos-chave da discussão. O YouTube traz o outro lado dessa estratégia, já que canais de extrema-direita se estabelecem como fonte de notícias acusando veículos da mídia tradicional de fake news, usando os nomes dos jornalistas atacados como clickbait e confirmando um ambiente cultural em que faria sentido considerar jornalistas de veículos tradicionais como inimigos. O WhatsApp é usado para coordenação e discussão internas, e jornalistas são muitas vezes mencionados como

“jornazis” (em referência ao nazismo), o que também ocorre no YouTube. Embora todas essas plataformas e aplicativos possam ser usados em ataques, eles apresentam um comportamento conjunto sem links recorrentes explícitos. Isso faz do agrupamento textual aplicado entre plataformas algo extremamente importante para compreender esse cenário. Apesar do fato de que podemos encontrar picos e diferenças relativas à intensidade, atacar jornalistas parece ser parte de uma cultura política corrente, e não uma ação específica bem delimitada no tempo.



3.8_ Coleta de dados no WhatsApp e metodologia de análise

Em paralelo à coleta de dados do Twitter e do YouTube, também monitoramos uma amostra de grupos hiperpartidários segmentados no WhatsApp para compreender como os ataques contra jornalistas apareceram no aplicativo de mensagens. O aplicativo do celular foi apontado como um vetor-chave para operações de influência da extrema-direita na eleição presidencial de 2018, e muitas das mensagens compartilhadas na plataforma direcionavam usuários a outros lugares da internet, particularmente o YouTube.

Os dados foram analisados usando uma abordagem multimétodo, combinando análise estatística de frequência simples, análise qualitativa de conteúdo e observações etnográficas e interpretativas das mensagens da amostra.

Tendo monitorado, no período de novembro de 2020 a setembro de 2021, 52 grupos alinhados a Bolsonaro selecionados aleatoriamente com escopo nacional, alcançamos um total de 964.455 mensagens trocadas no período. Em paralelo, também criamos uma regra para incluir não só menções nominais, mas também referências aos nomes de veículos de imprensa e emissoras, além de seus apelidos pejorativos (por exemplo, Globo, CNN, Globolixo, CNNLixo, etc.).

Com base na lista de jornalistas monitorados no Twitter, todas as mensagens foram filtradas em busca de menções aos jornalistas analisados. Identificamos que os nomes variaram, sendo adaptados por grupos diversos, e as variações mais importantes foram adicionadas (por exemplo, William Bonner, Wilian Bonner e William Boni referem-se ao mesmo jornalista). Considerando alguns nomes comuns e composições mais simples (Flávia Oliveira, Daniela Lima), é possível que os dados possam conter ruído. No entanto, consideramos que a regra funcionou relativamente bem para filtrar as menções.

Essa metodologia tem algumas limitações que gostaríamos de destacar: os dados foram filtrados a partir da base de dados completa baseando-se em menções nominais a jornalistas e, dessa forma, as mensagens que não têm os nomes dos jornalistas foram excluídas do total. Existe um grande conjunto de ataques a jornalistas que não menciona os seus nomes diretamente nem os chama pelos seus apelidos vulgares (“Leitoa”, em vez de Miriam Leitão). Alguns apelidos são mais simples de encontrar (“Verdevaldo”, para Greenwald) do que outros, já que esses envolvem palavras mais genéricas ou palavras não relacionadas, que atrairiam muito ruído para o corpus.

O corpus de menções nominais a jornalistas resultou em 2.359 mensagens, enquanto o corpus de menções mais genéricas a veículos de imprensa trouxe mais de 400 mil mensagens, das quais já podemos tirar uma importante conclusão: no WhatsApp, a quantidade de menções à imprensa é muito mais frequente do que a quantidade de menções nominais aos jornalistas. É fato que nem todas essas menções representam ataques, mas, se assumirmos que a tendência não muda para conteúdos ofensivos, descobriremos que ataques são frequentemente dirigidos contra a mídia inteira ou contra veículos como um todo.

Considerando o corpus de 2.359 mensagens que mencionam os nomes de jornalistas, há mensagens repetidas (ou seja, as mesmas mensagens aparecem mais de uma vez) enviadas pelo mesmo usuário, ou por usuários diferentes. Ao isolarmos as mensagens únicas, temos um corpus de 1.071 mensagens. Fizemos, então, algumas análises de frequência nesses dois corpóra (2.359 mensagens e 1.071 mensagens únicas), para verificar quem eram os profissionais mais mencionados e de onde essas menções vinham.

Para medir preconceito de gênero nos ataques, criamos uma amostra compósita e representativa, dividindo o corpus de 1.071 mensagens por gênero. Isso resultou em um terceiro corpus com 470 mensagens, que foram codificadas (uma a uma) para avaliar se eram ou não ataques. Ao codificar, consideramos apenas ataques explícitos. Isso significa que mensagens como “Fátima Bernardes tem câncer” ou “Bonner foi convocado a testemunhar do tribunal” não foram consideradas ataques, mesmo que estivessem inseridas em um contexto de animosidade evidente. Apenas mensagens apresentando elementos explícitos de incitamento à violência, difamação e similares foram classificadas como ataques. Acusações que de “jornalista ‘X’ propaga fake news!” ou xingamentos e comentários rudes como “Miriam leitão comeu esterco” foram incluídos na categoria de ataques.

3.9_ Análise de dados no WhatsApp

O primeiro resultado que destacamos é a quantidade de menções por gênero. Considerando o corpus de 2.359 mensagens, temos 1.289 menções a jornalistas homens e 1.070 menções a jornalistas mulheres. Mas, quando vamos para o corpus de mensagens únicas (N = 1.701), temos uma distribuição inversa: 588 menções a mulheres contra 546 menções a homens.

Isso significa que menções a mulheres jornalistas geralmente ocorrem em grupos de WhatsApp de forma mais direta e específica, e não tão comumente em mensagens virais (aquelas que se repetem frequentemente), como é o caso com jornalistas homens. Um olhar qualitativo confirma que as menções (e também os ataques) a mulheres acontecem na forma de comentários e expressões de opinião, enquanto a maior parte dos ataques a jornalistas homens se referem a mensagens que são amplamente compartilhadas, e que frequentemente estão acompanhadas de menções mais generalizadas à imprensa (ou seja, essas mensagens usam o nome “Bonner”, uma referência a William Bonner, apresentador da TV Globo, para falar da Globo de forma mais geral).

O fato de que os ataques a mulheres são “menos” virais não significa que eles sejam menos importantes. Ao contrário, o que parece ocorrer é que há uma equivalência importante entre jornalistas homens e os próprios veículos de imprensa, o que faz os ataques menos específicos (“Não confio no Bonner ou na Globo”), enquanto os ataques a mulheres são direcionados à natureza dos sujeitos (“Maju [Coutinho, também apresentadora da Globo] é uma idiota”), sendo, portanto, ainda mais violentos.

Em relação à frequência temporal das mensagens, a amostra sugere que o dia de maior incidência de menções nominais a jornalistas foi o primeiro de abril de 2021. Em primeiro de abril, uma operação policial autuou William Bonner e 28 funcionários da Globo por suposta evasão de taxas (os jornalistas envolvidos e a Globo afirmam que estão sendo perseguidos)²². Dois outros meses, maio e setembro, também apresentam uma incidência alta de menções. Em 14 e 17 de maio, circularam as mesmas mensagens contra jornalistas. As mensagens acusavam diferentes veículos, com ênfase no jornal O Estado de São Paulo, de serem tendenciosos, e resultaram em uma lista de nomes “não confiáveis” e “esquerdistas”, incluindo vários jornalistas. Em 14 de maio, Bolsonaro atacou O Estado de São Paulo em uma live no YouTube. Em 17 de maio, é possível identificar uma campanha evidentemente coordenada em que a mesma mensagem viral é encaminhada dezenas de vezes (N = 42) a diferentes grupos. Embora não saibamos o que desencadeou a campanha nesse

²² <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2021/04/01/exclusivo-bonner-e-mais-20-da-globo-sao-autuados-pela-receita-federal.htm>

dia, identificamos que Bolsonaro teve uma interação áspera com uma jornalista no mesmo dia, quando ele respondeu no Twitter uma mensagem de uma jornalista da revista ISTOÉ, que disse que o presidente era gay. Em setembro, os ataques foram relacionados à animosidade dos discursos de Bolsonaro contra membros do supremo, ao sistema de votação e a outras instituições democráticas.

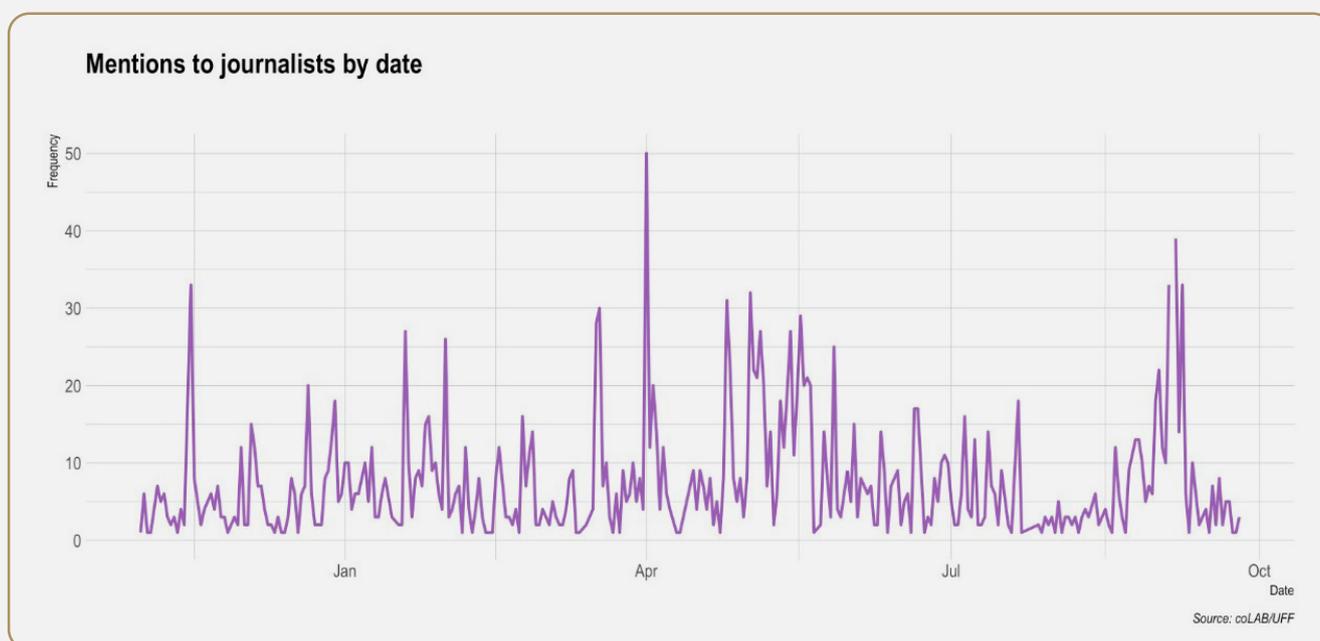


Figura 19. Menções a jornalistas em grupos de WhatsApp de apoiadores de Bolsonaro monitorados no período.

Para resumir, ainda que não sejam apresentados como uma consequência direta e clara dos eventos, as mensagens virais que circulam no WhatsApp atacando a imprensa crescem toda vez em que há um episódio que torna esses ataques convenientes. Em alguns casos, como o de primeiro de abril, há uma relação direta entre o conteúdo de um artigo publicado nos grupos e os eventos políticos (operação da Polícia Federal); em outros casos, entretanto, o discurso do presidente aparentemente serve como um apito para que campanhas coordenadas sejam alavancadas (menção ao Estado de São Paulo em lives, mensagens atacando o jornal em grupos, por exemplo).

Essa relação também fica clara nos dados segmentados, quando observamos menções individuais a jornalistas. Nesse caso, é possível perceber que alguns jornalistas, como Miriam Leitão e Maju Coutinho, se tornam alvos preferenciais de mensagens virais quando desagradam o governo. Miriam Leitão criticou duramente a administração da pandemia pelo governo Bolsonaro no dia 6 de dezembro, dizendo que Bolsonaro é um “risco de vida” para a população brasileira. No mesmo período, mais mensagens mencionando Leitão – mas não seu comentário sobre Bolsonaro – apareceram em grupos de WhatsApp. Algo semelhante aconteceu com Maju Coutinho em março de 2021, quando ela apoiou a implementação do lockdown e usou uma expressão coloquial para responder àqueles que eram contra medida, dizendo que “o choro é livre”. Desse momento em diante, percebemos uma intensa campanha para difamar a jornalista no WhatsApp.

Em relação aos principais alvos de menções nominais em grupos bolsonaristas no WhatsApp, temos a seguinte ordem: Miriam Leitão (399 menções), William Bonner (341), Maju Coutinho (152), Reinaldo Azevedo (130) e Luis Nassif (118). Abaixo, apresentamos o número de menções a cada jornalista.

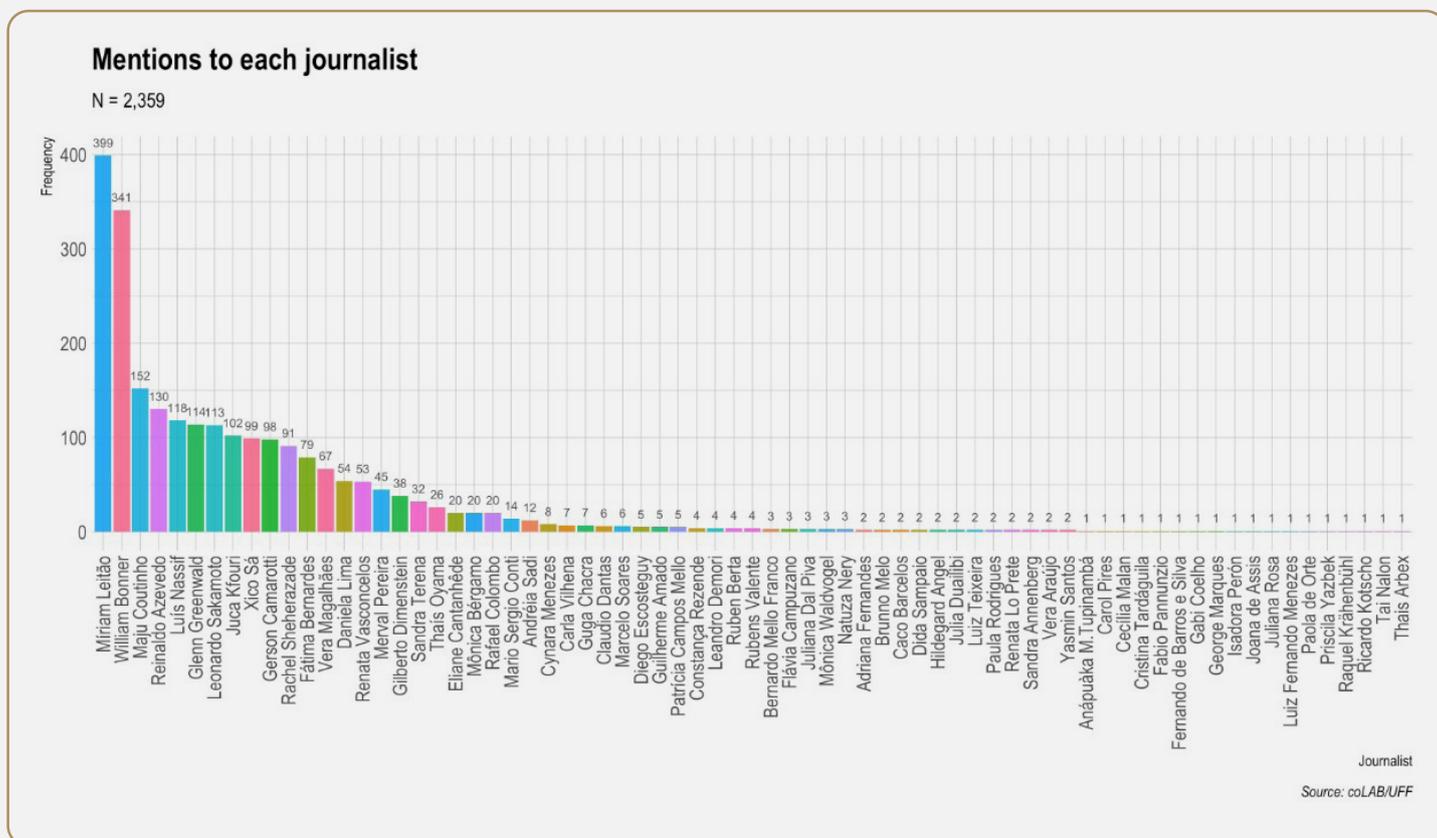
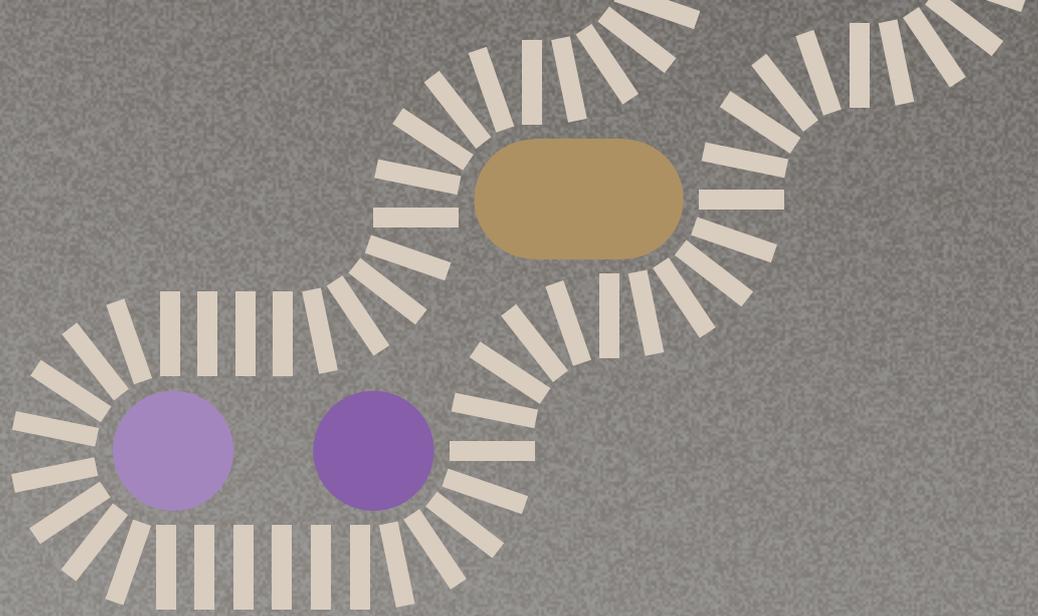
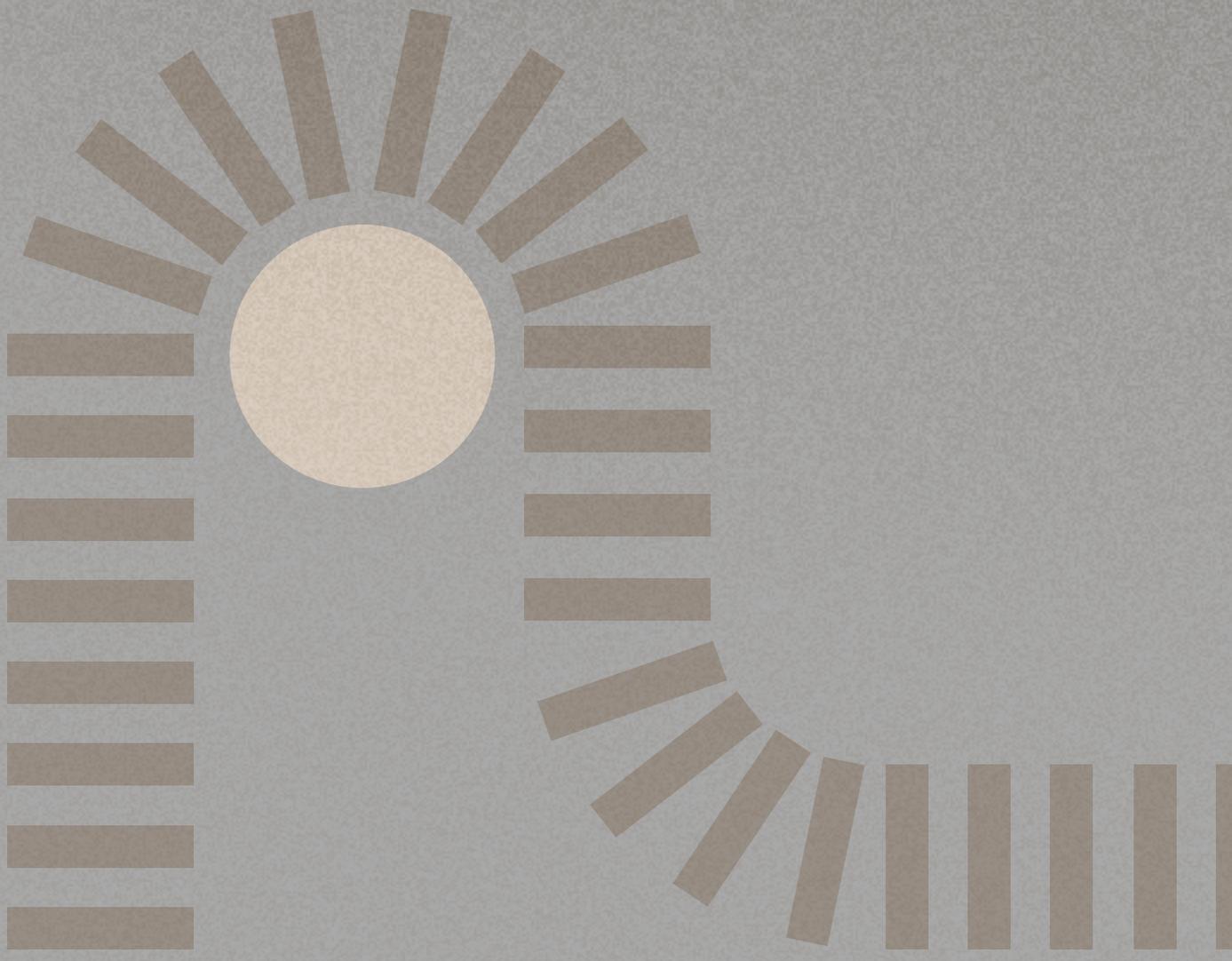


Figura 20. Número de menções a jornalistas em grupos de apoiadores de Bolsonaro monitorados no WhatsApp.

Também identificamos uma dupla incidência de mensagens que simultaneamente mencionam mais de um jornalista: é possível observar que algumas mensagens que mencionam Miriam Leitão mencionam Merval Pereira, e há listas que circulam com os nomes de vários jornalistas ao mesmo tempo (Xico Sá, Reinaldo Azevedo, Luís Nassif, Leonardo Sakamoto, Juca Kfourir, por exemplo).



4 Discussão e conclusão



Nossa pesquisa apontou para um número de camadas que contribuem para o sucesso das operações de influência direcionadas a jornalistas e veículos de imprensa profissional, além de dificultarem a circulação de informação indesejada pelo grupo político no poder.

Muitas das preocupações expressas pelos entrevistados estavam associadas ao presidente Jair Bolsonaro e envolviam eventos originados da CPI da Covid ou de sua candidatura em 2022. Os apoiadores do presidente instigaram a hostilidade contra veículos de imprensa usando hashtags associadas a essas duas agendas, o que apareceu tanto em nossa análise quantitativa, quanto em nossa análise qualitativa. É difícil definir o número de ataques naquele período contando com a identificação de palavras e nomes, porque as pessoas que criticaram o governo se engajaram nessas discussões usando termos depreciativos em relação aos apoiadores do presidente.

Forma

Algumas tendências eram esperadas e se confirmaram, por exemplo, a de que esses ataques são direcionados especificamente para desacreditar o trabalho de jornalistas profissionais. Eles geralmente vêm na forma de campanhas intensas de difamação, que buscam intimidar e humilhar profissionais da imprensa, muitas vezes em uma tentativa de dissuadir a publicação de notícias negativas sobre o governo e a manifestação de críticas políticas no debate público na internet.

Outro resultado esperado era de que esses ataques tivessem um forte viés de gênero e fossem mais direcionados a grupos minoritários, com conteúdos variando de ofensas raciais simples a ameaças misóginas personalizadas. Mais especificamente, os temas dos ataques variaram de acordo com o gênero da vítima. Tanto no Twitter, como em comentários do YouTube, as ofensas dirigidas a mulheres trouxeram muitos termos sexuais e questionaram suas habilidades de exercício da profissão com mais frequência. Homens brancos, por outro lado, receberam mais ofensas direcionadas a sua profissão e menos a eles próprios como pessoas (considerando os tweets analisados qualitativamente). As mulheres foram também mais atacadas em vídeos excluídos do YouTube, focados nas vidas pessoais das jornalistas, e em ataques personalizados no WhatsApp. De forma geral, percebemos que os usuários do Twitter interagiram mais com conteúdos postados por homens, argumentando e, em algumas situações, defendendo esses jornalistas de outros usuários. Isso sustenta a percepção de que os ataques contra mulheres foram mais pessoais.

Um dos resultados interessantes de nossa abordagem qualitativa foi identificar que ameaças frequentemente aconteciam em ambientes públicos, como por meio de postagens inteiramente abertas no Twitter. Tínhamos a expectativa de que essas seriam restritas a espaços privados de comunicação, como emails e mensagens pessoais. De modo geral, o Twitter pareceu ser a arena preferencial para os ataques contra jornalistas, o que supomos estar associado à simbiose entre os profissionais e os veículos de mídia no espaço de discussão do Twitter. Isso pode ser relacionado

ao fato de que, diferentemente dos canais de notícias do YouTube ou de mensagens no WhatsApp, no Twitter as pessoas podem marcar os perfis pessoais dos jornalistas. Como demonstrado nas entrevistas, muitos dos jornalistas mencionaram usar o Instagram e o Facebook como espaços pessoais mais restritos. Isso sugere que o conteúdo difundido por meio da arquitetura dos serviços, incluindo funcionalidades de postagens e algoritmos de disseminação, é também relevante para determinar se a plataforma será usada para iniciar um ataque.

Efeitos

As entrevistas sugeriram que essas campanhas têm tido efeitos diretos e indiretos nos jornalistas, e na habilidade de conduzir seu trabalho, sugerindo um efeito inibidor para o jornalismo profissional e para a liberdade de expressão como um todo.

Uma camada importante que apareceu inúmeras vezes foi a insegurança e a falta de proteção associada a esses ataques. Muitos jornalistas revelaram que pensam duas vezes antes de publicar artigos, considerando sua segurança pessoal, emocional e física, e também a de pessoas próximas. Essa insegurança é amplamente associada à falta de proteção institucional e de respostas a esses ataques. Os jornalistas entrevistados raramente tiveram qualquer tipo de treinamento ou orientação para lidar com essas situações. Além disso, parece haver pouco apoio de organizações especializadas, e quase todos os entrevistados demonstraram não ter expectativas de que as autoridades respondessem (ou de que seriam capazes de responder). Essa vulnerabilidade dos profissionais parece ser um catalisador importante dos efeitos dessas operações de influência.

Estratégias entre plataformas

Um de nossos principais achados a partir da coleta e análise dos dados foi que os mesmos padrões textuais caracterizando os tweets hostis aos jornalistas podem ser encontrados nos comentários do YouTube em vídeos com altas taxas de dislike. Houve, também, padrões específicos às plataformas (campanhas de dislike no YouTube e uso intensivo de hashtags no Twitter, por exemplo) coexistindo com as convergências entre plataformas. Isso confirmou nossa ideia de que as plataformas adquirem funções diferentes em uma campanha entre plataformas, para além da simples replicação de mensagens hostis em plataformas distintas.

Enquanto todas essas plataformas são usadas em ataques, os agrupamentos textuais aplicados entre plataformas foram extremamente importantes para entender esse cenário. Apesar de leves variações em intensidade e pico, pudemos concluir que atacar jornalistas é parte de uma cultura política corrente e uma estratégia de comunicação e mobilização política – e, portanto, os ataques não são eventos isolados.

A partir dessas análises, chegamos a algumas conclusões interessantes. Todo nosso levantamento de dados aponta para o Twitter como a principal fonte dos ataques. A plataforma tem alta volatilidade em suas trends e permite que notícias (e jornalistas autores) ganhem destaque rapidamente, mas também facilita a produção de respostas pelos agressores. Esses contra-ataques frequentemente pretendem lançar grandes campanhas de descrédito da fonte e de monopolização da atenção do público.

O YouTube, por outro lado, hospedou uma grande campanha contra o jornalista que entrevistou o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, o que envolveu tanto comentários hostis constantes, quanto campanhas de dislike. Considerando as ondas de interesse envolvendo jornalistas sendo atacados no Twitter, a plataforma também ofereceu um papel complementar importante. Como os nomes dos jornalistas atacados aparecem em outras plataformas, o aumento de interesse atrai pessoas a buscar e acessar esses vídeos e, às vezes, a vítima dos ataques é usada como clickbait para canais de notícias falsas para atacar os veículos da imprensa tradicional.

Por fim, o WhatsApp é o espaço mais estratégico para coordenação e discussão de rede. Esses ambientes desenvolveram suas próprias terminologias e códigos para se referir a jornalistas, o que demonstra o quão sistemática é essa hostilidade em relação à mídia. Os jornalistas são muitas vezes mencionados como “jornazis” (em referência ao nazismo), o que ressoa com o conteúdo que aparece no YouTube.

Conclusão e próximos passos

Concluimos que diferentes táticas são usadas de acordo com a cultura e com as funcionalidades de cada plataforma. Ainda que não ocorressem em uma única cadeia de eventos, pudemos dissecar esses eventos entre plataformas para melhor entender como cada plataforma é usada, tornando claro que os ataques não são disparados simultaneamente, mas que há uma interação entre os diferentes ambientes.

Alguns pontos importantes para tratarmos em trabalhos futuros são um melhor entendimento do ecossistema que catalisa esses ataques, os significados compartilhados sobre eles, e se as hashtags sendo impulsionadas e os comentários hostis vêm de fontes centralizadas.

Além disso, seria interessante discutirmos mecanismos entre plataformas para inibir esses ataques, em estratégias em que as plataformas não só olhariam para sua própria governança, mas também para sua governança em resposta a esses eventos em plataformas diferentes.

Por fim, é importante que atores institucionais pensem em formas melhores de proteger jornalistas contra operações de influência. A falta de resposta generalizada de autoridades e organizações deixa os jornalistas vulneráveis e serve como um catalisador fundamental para essas operações de influência. Mecanismos de segurança mais adequados e melhores formas de denunciar ataques às plataformas poderiam tornar esses ataques menos efetivos.

