



MEDINDO O IMPACTO DA INFORMAÇÃO INCORRETA, DESINFORMAÇÃO E PROPAGANDA NA AMÉRICA LATINA

Identificando fontes, padrões e redes que propagam campanhas estrangeiras de desinformação



Editado, organizado e sintetizado por **Global Americans**

Um projeto em colaboração com:



Nossos parceiros de projeto

Global Americans

A Global Americans é um *think tank* com sede em Washington, D.C. especializada em fornecer notícias inteligentes e pesquisas sobre a América Latina e o Caribe, escritas e coletadas para impacto político e debate popular. Através de uma extensiva rede de universitários, jornalistas e ativistas, a Global Americans produz análises sobre democracia, direitos humanos, mudanças climáticas, inclusão social e política externa. A Global Americans lidera diversos projetos de pesquisa desenhados para fornecer aos formuladores de políticas as ferramentas necessárias para promover mudanças positivas e construir democracias mais prósperas nas Américas. Projetos de pesquisa anteriores incluíram um Grupo de Trabalho sobre Relações Interamericanas, uma série de artigos sobre o futuro das relações entre os Estados Unidos e a Colômbia, uma série de artigos sobre o futuro das relações entre os EUA e o Equador, e um projeto sobre a boa governança no Caribe, entre muitos outros. Além de publicar ensaios e relatórios, a Global Americans é comprometida em convocar especialistas e formuladores de políticas por meio de conferências públicas, mesas redondas, seminários e eventos nos Estados Unidos e em todo o hemisfério.

Membros da Global Americans envolvidos no projeto:

Guy D. Mentel

Andres Chong-Qui Torres

Henry Bacha

Scott B. MacDonald

Ezequiel Carman

Robert Carlson

Benjamin Henderson

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)

O ITESM é uma universidade com sede em Monterrey, México, com campi satélites em todo o México e a América Central. Conhecido como o Massachusetts Institute of Technology (MIT) do México, a universidade é especializada na engenharia, nas ciências, na ciência da computação e, cada vez mais, na formulação de políticas e a ciência política, com uma orientação específica para métodos e análises quantitativos. O ITESM é único em seu perfil acadêmico e político no México. Um de seus projetos interdisciplinares é o seu Laboratório de Empreendedorismo e Transformação, programa que tem apoiado iniciativas de alto impacto social em mais de 42 países. O Laboratório desenvolveu um algoritmo e ferramenta de rastreamento para monitorar as redes sociais, detectando, rastreando e analisando

mensagens que provavelmente são coordenadas por fontes não pessoais (bots) e foram projetadas para propagar a desinformação e discórdia.

Membros do ITESM envolvidos no projeto:

Joanna Alvarado

Edgar Barroso

Héctor Ceballos

Ángeles Estrada

Marco Antonio Fernández

Juan Carlos Garfias

Gerardo Ortiz

Roberto Ponce

Adán Silverio

Rolando Treviño

Eduardo Villalpando

Óscar Díaz

Centro para la Apertura y Desarrollo en América Latina (CADAL)

O CADAL é um *think tank* com sede em Buenos Aires que conduziu uma série de estudos sobre a mídia estatal russa. O CADAL é uma das organizações preeminentes que trabalham na questão do "sharp power", e têm feito um trabalho extensivo sobre o tema em todo o Cone Sul (a Argentina, o Brasil, o Chile, o Paraguai e o Uruguai). Por meio de um projeto de vários anos do National Endowment for Democracy (a Fundação Nacional para a Democracia), o CADAL também liderou uma rede regional de ONGs e universidades na realização de investigações sobre a democracia e os direitos humanos.

Membros do CADAL envolvidos no projeto:

Juan Pablo Cardenal

Gabriel Salvia

Verónica Repond

Carmen Grau Vila

Medianálisis

Uma organização sem interesses financeiros com sede na Venezuela, a Medianálisis foi criada por jornalistas independentes e professores de comunicação. Um de seus fundadores, Andrés Cañizález, ajudou a criar o Instituto de Prensa y Sociedad (IPYS) na Venezuela, a primeira rede de jornalistas venezuelanos dedicada à defesa da liberdade de expressão e da vida dos jornalistas. Dedicada especificamente à detecção, rastreamento e reportagem sobre desinformação de fontes estrangeiras e domésticas na Venezuela, a Medianálisis é a única organização desse tipo que opera no ambiente muito difícil da Venezuela atual.

Membros da Medianálisis envolvidos no projeto:

Ingrid Jiménez

Rodolfo Rico

Ana Júlia Niño

Andrés Ramos

Nicel Seoane

Andrés Cañizález

Universidad del Rosario

Uma universidade com sede em Bogotá, a Universidad del Rosario é uma das principais universidades da Colômbia com programas de ciência política, relações internacionais e comunicações. A universidade possui uma extensiva rede de jornalistas e acadêmicos, e tem liderado investigações sobre a corrupção e os mercados ilícitos no país. A Universidad del Rosario tem uma influência particular na Colômbia e abriga uma equipe interdisciplinar que trabalha em muitas das questões centrais para este projeto.

Membros da Universidad del Rosario envolvidos no projeto:

Arlene Beth Tickner

Andrés Arturo Peña Galindo

Gustavo Rivero

Luisa Osório

A Global Americans gostaria de agradecer ao Departamento de Estado dos EUA pelo apoio deste projeto. Também gostaria de agradecer ao 80-20 Consulting Group, Inc., pela ajuda com a tradução do relatório.

Índice

ÍNDICE	1
SUMÁRIO EXECUTIVO: MEDINDO O IMPACTO DA INFORMAÇÃO INCORRETA, DESINFORMAÇÃO E PROPAGANDA NA AMÉRICA LATINA	6
GLOSSÁRIO	11
DEFININDO E CATEGORIZANDO INFORMAÇÕES	14
UMA ANÁLISE COMPARATIVA DA DESINFORMAÇÃO E PROPAGANDA NA AMÉRICA LATINA	16
ESTUDOS DE PAÍS	16
<i>Venezuela</i>	16
<i>Argentina, Chile And Peru</i>	18
<i>Colômbia</i>	20
<i>México</i>	22
O CENÁRIO DA DESINFORMAÇÃO: COMPARANDO OS DADOS	23
<i>Pontos-Chave</i>	23
<i>COVID-19 e a Diplomacia da Vacina</i>	24
<i>Impacto Geopolítico</i>	24
<i>Protestos Sociais e Fatores Externos da América Latina</i>	25
<i>México à Parte</i>	26
OLHANDO PARA FRENTE	26
TECNOLÓGICO DE MONTERREY (TEC) - MÉXICO	28
SUMÁRIO EXECUTIVO	28
<i>Glossário de Termos</i>	28
INTRODUÇÃO	30
<i>Populismo e a exacerbação da polarização no México</i>	32
<i>A desinformação e o uso político das redes sociais como estratégia autoritária: os casos da Hungria, Índia e Arábia Saudita</i>	35
METODOLOGIA	39
<i>Definição e coleta de amostras utilizadas nas análises</i>	41
Amostra de 3.000 tweets	41
Amostra de 20.036 tweets	42
<i>Há evidências de disseminação de desinformação no México por contas chinesas e russas?</i>	42
<i>Desinformação, COVID-19 e Twitter</i>	45
<i>Estratégia Empírica</i>	48
RESULTADOS	49
<i>Contas mais influentes</i>	49
<i>Evidência da influência da China e da Rússia na discussão sobre a COVID-19 no México</i>	50
<i>Evidência de informação incorreta/desinformação e tweets pró/antigovernamentais</i>	51
<i>Evolução da informação incorreta/desinformação e tweets pró/antigovernamentais ao longo do tempo</i>	52
<i>Disseminação de informação incorreta/desinformação e tweets pró e antigovernamentais</i>	52
<i>Função das contas verificadas</i>	53
<i>Discussão</i>	53
<i>Conclusão</i>	54
Análise de contas específicas vinculadas à China: diplomacia cultural por meio do Twitter?	56

Há evidências de desinformação sistemática e estratégias de propaganda no México?	62
Estudo de caso nacional	62
Topografias e taxonomias de rede	62
Topografia (Quadro Geral)	63
Análise de sentimento e tempo de vida da amostra de 20.036 tweets	65
Vida útil do conteúdo antigovernamental	66
Vida útil do conteúdo de desinformação	68
Vida útil do conteúdo pró-governo	69
Vida útil do conteúdo verdadeiro	71
Interpretação dos dados	75
Alfredo del Mazo e o governo do Estado do México	79
O governo López Obrador	87
Rede de emoções	89
Ranking de intenções e emoções dos usuários da rede AMLO	90
Classificação de usuários que mostram tendências antigovernamentais (extraídas de uma subamostra do governo federal dos 20.036 tweets originais).	92
Ranking mostrando tendências relacionadas ao governo federal (obtido da subamostra da amostra original de 20.036 tweets).	94
Ranking de informação incorreta e desinformação (extraído da subamostra do governo federal dos 20.036 tweets).	96
Classificação de tweets marcados como verdadeiros a partir da subamostra do governo federal (retirada da amostra original de 20.036 tweets).	98
Classificação de usuários que mostram tendências antigoverno federal marcadas como “informação incorreta+desinformação”.	100
Classificação de usuários que mostram tendências de apoio ao governo federal marcadas como “informação incorreta+desinformação”.	102
Exemplos de tweets e usuários específicos com intenções e emoções:	103
IMPLICAÇÕES E CONCLUSÕES	106
<i>Análise narrativa</i>	107
<i>Destacando realizações governamentais e elogiando a estratégia do governo federal para lidar com a pandemia.</i>	107
<i>Atacar os críticos da forma como o governo lida com a pandemia</i>	109
<i>Minimizando erros do governo</i>	112
<i>Destacando os erros do governo</i>	114
<i>Críticas ao tratamento da pandemia e à negligência das autoridades</i>	115
<i>Infecção de López Obrador e especulações relacionadas.</i>	118
<i>O caso da CanSino: sua eficácia</i>	120
<i>Estudo de caso ao nível estadual: uma análise da corrida eleitoral em Nuevo León.</i>	122
Contexto	122
Curso das Campanhas Políticas.	122
Elementos Visuais de Análise	124
<i>Modelagem de Tópico</i>	126
<i>Análise de sentimento</i>	131
RECOMENDAÇÕES: O QUE FAZER AO ENFRENTAR DESINFORMAÇÃO, NOTÍCIAS FALSAS E PROPAGANDA POLÍTICA NAS REDES SOCIAIS.	132
Resistência ao monitoramento externo: a autorregulamentação questionável do Facebook.	138
CONCLUSÕES E PRÓXIMAS ETAPAS	143
UNIVERSIDAD DEL ROSARIO - COLÔMBIA	147
INTRODUÇÃO E ESTRUTURA TEÓRICA	147
<i>Análise de Redes Sociais (ARS)</i>	151
METODOLOGIA	152
SEGUNDO ESTÁGIO	154
<i>Supostos cyborgs</i>	157
<i>Usuários altamente suspeitos</i>	157

<i>Usuários suspeitos</i>	158
<i>Suposições (com base na literatura)</i>	160
RESULTADOS: COLÔMBIA E COVID-19	160
<i>China</i>	160
Estratégia de País	160
Meios de Comunicação Afiliados ao Governo	161
Quais são os tópicos mais publicados sobre a Colômbia?	162
Em que meses teve o maior número de postagens da CGNT e da Xinhua sobre a Colômbia?	164
Quais foram as postagens de “estudo de caso” mais retuitadas sobre Colômbia ou Covid na Colômbia?	165
Como são as interações do usuário nesses estudos de caso?	166
Quem são os usuários que divulgam o conteúdo da mídia chinesa e onde estão localizados?	166
Quem são os possíveis membros das tropas cibernéticas da China na região e onde estão localizados?	169
Conclusões	169
Tópicos	169
Covid	170
Manipulação do usuário	170
Coordenação do usuário	170
<i>Rússia</i>	170
Estratégia de país	171
Meios de Comunicação Afiliados ao Governo	171
Quais são os tópicos colombianos mais publicados pela mídia russa?	173
Quais meses tiveram mais postagens russas sobre a Colômbia?	174
Quais postagens de “estudo de caso” tiveram mais retweets?	177
Como são as interações do usuário nos estudos de caso mais retuitados?	178
Quem são os usuários que divulgam conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?	178
Quem são os possíveis membros das tropas cibernéticas da Rússia na região e onde estão localizados?	181
Conclusões	182
Tópicos	182
Covid	183
Manipulação do usuário	183
Coordenação do usuário	183
<i>Venezuela e Cuba</i>	184
Estratégia de País	184
Meios de Comunicação Afiliados ao Governo	184
Quais são os tópicos mais publicados sobre a Colômbia?	186
Em que meses houve o maior número de postagens cubanas e venezuelanas sobre a Colômbia?	187
Quais postagens de “estudo de caso” tiveram mais retweets durante os meses de pico?	188
Como são as interações do usuário nos estudos de caso mais retuitados?	189
Quem são os usuários que divulgam o conteúdo dos veículos venezuelanos e cubanos e onde estão localizados?	189
Quem são os possíveis integrantes das tropas cibernéticas venezuelanas e cubanas na região e onde estão localizados?	191
Conclusões	192
Tópicos	192
COVID-19	193
Coordenação do usuário	193
Manipulação do usuário	193
COBERTURA GERAL DA COLÔMBIA	194
<i>Como são as interações dos usuários da mídia que cobrem a Colômbia?</i>	194
<i>Quem são os usuários que interagem e divulgam conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?</i>	194
<i>Quem são os possíveis integrantes de tropas cibernéticas que reproduzem conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?</i>	197
<i>Conclusões Gerais Colômbia</i>	197
Coordenação do usuário	198
Manipulação do usuário	198
COVID-19 E COLÔMBIA	198

<i>Como são as interações do usuário com a mídia que cobre COVID-19 na Colômbia?</i>	198
<i>Quem são os possíveis integrantes de tropas cibernéticas que reproduzem conteúdo sobre a COVID-19 na Colômbia e onde estão localizados?</i>	204
COVID-19 & Desinformação - Colômbia e a compra do fármaco russo Avifavir	204
<i>COVID-19 - Colômbia e brigadas médicas cubanas</i>	206
<i>Conclusões sobre o conteúdo sobre COVID-19 na Colômbia</i>	207
Coordenação de usuário	207
Manipulação de usuário	207
CONCLUSÕES GERAIS	208
<i>Quem, como, quando, onde, por que meios e de que forma eles espalham desinformação, informação incorreta ou propaganda em seus respectivos países?</i>	208
<i>Tendo tido a oportunidade de analisar milhares de Tweets de atores ou estados autoritários que espalham desinformação:</i>	208
Quais são as conclusões sobre os pontos-chave que caracterizam esses atores e sua forma de atuação? Qual é o impacto deste ecossistema e atividade na sociedade civil nos respectivos países?	208
De que forma a abordagem metodológica dos estudos de caso ajudou a compreender e desagregar a atividade gerada pelos diferentes agentes de desinformação em cada país? De que maneiras e com que recursos podemos entender ou pesquisar a desinformação nos respectivos países?	209
Quais são suas recomendações para os países democráticos da América Latina e suas respectivas sociedades civis para mitigar e neutralizar os efeitos e danos causados pela desinformação propagada pela China, Rússia e outros estados autoritários?	209
Em primeiro lugar, recomendamos políticas destinadas a reduzir as lacunas no acesso à informação para que a sociedade possa pesar as informações que recebe. Em segundo lugar, recomendamos a promoção de programas de jornalismo de dados que trabalhem para desenvolver ferramentas de verificação de fatos (ver recomendação 8.3).	209
Quem, como, quando, onde, por quais meios e de que forma países autoritários como China, Rússia e outros usaram a questão da COVID-19/vacinas para dividir/causar polêmica/desinformar?	210
RECOMENDAÇÕES	210
<i>De que forma a abordagem metodológica dos estudos de caso ajudou você a compreender e desagregar a atividade gerada pelos diferentes agentes de desinformação em cada país?</i>	210
<i>De que maneiras e com que recursos podemos entender ou pesquisar a desinformação nos respectivos países?</i>	210
<i>Quais são suas recomendações para os países democráticos da América Latina e suas respectivas sociedades civis para mitigar e neutralizar os efeitos e danos causados pela desinformação propagada pela China, Rússia e outros estados autoritários?</i>	211
CENTRO PARA LA APERTURA E DESARROLLO DA AMÉRICA LATINA (CADAL) - PROPAGANDA E DESINFORMAÇÃO DA CHINA E RÚSSIA NA ARGENTINA, CHILE E PERU	212
INTRODUÇÃO E METODOLOGIA	212
NARRATIVAS E PROPAGANDA NA MÍDIA CHINESA	215
<i>Vacinas</i>	215
Contexto	215
Análise das Manchetes	216
Análise de Conteúdo	219
Pobreza	235
<i>Os atores da propaganda chinesa: “aliados”</i>	241
Introdução	241
Descrição e perfis	242
Análise de contas do Twitter	242
<i>Outros atores: embaixadas chinesas</i>	245
<i>Narrativas chinesas na mídia argentina, chilena e peruana</i>	250
Inserções pagas	251
NARRATIVAS CHINESAS NAS CONTAS DO TWITTER DA MÍDIA ARGENTINA, CHILENA E PERUANA.	259
NARRATIVAS E PROPAGANDA NA MÍDIA RUSSA	264
<i>SPUTNIK V: O GRANDE GOLPE GEOPOLÍTICO DA RÚSSIA</i>	264

Introdução, classificação e análise de título	264
Análise qualitativa do conteúdo	269
Menções de terminologia positiva ligada à vacina russa	270
Menções de palavras-chave ligadas à diplomacia e geopolítica	273
Palavras-chave diplomáticas e geopolíticas mencionadas nas mesmas frases que o governo russo	273
<i>Alimentando o Caos Social e Político no Chile</i>	280
Cobertura de tensões sociais no Chile por RT e Sputnik/Análise usando termos Python	283
Menções de palavras associadas à narrativa do Chile de Pinochet	285
CONCLUSÕES	286
MEDIANÁLISIS - VENEZUELA	290
SUMÁRIO EXECUTIVO	290
<i>Contexto</i>	290
RÚSSIA	292
<i>Vacinas Sputnik e EpiVacCorona</i>	292
<i>Tabela 1: Contas do governo venezuelano que acompanham a mídia russa</i>	292
<i>Tabela 2: Notícias através de comunicação e tendência</i>	293
<i>Tabela 3: Meios de comunicação</i>	294
<i>Tabela 4: Fontes governamentais</i>	295
<i>Tabela 5: Sites governamentais</i>	296
<i>Tabela 6: Canais de mídia revisados</i>	297
CHINA	298
<i>Tabela 7: Veículos de comunicação que publicam notícias sobre a ajuda da China à América Latina</i>	298
<i>Tabela 8: Canais de comunicação analisados em relação ao Sinopharm na Venezuela</i>	299
<i>Tabela 9: Fontes governamentais consultadas</i>	299
<i>Tabela 10: Veículos de comunicação que cobrem a entrega de vacinas Sinopharm para a Venezuela</i>	301
<i>Tabela 11: Exemplos de contas militares</i>	301
<i>Tabela 12: sites do Facebook que compartilharam o artigo da VTV</i>	302
<i>Tabela 13: Contas da Guarda Nacional Bolivariana que promovem a vacina chinesa</i>	302
O QUE DIZ A ANÁLISE DE SENTIMENTO DA VACINA?	303
<i>Estudos de Caso</i>	304
Tabela 14: Meios de comunicação examinados para cobertura de embarques de petróleo da Venezuela com mediação chinesa	305
Tabela 15: Usuários, seu número de seguidores, contas que seguem e seguidores do CDI	307
<i>Estudo de Caso Especial: Protestos na Colômbia</i>	308
ANÁLISE GEOPOLÍTICA	309
CONCLUSÕES	311
RECOMENDAÇÕES	312

Sumário Executivo: Medindo o Impacto da Informação Incorreta, Desinformação e Propaganda na América Latina

Hoje, novas formas de influência política, muitas vezes exercidas através de campanhas de desinformação da mídia patrocinadas pelo Estado, são parte de uma estratégia de regimes não democráticos. Para atores externos, essas fontes de mídia e suas atividades refletem uma estratégia de longo prazo para ampliar objetivos geoestratégicos e até territoriais, construindo aliados, minando a influência dos Estados Unidos e do Ocidente e reformulando a ordem internacional em favor de estados não democráticos. Embora a América Latina e o Caribe sejam frequentemente esquecidos nas discussões sobre o fenômeno, na última década, a mídia estatal estrangeira assumiu um papel maior no cenário da mídia do hemisfério ocidental, tanto direta quanto indiretamente. De fato, as empresas de mídia estatal de Estados não democráticos estão investindo fortemente para aumentar sua presença global, incluindo em sites de mídia em idiomas locais, canais do YouTube, agências de notícias e mídias sociais. Em muitos casos, um objetivo central desses esforços é influenciar a percepção pública desses Estados não democráticos e suas políticas, e inclinar a cobertura da mídia local e semear desinformação e discórdia. Combater esta ameaça de curto e longo prazo às normas democráticas, consenso e discurso público e valores de transparência, civilidade, tolerância, mercados e sistemas políticos abertos e direitos humanos requer primeiro a compreensão das fontes, métodos, alvos e temas desta propaganda estatal e campanhas de desinformação.

Impulsionados por questões fundamentais de pesquisa que permanecem em grande parte não abordadas na literatura atual — como a informação incorreta, desinformação e propaganda são disseminadas na América Latina por fontes de mídia estatais estrangeiras e consumidas por públicos latino-americanos, e quais são as implicações de política regional de tal consumo? — buscamos obter uma perspectiva comparativa de toda a região sobre a desinformação e seu impacto na América Latina e no Caribe. Para tanto, a Global Americans formou uma rede inter-regional para detectar, monitorar e avaliar minuciosamente a mídia estatal estrangeira e a maneira como esses atores e seus agentes produzem e espalham informação incorreta, desinformação e propaganda.

Trabalhando com quatro organizações homólogas locais — Centro para la Apertura e Desarrollo de América Latina (CADAL), Medianálisis, Universidad del Rosario e Escuela de Gobierno y Transformación Pública Tecnológico de Monterrey — esta equipe de projeto passou quase 16 meses identificando e relatando sobre os agentes de mídia social engajados na informação incorreta e desinformação e monitorando seus esforços para influenciar a sociedade civil, a mídia e os formuladores de políticas na América Latina, de modo a desenvolver uma compreensão das táticas e intenções desses atores externos. Usando a pandemia da COVID-19 como um veículo temático por meio do qual se pode entender a rede de atores em jogo e a maneira como esses atores implementam suas táticas preferidas, a Global Americans e nossos parceiros de projeto monitoraram, categorizaram e analisaram cuidadosamente as tradicionais (por exemplo, jornais, televisão e rádios) e não tradicionais (por exemplo, mídia social) fontes de mídia em todo o hemisfério.

Embora o panorama da desinformação varie em todo o hemisfério, há semelhanças que transcendem as fronteiras nacionais, a principal das quais é um esforço sustentado por governos não democráticos — como China e Rússia e, em menor grau, Cuba, Venezuela e Irã — para assumir o controle das principais tendências sociopolíticas e econômicas domésticas e regionais e dobrá-las em favor de sua própria agenda geopolítica. Cada um de nossos parceiros de projeto conduziu pesquisas quantitativas e qualitativas rigorosas, cobrindo Argentina, Chile, Peru, Colômbia, México e Venezuela. No contexto da pandemia da COVID-19, nossas equipes analisaram as tendências de informação incorreta e desinformação relacionadas à disseminação de informações errôneas intencionais ou não intencionais, propaganda elogiando as ações dos governos no tratamento da pandemia da COVID-19 e cobrando críticas contra as deficiências desses governos.

Nossa pesquisa também inclui um exame do uso de “*sharp power*” na Argentina, Chile, Colômbia e Peru. O termo “*sharp power*” é amplamente definido como um novo fenômeno que é frequentemente usado por regimes não democráticos que procuram atrair, distrair e manipular públicos em países democráticos através de seus meios de comunicação, centros culturais e institutos de aprendizagem globais. Este fenômeno cria efetivamente uma imagem positiva do regime através de mensagens direcionadas ao nível internacional e do exercício de influência ao nível nacional. Ele pode resultar em divisões políticas e manipular o público, gerando controvérsia na sociedade ou com outros países. Esse tipo de interferência também é conhecido como operações de informação, que consistem em campanhas de desinformação e informação incorreta, muitas vezes orquestradas pela mídia afiliada a esses países. Além disso, muitas empresas de mídia estatais da China, Rússia e outros países carecem de transparência, um aspecto de sua estratégia de comunicação que visa ajudar a camuflar toda a gama de suas atividades.

Ao longo deste estudo, nossas equipes avaliaram histórias enganosas e propagandísticas da mídia em inglês, espanhol e português, o que permitiu que a Global Americans e seus parceiros identificassem as modalidades e a origem das campanhas de desinformação nacionais e internacionais em toda a América Latina. Cobrimos a extensão, a natureza e os objetivos das campanhas de desinformação da mídia estatal estrangeira, os alvos desses esforços em subgrupos populacionais e em tópicos selecionados de escolha. Estudamos exaustivamente o cenário da mídia social para determinar os parceiros afiliados, mas não declarados, da mídia estatal estrangeira, descobrindo padrões e redes em todo o hemisfério para entender como a cobertura está sendo captada e espalhada intencionalmente e involuntariamente.

Nosso projeto de pesquisa inter-regional revelou as seguintes descobertas de alto nível:

- China e Rússia são ativas na promoção de informação incorreta, desinformação e propaganda na América Latina através de seus canais de mídia patrocinados pelo Estado, embora o grau e o escopo desses esforços variem de país para país. Os mais ativos são Russia Today (RT), Telesur, Sputnik Mundo e Xinhua Español; Twitter e Facebook são usados ativamente na esfera da mídia social.
- A informação incorreta, desinformação e propaganda chinesas e russas estão desproporcionalmente concentradas em alvos temáticos que se encontram na intersecção de falhas democráticas, inflamando divisões políticas locais, promovendo

forças locais com ideias semelhantes e muitas vezes não democráticas e retratando a China e a Rússia como benevolentes parceiros e alternativas aos Estados Unidos em toda a região.

- Embora as operações de desinformação dos governos chinês e russo sejam geralmente semelhantes, há diferenças importantes. A Rússia carece de meios para atrair oportunidades comerciais mais profundas e sua estratégia de desinformação está focada em perturbar a ordem social e a estabilidade política ao nível nacional, como visto na Colômbia e no Chile, dois conhecidos aliados dos Estados Unidos. A Rússia também busca fazer novos amigos que preferencialmente não gostem dos Estados Unidos, na esperança de expandir sua influência política. Em contraste, a China é a segunda maior economia do mundo, um importante parceiro comercial em toda a região e um importante investidor estrangeiro. Enquanto o governo russo geralmente tenta interromper, a estratégia de desinformação do governo chinês tenta posicionar a China como a nova hegemonia benevolente e a potência internacional dominante no sistema internacional atual.
- Enquanto o México está em uma ponta do paradigma da desinformação, com a propaganda da mídia estatal estrangeira consideravelmente menos intensa e muito mais engajada no espaço do ativismo cultural, a Venezuela está na outra ponta do extremo da desinformação, lar da desinformação direta e aberta da China, Rússia e as próprias autoridades venezuelanas, todas minando as forças democráticas do país.
- No México, a equipe do TEC descobriu que os principais disseminadores de notícias autênticas eram os meios de comunicação tradicionais, enquanto a informação incorreta e a desinformação vinham da mídia local ou de usuários com alto grau de negatividade e polarização, conforme medido pela nova ferramenta de análise de sentimento do projeto. A equipe do TEC também descobriu que o tratamento do governo federal da pandemia provou ser um campo de batalha de narrativas particularmente volátil e polarizador, constituindo cerca de 10 por cento de todas as postagens do Twitter estudadas (um total de 217.462 postagens do Twitter), das quais 3,5 por cento foram a favor da forma como o governo lida com a pandemia, enquanto 6,5 por cento se opõem a ela.
- A pesquisa no Peru revelou que a mídia estatal chinesa é a mais ativa no país andino, provavelmente devido à riqueza do Peru em recursos minerais e petróleo, e à existência de uma comunidade relativamente grande de descendência chinesa. A influência chinesa é mais sentida através da mídia local, círculos acadêmicos e funcionários do governo, muitos dos quais visitaram a China. A pesquisa aponta para as mensagens do governo chinês centradas em criar uma boa imagem das conquistas da China na redução da pobreza e no combate eficaz à COVID-19, em simultâneo, ajudando o Peru com cuidados médicos e suprimentos. Em contraste, entre os esforços da mídia estatal estrangeira no Peru, o envolvimento da Rússia é muito menos um fator, particularmente em comparação com o envolvimento da Rússia em outros países latino-americanos, como Colômbia, Venezuela e Argentina.
- A pesquisa indica um envolvimento considerável da Rússia e da China na Argentina na

mídia e no espaço de informação. Para a China, a Argentina é uma fonte significativa de commodities essenciais, incluindo soja, carne e frutos do mar, enquanto para a Rússia, a relação morna do governo argentino com os EUA é de grande interesse, pois permite que Moscou lance sua influência fora de suas esferas tradicionais de influência no Oriente Médio e na Europa Oriental. A pesquisa descobriu que os esforços chineses se concentraram em grande parte na promoção do modelo econômico chinês e nas narrativas de solidariedade, enquanto a propaganda russa foi particularmente ativa em retratar positivamente sua vacina, a Sputnik V, com suas operações de informação incorreta e desinformação que visam manchar as vacinas americanas e europeias.

- A pesquisa na Colômbia revelou a presença de mídia estatal estrangeira, mas em graus variáveis. O estudo analisou 86.615 postagens no Twitter publicadas em espanhol por nove agências de notícias entre 1º de setembro de 2019 e 30 de setembro de 2020; um total de 1.464 perfis foram revisados manualmente para relatar o processo de desinformação, incluindo a criação, produção e disseminação de mensagens, e constatou-se que 184 contas divulgaram postagens criadas por veículos de comunicação chineses, incluindo supostos cyborgs (18) localizados principalmente na Venezuela, Argentina, Colômbia e Uruguai, e usuários altamente suspeitos (3) localizados na Venezuela (2) e México (1); 247 contas propagaram informações criadas por meios de comunicação russos, incluindo supostos cyborgs (40) e usuários altamente suspeitos (10) localizados principalmente na Colômbia; e 225 contas propagaram informações criadas por meios de comunicação cubanos e venezuelanos, incluindo cyborgs (18) localizados na Venezuela, Colômbia e Cuba, bem como usuários altamente suspeitos (10) localizados na Colômbia.
- As mensagens chinesas na Colômbia centram-se em seu papel como importante parceiro comercial e, portanto, a narrativa projetada é de uma parceria mutuamente benéfica entre os dois países. Em contraste, a mídia estatal russa na Colômbia se engajou mais ativamente durante os momentos de descontentamento social, com essas mensagens em grande parte centradas em pontos de discussão antigovernamentais.
- O papel da Colômbia como aliada dos Estados Unidos chegou às mensagens russas. Nossa pesquisa indica que os atores políticos venezuelanos também se envolveram em esforços agressivos de desinformação contra o governo colombiano, em parte devido à disposição de Bogotá de hospedar muitos refugiados venezuelanos e membros da oposição venezuelana.

Nossas conclusões ressaltam a importância de compreender melhor a mídia estatal estrangeira, suas atividades, suas contrapartes, seus temas preferidos e suas táticas preferidas na América Latina e no Caribe. Além disso, essas descobertas reafirmam a importância crítica de jornalistas, atores da sociedade civil, acadêmicos e formuladores de políticas mais bem informados e preparados, para que esses atores possam detectar e neutralizar melhor as campanhas não democráticas da mídia estatal estrangeira. É de extrema importância investir na promoção de uma cidadania mais politicamente consciente no hemisfério, que compreenda — e até mesmo seja mais cética — da mídia estatal não democrática e de suas atividades e táticas. O debate público é vital e deve ser bem informado e verificado. O preço do não engajamento e da apatia em relação às redes de desinformação é muito alto e não enfrentar esse

desafio arrisca perpetuar as tendências antidemocráticas em curso e erodir ainda mais as instituições democráticas no Hemisfério Ocidental.

Como parte desse projeto, a Global Americans organizou com sucesso um seminário com os principais repórteres, acadêmicos, líderes de pensamento, membros da sociedade civil e influenciadores em toda a América Latina para envolver a região enquanto buscamos mitigar os efeitos perniciosos da desinformação e propaganda. No centro desses esforços está o compartilhamento eficaz de conhecimento, verificação de fatos, educação e monitoramento de plataformas de mídia tradicional e social. As ondas criadas por essas parcerias, seminários e cúpulas são promissoras e estabelecem um caminho claro para a colaboração efetiva em defesa dos valores democráticos nas Américas.

Em última análise, este estudo — através de um foco principal, mas não exclusivo na desinformação e informação incorreta no contexto da pandemia da COVID-19 — reuniu insights significativos quanto às motivações geopolíticas e estratégias implantadas por regimes não democráticos — liderado por Vladimir Putin, Nicolás Maduro, ou Xi Jinping — em uma região que nas últimas décadas emergiu como um campo de batalha ideológico entre a democracia liberal de livre mercado de estilo ocidental e a autocracia estatista. Compreender como a informação incorreta e a desinformação se espalham e o contexto sob o qual os atores malignos operam para semear a discórdia e desinformar nossas comunidades é fundamental para desenvolver um plano de ação para mitigar suas consequências mortais. Da mesma forma, compreender como as potências estrangeiras malignas buscam tirar proveito da vulnerabilidade local — política, econômica, diplomática ou epidemiológica — na promoção de seus próprios objetivos geopolíticos, pode ajudar as nações a salvar vidas e fortalecer suas respostas de políticas públicas ao enfrentar grandes crises agravadas pela desinformação. Em nome da Global Americans e de nossos parceiros de projeto, esperamos que nosso projeto sirva como uma estrela guia para compreender como identificar, mitigar e neutralizar a desinformação em toda a América Latina, o Caribe e todo o Hemisfério Ocidental.

Glossário

- 1.** Informação: Conhecimento obtido por investigação, estudo ou instrução. A comunicação ou recepção de conhecimento ou inteligência.
- 2.** Informação incorreta: O compartilhamento inadvertido de informações falsas sem o conhecimento da intenção.
- 3.** Desinformação: A disseminação deliberada de informações imprecisas que buscam minar a confiança do público, distorcer fatos e transmitir uma determinada forma de perceber a realidade, especialmente projetada para explorar vulnerabilidades sociais e políticas para desestabilizar sociedades democráticas.
- 4.** Propaganda: Informações apresentadas de certa forma para influenciar públicos e manipular a opinião pública, independentemente da veracidade dos fatos relatados.
- 5.** Interface de Programação de Aplicação (API): Uma interface que permite que dois programas se comuniquem entre si usando um protocolo estabelecido.
- 6.** Autenticidade: O grau em que uma publicação (ou postagem, no caso das mídias sociais) é baseada em fatos.
- 7.** Representações de Codificador Bidirecional de Transformadores (BERT): Um modelo de representação de linguagem projetado para pré-treinar representações bidirecionais profundas de um texto não rotulado.
- 8.** Bots: Contas inorgânicas (gerenciadas através de um algoritmo, não por pessoas) que buscam replicar a interação humana para promover propaganda, desinformação ou promover um produto específico ou interesse comercial.
- 9.** Intenção: O grau em que o criador da postagem ou publicação busca enganar seu público
- 10.** Alocação de Dirichlet Latente (LDA): Um modelo estatístico que permite ao usuário descobrir temas abstratos, um processo também conhecido como modelagem de tema.
- 11.** Programação Orientada a Objetos (POO): Um paradigma de programação baseado em objetos que abstrai a complexidade ao reunir dados e procedimentos na mesma entidade e ajuda a estabelecer conexões entre eles.
- 12.** Query: Refere-se aos termos de pesquisa usados na API do Twitter para a coleta de tweets.
- 13.** Banco de Dados Relacional (RDB): Tipo de banco de dados que armazena dados em tabelas relacionadas através de um identificador único (chave).
- 14.** Intervalo Interquartil (IQR): Na análise de sentimento, esse critério ajuda a determinar

quais valores em uma amostra podem ser considerados dentro de uma faixa “normal” e aqueles que podem ser considerados um ponto fora da curva.

15. K-core: Um algoritmo que permite a filtragem de nós pelo nível de conexões na rede.
16. #LigaDeGuerreros / #OposiciónUnida / #RxM: Igual a #RedAMLO, contas antigovernamentais no México usam essas hashtags no conteúdo de seus tweets, descrições de contas e nomes de contas. A hashtag #RxM se refere à coalizão de oposição ao governo *Va por México* (uma aliança *ad hoc*, criada pelo Partido Revolucionário Institucional (*Partido Revolucionario Institucional*, PRI), Partido da Ação Nacional (*Partido Acción Nacional*, PAN) e Partido da Revolução Democrática (*Partido de la Revolución Democrática*, PRD), em oposição ao partido do Movimento de Regeneração Nacional do Presidente Andrés Manuel López Obrador (*Movimiento Regeneración Nacional*, MORENA).
17. Modularidade: Uma medida de estrutura de rede projetada para medir a força da divisão de uma rede em módulos, também conhecida como detecção de comunidade.
18. Precisão: A proporção $VP / (VP + FP)$, em que VP é o número de verdadeiros positivos e FP é o número de falsos positivos. A precisão é, intuitivamente, a capacidade do classificador de evitar rotular uma amostra negativa como positiva (e vice-versa).
19. F1 Score: Uma média ponderada de precisão e recall; um F1 Score é o mais alto (melhor) em 1 e o mais baixo (pior) em zero.
20. Recall: A proporção $VP / (VP + FP)$, em que VP é o número de verdadeiros positivos e FP é o número de falsos positivos. O recall é, intuitivamente, a capacidade do classificador de detectar todas as amostras positivas.
21. #RedAMLO: Hashtag utilizada por contas que apoiam o governo do presidente López Obrador, encontrada tanto no texto dos tweets que publicam quanto na descrição de suas contas.
22. Incorporação de palavras: Um processo que permite ao usuário criar uma representação de cada palavra, usando outra palavra na frase como um vetor.
23. Trolls: Ao contrário dos bots, os trolls das redes sociais são pessoas (não algoritmos) que procuram gerar conflito, aprofundar a polarização e promover um ambiente de divisão constante nas redes sociais. Se eles forem pagos por seus esforços, seria uma estratégia financiada (por atores nacionais ou estrangeiros, e do setor público ou privado).
24. Comportamento Inautêntico Coordenado (CIB): Também conhecido como "atividade inorgânica coordenada", o comportamento inautêntico coordenado refere-se a grupos de sites, humanos ou bots trabalhando juntos na tentativa de influenciar ou manipular conversas online postando estrategicamente ou reproduzindo mensagens premeditadas

em momentos específicos.¹²

25. Tropas cibernéticas: Atores online, geralmente trabalhando sob o comando de um governo ou partido político — mas que também podem estar ligados a indústrias privadas, organizações da sociedade civil, subculturas da Internet, coletivos de hackers, influenciadores de mídia social, ativistas políticos amadores, etc. — que procuram manipular opinião pública online através da disseminação de desinformação.³
26. Filtros Bolha: Algoritmos que selecionam e fornecem informações aos usuários enquanto consideram suas interações anteriores, reforçando, portanto, as visões preexistentes do usuário. O Twitter funciona por meio dessa lógica algorítmica, pois o critério que usa para selecionar o conteúdo que mostra aos seus usuários é baseado em um algoritmo automatizado que é o responsável final por fornecer a cada conta um conteúdo semelhante àquele com o qual ela costuma interagir (ajudando assim a formar uma bolha de informações).⁴ Essa amplificação algorítmica limita as opções dos usuários e pode cada vez mais favorecer o conteúdo extremo e marginal, resultando em um fenômeno conhecido como confusão algorítmica.⁵
27. Câmara de Eco: Um conceito vinculado aos meios de comunicação de massa, utilizado principalmente para se referir a um conjunto de ideias de mesma orientação ideológica ampliado e transmitido entre um grupo específico de usuários.⁶ Uma câmara de eco caracteriza-se por ser fechada e estática, permitindo que usuários que compartilham interesses e inclinações semelhantes propiciem a disseminação ativa de informações.⁷ Além disso, uma câmara de eco tende a se referir a um ambiente em que outros usuários e ideias estão ausentes, se não ativamente excluídos e desacreditados.⁸

¹ North, S. (2020, September 19, 2020). *Three Easy Ways to Spot Coordinated Inauthentic Behavior Online*. North Cyber Research. <https://samanthanorth.com/three-easy-ways-to-spot-coordinated-inauthentic-behavior-online/>.

² Howard, P. N., and Bradshaw, S. (2019). *The global disinformation order 2019, Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. Oxford University. <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.

³ Ibid.

⁴ Ojeda, A. (2020). “Cámaras de eco y desinformación: Efectos amplificadores de las redes digitales en la polarización social de 2019.” *Cámaras de Eco y Desinformación: Efectos Amplificadores de Las Redes Digitales En La Polarización Social de 2019*, 116–117.

⁵ Sadagopan, S. M. (2019, February 4, 2019). “Feedback loops and echo chambers: How algorithms amplify viewpoints.” *The Conversation*. <https://theconversation.com/feedback-loops-and-echo-chambers-how-algorithms-amplify-viewpoints-107935>.

⁶ Martín, J. (2019, June 5). “La cámara de eco desmitificada por un estudio español.” *Blogthinkbig.Com*. <https://blogthinkbig.com/camara-eco-informacion>.

⁷ Choi, D., Chun, S., Oh, H., Han, J., and Kwon, T. (2020). “Rumor Propagation is Amplified by Echo Chambers in Social Media.” *Scientific Reports*, 10(1), 5. <https://doi.org/10.1038/s41598-019-57272-3>.

⁸ Gurteen, D. (2020, October 27, 2020). *Filter bubbles, epistemic bubbles and echo chambers*. *Conversational Leadership*. <https://conversational-leadership.net/echo-chambers-filter-bubbles/>.

Definindo e Categorizando Informações

O algoritmo de classificação identifica o conteúdo de mídia social e o classifica de acordo. Ao inserir critérios de rotulagem consistentes, treinaremos manualmente o algoritmo de classificação para evitar possíveis erros e vieses.

Uma tipologia relevante para a classificação proposta neste projeto é fornecida por Tandoc et al.,⁹ para distinguir entre desinformação e informação incorreta. Conforme mostrado na figura abaixo, Tandoc et al. dependem do nível de factualidade (ou seja, o grau em que uma publicação é baseada em dados objetivos e verificáveis) e intenção (a variável-chave que distingue desinformação de informação incorreta) de um conjunto de dados para orientar sua classificação.

Para este projeto, nosso modo de classificação — consistente com a pesquisa existente — inclui as seguintes categorias:

- **Verdade:** informações autênticas, objetivas e verificáveis. Incluídos nesta categoria estão os tweets referentes a tópicos relacionados à pandemia da COVID-19, seus tratamentos e vacinas.
- **Informação incorreta:** Informações falsas compartilhadas inadvertidamente, sem a intenção deliberada de enganar o público.¹⁰¹¹²
- **Desinformação:** Informações falsas criadas ou compartilhadas deliberadamente. A desinformação tem dois aspectos principais: ela é intencional e pode ser verificada como falsa (ou de outra forma não verificável). A desinformação procura imitar sites e portais de notícias autênticos. A desinformação inclui fabricação de notícias (uma prática de tentar imitar sites de notícias legítimos para dar ao público a impressão de que as informações falsas são verdadeiras) e manipulação de fotos ou vídeos. (Em redes sociais, isso geralmente ocorre quando uma conta compartilha uma foto ou vídeo do passado como se fosse atual; ou apresenta uma foto ou vídeo como se fosse de um país

⁹ Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2017). “Defining ‘Fake News’: A typology of scholarly definitions.” *Digital Journalism*, 6(2), 137-153. DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143

¹⁰ Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). “Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective.” *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi-org.biblioteca-ils.tec.mx/10.1145/3137597.3137600>

¹¹ Lazer, D., Baum, M., & Benkler, Y. (2018). “The science of fake news.” *Science*, 359(6380), 1094-1096. DOI: 10.1126/science.aao2998

¹² Landon-Murray, M., Mujkic, E., & Nussbaum, B. (2019). “Disinformation in Contemporary U.S. Foreign Policy: Impacts and Ethics in an Era of Fake News, Social Media, and Artificial Intelligence.” *Public Integrity*, 21(5), 512–522. <https://doi.org/10.1080/10999922.2019.1613832>

quando, na verdade, a foto ou vídeo foi tirado ou gravado em outro país).¹³¹⁴¹⁵

- **Propaganda:** Informação que visa influenciar a percepção do público a favor ou contra uma determinada postura política, ideológica ou partidária. No México, por exemplo, o Twitter está dividido em propaganda pró-Andrés Manuel López Obrador (AMLO) e propaganda anti-AMLO (ou pró-#VaPorMexico).¹⁶
- **Não verificável:** esta categoria agrupa posts/tweets que, embora relacionados aos tópicos da pandemia da COVID-19, seus tratamentos e vacinas, carecem de conteúdo propagandístico e não podem ser classificados nas categorias anteriores. Esta categoria inclui rumores, desde que não visem enganar o público; tweets compartilhando memes ou postagens irônicas; sátira de notícias (por exemplo, o programa Chanel Torres ou programas americanos como “The Daily Show” ou “The Tonight Show”); e sites de paródias de notícias (por exemplo, El Deforma ou The Onion nos Estados Unidos).¹⁷

¹³ Pérez-Rosas, V., Kleinberg, B., Lefevre, A., & Mihalcea, R. (2018). “Automatic Detection of Fake News.” Association for Computational Linguistics. New Mexico. <https://www.aclweb.org/anthology/C18-1287>

¹⁴ Kaliyar, R. K., Goswami, A., Narang, P., & Sinha, S. (2020). “ZDNet – A deep convolutional neural network for fake news detection.” *Cognitive Systems Research*, 61, 32–44. <https://doi.org/10.1016/j.cogsys.2019.12.005>

¹⁵ Furini, M., Mirri, S., Montangero, M., & Prandi, C. (2020). “Untangling fake-news and truth in social media to understand the COVID-19 Coronavirus.” In 2020 IEEE Symposium on Computers and Communications (ISCC) (pp. 1-6). IEEE.

¹⁶ Burkhardt, J. (2017). “Combating fake news in the digital age” (1st ed.). Chicago, IL: Library Technology Reports. Vol. 53, no. 8.

¹⁷ Kim, S., & Kim, S. (2020). “The crisis of public health and infodemic: Analyzing belief structure of fake news about COVID-19 pandemic.” *Sustainability*, 12(23), 9904.

Uma Análise Comparativa da Desinformação e Propaganda na América Latina

O objetivo desta seção é fornecer uma análise comparativa dos estudos de desinformação conduzidos por nossos parceiros de pesquisa em seus respectivos países latino-americanos. As equipes de pesquisa identificaram, descreveram, analisaram e ilustraram a dinâmica narrativa, os atores, a propaganda e as informações errôneas disseminadas pelos principais veículos da mídia estatal estrangeira dirigida ao público latino-americano.

A China e a Rússia são ativas na informação incorreta, desinformação e propaganda na América Latina. Os gigantes da mídia chinesa e russa, como Sputnik Mundo, RT em Espanhol e Xinhua, são veículos de mídia estatais que funcionam para produzir propaganda e desinformação que ajudarão seus governos a ganhar influência. Tanto a China quanto a Rússia investiram recursos substanciais para se aproximar da região e colocar seus líderes em um alinhamento mais próximo com suas narrativas e visão de mundo.

Embora as abordagens e motivos das campanhas de informação incorretas chinesas e russas em particular tenham um grau de semelhança, eles também apresentam diferenças significativas. A abordagem da Rússia em toda a região é mais aberta e direta, e seu objetivo é romper amplamente as democracias regionais, fomentando a agitação e enfraquecendo o papel dos EUA como hegemonia global e regional. A pesquisa mostra que a Rússia busca desempenhar o papel de estraga-prazeres em países com os quais os EUA têm relações de longa data, enquanto investe na construção de alianças que possam estender sua esfera de influência à América Latina. A abordagem do governo chinês é mais sutil, usando desinformação, informação incorreta e propaganda para minar a confiança do público nas formas democráticas de governo, incluindo a imprensa. As narrativas chinesas são geralmente projetadas para enfatizar o papel do país asiático como um parceiro benevolente em pontos estratégicos de engajamento — comercial, geopolítico ou socioeconômico — e para desacreditar as atividades dos Estados Unidos.

Estudos de país

Venezuela

A Venezuela tem um ecossistema de informações ativo, composto por formas tradicionais de mídia (jornais, rádio e televisão) e um espaço de mídia social com cerca de 12 milhões de usuários no Facebook, Instagram e Twitter. O principal fornecedor de Internet é o serviço de acesso público CANTV-ABA, que representa 66,4 por cento dos assinantes de Internet. A liberdade de expressão e informação é severamente restringida na Venezuela. O CANTV-ABA

funciona de forma intermitente (devido a quedas de energia periódicas) e bloqueia vários portais independentes, limitando o acesso dos cidadãos às informações. Este ambiente midiático é parte da razão pela qual as autoridades venezuelanas podem difundir e divulgar de forma tão completa sua agenda ideológica nacional e regional.

A. Metodologia:

Pesquisadores da Medianálisis, sediada em Caracas, usaram metodologias qualitativas e quantitativas para analisar a desinformação com base na aquisição e distribuição de vacinas contra a COVID-19. A análise quantitativa foi realizada por meio do uso de tecnologia desenvolvida pela equipe do Tecnológico de Monterrey para detectar informações incorretas, informações falsas incidentais e propaganda em redes sociais. A análise de sentimento foi um recurso-chave usado especificamente para este estudo para fornecer uma imagem mais robusta de como as redes de desinformação afetaram o público e como eles se conectaram entre si.

O período de pesquisa vai de agosto de 2020 a julho de 2021 e foi conduzido identificando uma área problemática-chave e, em seguida, escolhendo fontes para monitorar durante um período específico. A pesquisa também inclui um breve exame do papel das redes de mídia chinesas e russas na Colômbia e seu papel em semear a discórdia entre os principais atores da sociedade civil durante os protestos de rua locais.

B. A Pandemia da COVID-19 como um Problema Principal:

Em 2020, a Venezuela foi duramente atingida pela pandemia da COVID-19. O tratamento da COVID-19 rapidamente se tornou uma questão geopolítica, com o governo difamando os esforços dos EUA para ajudar com as vacinas e elogiando as da Rússia e da China. Os resultados da investigação demonstram que o governo venezuelano está realizando atividades diretas de desinformação para enganar e promover a polarização social no país em torno de questões-chave como a pandemia da COVID-19.

A Rússia, em particular, é um grande impulsionador da desinformação. Na Venezuela, a Rússia tem procurado desacreditar as vacinas ocidentais e duvidar de sua eficácia para promover sua própria vacina: a Sputnik V. No entanto, enganou o público regional com a entrega de vacinas, principalmente em prazos, credenciamentos científicos internacionais e eficácia. Por exemplo, a Venezuela recebeu a primeira dose da vacina, mas ainda não recebeu a segunda, embora funcionários do governo russo e venezuelano tenham anunciado que ela estaria prontamente disponível.

A China, outro ator geopolítico ativo e aliado do regime de Maduro, usa os mecanismos de relacionamento da Rússia com a Venezuela para penetrar na região e realizar suas próprias atividades de desinformação. No caso específico da vacina Sinopharm, ela usa a mesma estratégia da Rússia para espalhar informações imprecisas sobre todas as vacinas ocidentais e influenciar a opinião pública a favor de suas vacinas.

Tanto a mídia russa quanto a chinesa retratam seus países como aliados e amigos incondicionais

da Venezuela em face do “bloqueio” — isto é, sanções e supostos atos de agressão impostos pelos Estados Unidos. As autoridades venezuelanas adotaram prontamente a narrativa de que a China administrou com eficiência a pandemia. A equipe do projeto na Venezuela também destaca que a desinformação gerada pela Venezuela e seus aliados, Rússia e China, têm contribuído para o dismantelamento da democracia no país. O dano não é apenas doméstico; a equipe da Venezuela descobriu que o governo venezuelano se engajou em vários esforços para influenciar a política colombiana, buscando incitar a agitação social através de questões internas.

C. Contexto Geopolítico:

A situação política, econômica e humanitária na Venezuela tem sido fonte de grande controvérsia e instabilidade nas Américas. A má gestão econômica do regime de Maduro e sua natureza cada vez mais repressiva culminou em, entre outras coisas, uma enorme crise de refugiados, com 5,2 milhões de venezuelanos deixando o país — muitos deles indo para a Colômbia, Equador e Chile. A propaganda do governo venezuelano, apoiada por simpatizantes das informações incorretas chinesas e russas, tem procurado aumentar o impacto da política dos EUA em relação à Venezuela, argumentando erroneamente que os EUA estão aplicando um “bloqueio” total contra a Venezuela. Certamente, as sanções econômicas dos EUA doeram, mas não com a magnitude retratada pelo regime de Maduro e seus aliados.

Argentina, Chile And Peru

No estudo CADAL, Carmen Grau, Verónica Repond e Juan Pablo Cardenal afirmam que a China e a Rússia, através de suas empresas de mídia e pessoal, estão manipulando informações, omitindo dados e promovendo propaganda com viés político na Argentina, Chile e Peru. A mistura de verdades com falsidade, combinada com um déficit de conhecimento sobre a China e a Rússia, bem como o comportamento ético questionável de jornalistas nativos, tem sido eficaz em promover as agendas da China e da Rússia. Também ajudou a despertar a raiva e a angústia entre as populações locais e seus governos (mais no Chile e no Peru do que na Argentina).

O tratamento da pandemia da COVID-19 fornece insights sobre a máquina de informações incorretas chinesa e russa nos três países examinados pela equipe CADAL. A China conseguiu nutrir e aprofundar a visão em todos os três países de que é um parceiro essencial para a prosperidade futura de cada país, enquanto promove a narrativa de que o papel dos Estados Unidos em cada país está em declínio. O papel da Rússia nos três países varia, em grande parte centrado no desejo de cultivar uma imagem construtiva, mas também aproveitando os desenvolvimentos regionais rápidos para inquietar a agitação civil no Chile e no Peru, quando vantajoso para isso. Tanto a Rússia quanto a China investiram consideravelmente na promoção de um fluxo constante de notícias positivas sobre a produção e distribuição de vacinas.

A. Metodologia:

A primeira parte do relatório CADAL identifica, detalha e analisa as narrativas geradas pela mídia estatal estrangeira mais ativa na região de estudo da equipe CADAL — em particular, empresas de mídia estatais chinesas e russas, e como cobrem a pandemia da COVID- 19, entre outros temas, na Argentina, Chile e Peru.

As principais empresas de mídia estatais chinesas e russas usadas no estudo incluíram dois veículos russos, o site de televisão RT em Español e a agência de notícias Sputnik Mundo. O estudo analisou as seguintes agências de notícias chinesas: Xinhua, o periódico Pueblo en Línea, a estação de televisão CGTN e a China Radio International. As palavras-chave usadas nesta parte da análise incluíram Sinovac, CoronaVac, Sinopharm, CanSino, Pfizer-BioNTech, AstraZenaca, Moderna, Johnson & Johnson e Janssen.

A principal conclusão da equipe CADAL foi que os esforços da diplomacia de vacinas da China foram retratados de forma esmagadora de forma positiva, enquanto vários esforços ocidentais foram retratados de forma negativa. A vacina da Rússia também recebeu tratamento favorável da mídia em cada país, resultado de esforços de longa data de Moscou para atingir o público local. A partir de uma revisão minuciosa dos periódicos regionais da equipe, as vacinas internacionais são citadas um total de 3.599 vezes em 1.207 artigos.

B. A Pandemia da COVID-19 como Problema Principal:

O estudo descobriu que a China teve uma campanha de duas etapas na criação e no avanço de sua narrativa sobre a COVID-19. O primeiro passo foi negar as acusações de que a pandemia se originou na China. O segundo passo foi retratar a China como um membro responsável e generoso da comunidade internacional; um amigo que poderia fornecer e doar equipamentos médicos. Isso incluiu empurrar a narrativa de que as vacinas chinesas tiveram resultados positivos e as ocidentais tiveram vários efeitos colaterais relativos ou baixa eficácia. Para espalhar a mensagem, a China empregou suas agências de comunicação estatais em cada país. Outra parte da mensagem chinesa foi que o tratamento bem-sucedido da pandemia em casa foi mais um exemplo das conquistas do Partido Comunista Chinês, destacando a superioridade do modelo chinês de gestão e desenvolvimento que outros países deveriam imitar.

A mídia estatal russa empregou mensagens relativamente semelhantes, destacando a distribuição de sua vacina Sputnik V e apresentando-se como um parceiro generoso para a região.

C. Contexto Geopolítico:

Para a China, os países da Argentina, Chile e Peru são importantes para sua agenda econômica e geopolítica. Embora a China tenha escalado as alturas da economia global, atrás apenas dos EUA em tamanho, ela continua dependente de quantidades substanciais de recursos naturais, incluindo soja, carne bovina e camarão argentinos; cobre e zinco chilenos; e minério de cobre peruano, cobre refinado e farelos para consumo animal. Na transformação da economia global de um sistema de energia baseado em hidrocarbonetos para alternativas, como energia eólica e solar e veículos elétricos, Argentina, Chile e Peru são fontes importantes de minerais essenciais.

Neste contexto, Pequim aspira a uma estratégia de propaganda na região que sirva para influenciar as respectivas sociedades. Essa estratégia não se baseia apenas em negócios e empresas de mídia estatais, mas inclui "aliados", incluindo instituições ou membros das elites locais cortejados por Pequim através de uma variedade de viagens pagas à China, em troca de um empurrão favorável da opinião pública em casa. O componente local é importante. Esse é particularmente o caso do Peru, que tem uma comunidade considerável de descendentes de chineses, chamada Tusan.¹⁹ A China fez um esforço para cultivar os Tusan, com a elite do Peru, para desenvolver uma imagem positiva e exercer influência em questões como Taiwan, direitos humanos e Hong Kong.

O alcance geopolítico da Rússia na Argentina, Chile e Peru não é tão extenso quanto o alcance da China. Não é um grande parceiro comercial ou investidor em nenhuma das economias. A Rússia, no entanto, reconhece a importância estratégica da região, especialmente porque o desenvolvimento de relações mais estreitas permite que ela ganhe força, através de avenidas tradicionais e não tradicionais das mídias sociais, como potência mundial e rival dos Estados Unidos. A equipe CADAL descobriu que a Rússia também recorreu a seus trolls cibernéticos para incitar a agitação social no Chile, um país intimamente ligado aos Estados Unidos.

Colômbia

O terceiro estudo foi conduzido por uma equipe de pesquisa da Universidad del Rosario, na Colômbia. O país latino-americano possui um panorama de informações relativamente aberto, com um fluxo robusto de pontos de vista. Grande parte da mídia colombiana é mantida pelo setor privado, embora haja um setor estatal menor. Na última década, Twitter, Facebook, WhatsApp e outras plataformas de mídia social se tornaram arenas importantes para o discurso político.

O estudo da Universidad del Rosario usa o termo “*sharp power*”, que se refere a “um novo fenômeno que muitas vezes é empregado por países autoritários para atrair, distrair e manipular públicos em países democráticos através de seus meios de comunicação, centros culturais e aprendizagem global de línguas.”²⁰

A equipe da Colômbia também observa que este fenômeno pode ser usado para criar uma imagem positiva ao nível internacional e nacional, onde pode criar divisões políticas e manipular o público, criando polêmica na sociedade ou com outros países. Como um dos

¹⁸ Among the key materials required for the green transformation are copper, zinc, and molybdenum. Among the top sources of lithium are Argentina and Chile. In terms of copper, Chile has 23 percent of the world’s reserves and Peru 10 percent. All three countries also have considerable potential for hydropower.

¹⁹ Peru’s Tusan community is said to range from 1 percent of the national population to as high as 10 percent. Actual numbers are not known as there exists no official data on how many Peruvians identify themselves as being of Chinese descent.

²⁰ For further information on sharp power see C. Walker, “What Is Sharp Power?,” *Journal of Democracy*, (2018) 29(3): 9-23.

aliados mais fortes dos Estados Unidos na América Latina, a Colômbia é um alvo particular para atividades de poder violentas.

A. Metodologia:

O estudo colombiano explica as fases do processo de desinformação, com foco em meios de comunicação de alcance internacional financiados pela China, Rússia, Venezuela e Cuba. A pandemia da COVID-19, entre outras questões, foi usada para testar os dados. Os pesquisadores examinaram 86.615 postagens no Twitter publicadas em espanhol por nove agências de notícias entre 1º de setembro de 2019 e 30 de setembro de 2020.²¹ Através de uma análise dessas postagens, a equipe de pesquisa determinou que o comportamento não autêntico ou inorgânico estava levando a uma replicação desproporcional de determinado conteúdo viral. Para entender melhor essas tendências, 1.464 perfis de usuários foram revisados manualmente, com a pesquisa dividida em duas etapas:

- Identificação da estratégia do país de cada estado estrangeiro — e de cada aparato da mídia estatal estrangeira, incluindo temas centrais e cargos importantes da mídia afiliada. Isso proporcionou uma visão profunda da primeira das duas fases do processo de desinformação: criação e produção de mensagens.
- Análise e observação dos usuários que replicam as postagens identificadas na primeira etapa, de modo a abordar a última fase do processo de desinformação: a disseminação.

B. A Pandemia da COVID-19 como Problema Principal:

O estudo constatou que a pandemia da COVID-19 não era um tema prioritário para a mídia estatal estrangeira na Colômbia. Apenas a China cobriu a pandemia da COVID-19 durante o período de estudo e limitou seu conteúdo a informações sobre o número de casos na Colômbia.

A mídia estatal chinesa na Colômbia teve como objetivo criar uma imagem positiva do país asiático no contexto da pandemia da COVID-19, embora o impacto tenha sido limitado. A mídia estatal russa se concentrou menos na pandemia da COVID-19 e mais nas questões que podem minar as relações estreitas entre Bogotá e Washington.

C. Contexto Geopolítico:

A Colômbia é um importante aliado dos EUA na América Latina. Os Estados Unidos são o principal parceiro comercial da Colômbia e a maior fonte individual de investimento estrangeiro. Além disso, os Estados Unidos têm um histórico de prestação de assistência significativa à nação latino-americana em áreas como promoção do processo de paz (entre o governo e o grupo rebelde FARC/Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia) e moradia para refugiados venezuelanos.

²¹The nine news agencies used were Xinhua and China Global Television Network (CGTV) from China; Actualidad RT (and its alternative RT Ultima) and Mundo Sputnik from Russia; Telesur from Venezuela; and Granma, Prensa Latina, and Cubadebate from Cuba.

Ao mesmo tempo, a Colômbia desenvolveu relações comerciais significativas com a China — a China é o segundo maior parceiro comercial da Colômbia, atrás apenas dos Estados Unidos. Em junho de 2021, foi anunciado que a Colômbia planeja aderir ao Belt and Road Initiative (BRI) da China, um desenvolvimento que poderia entrelaçar ainda mais a economia colombiana com a da China, possivelmente às custas dos Estados Unidos.

O interesse da Rússia na Colômbia tem sido mais assimétrico; como um forte aliado dos EUA, Moscou vê a Colômbia como um substituto para afetar a influência dos EUA na América Latina. Com a pandemia da COVID-19, a Rússia procurou desacreditar os esforços dos EUA na diplomacia de vacinas e na política externa dos EUA de forma mais ampla.

México

O atrito político dominante no México é entre o presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) e aqueles que se opõem à sua agenda para o país. Este estudo do ambiente de informação no México revelou uma influência da mídia estatal estrangeira menos persistente do que em outros países, mas um ambiente de mídia social altamente divisivo, centrado em torno do populismo polarizador de centro-esquerda da AMLO. Quanto às evidências de informação incorreta, desinformação e propaganda da mídia estatal estrangeira, a equipe do México considerou esse tipo de atividade mais proeminente no espaço cultural.

A. Metodologia:

A equipe do TEC de Monterrey usou uma ferramenta algorítmica para avaliar a atividade da mídia social relacionada à pandemia da COVID-19 e aos esforços relacionados à vacina de contas locais e estaduais estrangeiras. A análise foi feita ao nível nacional e estadual (*veja o estudo de caso de Nuevo León*). A análise do México concentra-se em uma amostra de 20.036 postagens no Twitter, de um universo de mais de 200.000 postagens. Incluída no exame dos dados estava a origem das postagens do Twitter, os retweets dessas postagens, a vida útil dessas postagens e uma análise de rede em torno dessas postagens, aplicando ferramentas de análise de sentimento para pintar um quadro abrangente de propagação e impacto.

B. A Pandemia da COVID-19 como Problema Principal:

A pandemia da COVID-19 atingiu fortemente o México, com a economia se contraindo em mais de 8 por cento. A indústria do turismo do país foi atingida de forma particularmente forte, exacerbando o desemprego. A pandemia, que veio em três ondas (a última em setembro de 2021), também piorou as condições sociais e agravou as divisões políticas do país.

A equipe do México encontrou narrativas conflitantes a favor e contra o governo com relação ao tratamento da pandemia da COVID-19. Ao mesmo tempo, o relatório indicou que, embora não houvesse nenhuma evidência de que a China ou a Rússia afetassem sistematicamente a conversa sobre a pandemia da COVID-19, havia um grau significativo de ativismo cultural ou diplomático. Os dados examinados destacaram investimentos chineses claros no engajamento por meio da diplomacia cultural e influência econômica, bem como alguma propaganda

limitada do governo chinês no México. Há poucas evidências de padrões semelhantes de atividade da mídia russa ou de outra mídia estatal estrangeira.

C. Contexto Geopolítico:

O México é um importante aliado e parceiro comercial dos EUA, posição reforçada por ser membro do Acordo EUA-México-Canadá (USMCA) e compartilhar uma fronteira estendida com seu vizinho do norte. Ao mesmo tempo, a fronteira sul do México o atrai para a política da América Central, em particular os países do Triângulo Norte da Guatemala, Honduras e El Salvador, onde a combinação de crime transnacional, insegurança e pobreza resultou em migração substancial, a maioria dos quais se dirige para a fronteira sul dos Estados Unidos.

Embora as relações entre os Estados Unidos e o México tenham sido geralmente positivas nas últimas duas décadas, com base em uma abordagem orientada para o mercado semelhante aos assuntos econômicos e na crença na democracia, a abordagem populista de AMLO levantou sérias questões geopolíticas. Embora os investidores estrangeiros tenham se tornado mais cautelosos em relação ao México, a AMLO também buscou reconcentrar o poder político no cargo de presidente e reduzir as salvaguardas democráticas. O diálogo político, que se reflete no ecossistema de informações, tornou-se mais dividido entre os que defendem o presidente e seus programas e os que se opõem. O estado do discurso e do debate político tornou-se mais complicado devido às controvérsias sobre se o presidente López Obrador administrou mal a pandemia da COVID-19.

Atualmente, a China tem uma presença econômica no México, especificamente na indústria manufatureira, no setor petrolífero e, mais recentemente, no setor de extração de lítio. Considerando a natureza instável da política mexicana e a tendência de divisão no ecossistema de informações do país, poderia haver um esforço mais coordenado para que a China fizesse incursões através de um esforço de propaganda mais sustentado.

O CENÁRIO DA DESINFORMAÇÃO: COMPARANDO OS DADOS

Pontos-Chave

Os casos cobertos neste relatório — Argentina, Chile, Colômbia, México, Peru e Venezuela — compartilham semelhanças marcantes e diferenças importantes. Todos os seis países sofreram alguma forma de desinformação, informação incorreta ou propaganda, seja da Rússia e da China ou de atores políticos domésticos. Para todos os países estudados, a pandemia da COVID-19 tornou-se o principal alvo de informação incorreta e desinformação. Na Argentina, Chile e Peru, agentes chineses e russos têm usado propaganda para reforçar a imagem pública de seus países. No México, narrativas conflitantes sobre a gestão governamental da pandemia polarizaram e dividiram o país tanto quanto qualquer questão doméstica. Na Colômbia e na Venezuela, os motores da mídia estatal estrangeira se concentram mais nas batalhas geopolíticas e nas questões sociais do que na pandemia.

COVID-19 e a Diplomacia da Vacina

A Rússia e a China usaram a diplomacia da COVID-19 na Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Venezuela para melhorar sua percepção pública nesses países. Seus métodos variam conforme o país. Na Venezuela, o governo promoveu ativamente o papel do governo russo na vacina Sputnik V, e o presidente e o vice-presidente comemoraram o envolvimento da Rússia através de publicações nas redes sociais. Na Argentina, Chile, Colômbia e Peru, a mídia estatal russa e chinesa contou com comentários positivos de indivíduos e instituições fora do governo.

O governo russo divulgou a narrativa de que a distribuição da Sputnik V demonstrava a posição de Moscou como uma grande potência, capaz de desempenhar um papel construtivo na região. A maior taxa de sucesso da Sputnik V em relação às vacinas concorrentes chinesas também elevou a posição de Moscou em relação à China. Ao mesmo tempo, a diplomacia russa da COVID-19 procurou diminuir o papel dos Estados Unidos na América Latina. Os comentários russos no México foram mais discretos a esse respeito.

A narrativa da mídia estatal chinesa em torno da pandemia da COVID-19 foi que não se deve olhar para o país como o ponto de origem da pandemia, mas sim considerá-lo de uma forma positiva como uma fonte de aconselhamento e assistência médica internacional. Embora as vacinas chinesas, como Sinopharm e Sinovac, tenham tido resultados questionáveis, muitos na América Latina consideraram ter acesso a pelo menos uma vacina melhor do que nenhuma. Além disso, as narrativas chinesas e russas não medem esforços para enfatizar que eles estavam fornecendo assistência com vacinas e que os Estados Unidos não.

Os resultados da mensagem anti-EUA variaram. Como observa a pesquisa da equipe da Colômbia, “a COVID-19 não era um tópico prioritário usado para impactar o ecossistema de informações”. A propaganda chinesa provavelmente teve o maior impacto na Argentina, Chile e Peru, onde o governo chinês procurou também cultivar membros da imprensa, academia e comunidade de formulação de políticas.

O caso venezuelano é único. O governo autoritário da Venezuela é aliado da China e da Rússia e uma das principais fontes de desinformação do país. A desinformação e a propaganda na Venezuela têm como alvo os partidos de oposição internos e figuras políticas, bem como os Estados Unidos e a Colômbia, muitas vezes enfatizando a força do regime de Maduro, a fraqueza dos partidos de oposição e os danos causados pelas sanções econômicas dos EUA. Fontes do governo venezuelano oferecem uma narrativa positiva do papel da Rússia e da China no combate à pandemia da COVID-19.

Impacto Geopolítico

O impacto da desinformação russa e chinesa varia na América Latina. Na Argentina, Chile, Colômbia e Peru, a desinformação chinesa e russa busca gerar desconfiança pública em relação às instituições democráticas; aprofundar as falhas sociais existentes; e erodir a fé popular nos processos democráticos. Como observa a pesquisa da equipe da Colômbia, “a Rússia se

concentra em postagens que criticam os países democráticos com fortes relações com os Estados Unidos. Recorre à constante menção das deficiências destas instituições governamentais e dá visibilidade aos protestos sociais, atos de repressão e violações dos direitos humanos”.

A desinformação chinesa e russa retrata os Estados Unidos como uma potência em declínio com uma presença global fracassada ou desajeitada. Enquanto a Rússia oferece uma visão mais contundente e negativa do papel dos EUA na América Latina, a China desempenha um papel mais sutil. A China aumentou sua presença na América Latina por meio do comércio e investimento às custas dos Estados Unidos, visando garantir fontes seguras de recursos naturais essenciais. Para conseguir isso, ela praticou a política econômica e cultivou ativamente as elites políticas, acadêmicas e econômicas locais. A narrativa da COVID-19 da China se encaixa nesse padrão.

Enquanto a desinformação, a informação incorreta e a propaganda chinesa buscam capturar os corações e mentes das populações dos países latino-americanos ao traçar o perfil da RPC como um parceiro confiável, a Rússia está mais interessada em semear a discórdia social e o caos. Esse foi particularmente o caso dos esforços russos no Chile e na Colômbia, dois países com laços estreitos de longa data com os Estados Unidos.

Protestos Sociais e Fatores Externos da América Latina

O papel da Rússia como um estraga-prazeres perturbador e as aspirações da China de se tornar uma potência hegemônica na América Latina levaram a duas estratégias de desinformação muito diferentes nos últimos anos. Os protestos de rua e a agitação social que abalaram o Chile (em 2019-2021), a Colômbia (2019-2020) e o Peru (2019-2020) ilustram bem essa dinâmica. As raízes dos protestos variaram desde o desejo de grandes segmentos da população chilena de uma mudança na constituição do país até às demandas da Colômbia para implementar medidas anticorrupção, reforma da polícia e o acordo de paz de 2016 com as Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC). Um traço comum a todos esses países foi a frustração com o aprofundamento das disparidades econômicas e da injustiça social, agravadas pelo severo impacto econômico da pandemia da COVID-19.

Outro ponto comum foi uma campanha agressiva de desinformação por atores russos contra vários governos locais para provocar agitação social. O sharp power de Moscou e a ênfase na agitação social continuaram até os dias atuais na Colômbia, onde a cobertura da mídia russa sobre a COVID-19 tem sido “escassa” em comparação com a cobertura de protestos sociais, violações dos direitos humanos e críticas ao governo do presidente Iván Duque.

México à Parte

A experiência do México difere da dos demais países latino-americanos examinados neste relatório. Como a pesquisa da equipe do México descobriu: “Não encontramos evidências de uma intervenção organizada e sistemática de contas associadas ao governo chinês na discussão sobre a COVID-19 no México”. A pesquisa descobriu que “os relatos que reproduzem conteúdo vinculado ao governo chinês representam um tipo de comunicação social ou diplomacia cultural, mas não propaganda política ou desinformação”.

Isso não significa que o México seja imune à informação incorreta, desinformação ou propaganda. Na verdade, existem contas e redes específicas que amplificam o envolvimento em torno da desinformação e da informação incorreta, como demonstra o estudo de caso de Nuevo León. No entanto, as análises da equipe mexicana das redes sociais descobriram que a maior parte da informação incorreta é impulsionada por atores políticos domésticos divididos sobre os planos do presidente López Obrador para o desenvolvimento futuro do México, e não por agentes estrangeiros. A equipe conclui que “a polarização política observada no México foi exacerbada nos últimos anos pelas ações do presidente e pelas reações de seus críticos”. Uma recomendação importante das descobertas foi um apelo para uma maior colaboração entre acadêmicos, jornalistas e a sociedade civil, bem como mais investimento no campo para neutralizar a disseminação de mensagens polarizadas que geram radicalização e possível violência. A luta ativa por influência na rede social do México reflete uma das polarizações mais profundas da história do país. Isso se refletiu em opiniões divergentes sobre o tratamento dado pelo governo à COVID-19, um ponto sensível para muitos mexicanos.

Embora o envolvimento chinês no México possa não ser sistemático e direto, o papel de Pequim está crescendo. Embora consideravelmente atrás dos Estados Unidos, a China é o segundo maior parceiro de importação do México e seu terceiro mercado de exportação. É também um grande investidor no México. A China, que tende a contar com uma estratégia geopolítica e econômica de longo prazo, está disposta a manter uma tendência de engajamento econômico. Se a polarização política do México continuar, a China pode começar a usar as redes sociais com mais frequência para influenciar a opinião pública. A política do México não é estática; tampouco são as estratégias de potências externas como a China que visam exercer maior influência na região.

Olhando Para Frente

A desinformação, a informação incorreta e a propaganda da mídia estatal estrangeira — e os esforços chineses e russos neste espaço em particular — representam um grande desafio tanto para os Estados Unidos quanto para os países latino-americanos. Enquanto os Estados Unidos enfrentam um desafio crescente da China no que considera uma região estratégica importante, a ameaça de informação incorreta da China e da Rússia é um perigo claro e presente para a saúde e sobrevivência dos governos democráticos em toda a região. O impacto negativo da pandemia da COVID-19 tornou esse risco ainda maior. A Rússia e a China reconhecem ser importante conquistar corações e mentes; informação incorreta, desinformação e propaganda

forneem uma poderosa carta para deslocar a influênciam dos Estados Unidos, algo que os formuladores de políticas em Washington e nas respectivas capitais latino-americanas precisam considerar e combater fortemente.

Tecnológico de Monterrey (TEC) - México

Sumário Executivo

Entre os primeiros a analisar a disseminação de notícias falsas sobre a COVID-19 no Twitter em um idioma diferente do inglês, este relatório analisa, em um nível granular, como a desinformação em ambientes polarizados como o México se torna uma ferramenta para promover posições políticas (seja a favor ou contra o governo). A polarização política do México foi exacerbada nos últimos anos pelas ações do presidente López Obrador e pelas reações de seus críticos. A equipe do TEC não encontrou evidências de uma intervenção organizada e sistemática das contas associadas ao governo chinês na discussão sobre a COVID-19 no México. Eles descobriram que as contas que reproduzem conteúdo vinculado ao governo chinês representam um tipo de comunicação social ou diplomacia cultural, mas não propaganda política sistemática ou desinformação. Em relação à Rússia, houve atividade distinta da mídia patrocinada pelo estado, como a Actualidad RT. No entanto, esses meios de comunicação estatais não exerceram influência através da disseminação de desinformação, mas sim promovendo uma cobertura favorável da vacina Sputnik V. A análise de sentimento conduzida pela equipe, com técnicas de visualização de dados, ajudou a lançar luz sobre como a diplomacia cultural e redes de disputas domésticas de informação operam no México, adicionando uma camada extra de compreensão visual e fenomenológica.

Glossário de Termos

1. **Modelagem de tópicos.** Este modelo refere-se à aplicação de métodos estatísticos para a descoberta de um conjunto de “tópicos” presentes em um conjunto de mensagens ou documentos. Este modelo visa determinar o conjunto ou distribuição de palavras que ajudem a identificar um possível tópico de uma forma geral.
2. **Interface de Programação de Aplicação (API).** Uma interface que permite que dois programas se comuniquem entre si usando um protocolo estabelecido.
3. **Banco de Dados Relacional (BDR).** Tipo de banco de dados que armazena dados em tabelas relacionadas através de um identificador único (chave).
4. **Representações de Codificador Bidirecional de Transformadores (BERT).** Modelo de representação de linguagem projetado para pré-treinar representações bidirecionais profundas de texto não rotulado, condicionando conjuntamente os contextos esquerdo e direito em todas as camadas.
5. **Composto.** Uma pontuação de -1 a 1, onde -1 indica o maior grau de negatividade de um texto e 1 indica o maior grau de positividade. Valores próximos de 0 denotam neutralidade.

6. **Download em massa.** O processo automático e ininterrupto de coleta de tweets, usuários e entidades relacionadas desde 1º de janeiro de 2020, por meio do acesso acadêmico da API do Twitter.
7. **Índice de Gini.** Este coeficiente calcula a distribuição de renda de uma população específica, fornecendo uma estimativa da desigualdade econômica em uma escala de 0 (igualdade absoluta, em que todos os indivíduos recebem uma renda igual) a 1 (desigualdade absoluta, em que um indivíduo recebe toda a renda acumulada).
8. **Alocação de Dirichlet Latente (LDA).** Um modelo estatístico que permite a descoberta de tópicos abstratos, também conhecido como modelagem de tópicos.
9. **Amostragem bola de neve.** Método de pesquisa, utilizado na revisão da literatura, que consiste em explorar uma fonte e suas conexões com outras fontes através de citações, identificando assim uma rede acadêmica. Nesse contexto, ele é usado para conteúdo de tweet, rastreando a rede de seguidores e pessoas que seguem o usuário.
10. **Modularidade.** Uma medida de estrutura de rede (detecção de comunidade) projetada para medir a força da divisão de uma rede em módulos.
11. **Negatividade.** Um termo associado a conjuntos de palavras relacionadas a sentimentos de desconfiança, tristeza e pessimismo.
12. **Positividade.** Termo que se refere a um conjunto de palavras que denotam sentimentos positivos como alegria, esperança e confiança.
13. **Precisão.** A proporção $VP / (VP + FP)$, em que VP é o número de verdadeiros positivos e FP é o número de falsos positivos. A precisão é, intuitivamente falando, a capacidade do classificador de não rotular uma amostra negativa como positiva.
14. **F1 Score.** Uma média ponderada de precisão e recordação, em que uma pontuação F1 atinge sua melhor pontuação em 1 e sua pior pontuação em 0.
15. **Recall.** A proporção $VP / (VP + FN)$, em que VP é o número de verdadeiros positivos e FN é o número de falsos negativos. O recall é, intuitivamente, a capacidade do classificador de detectar todas as amostras positivas.
16. **#RedAMLO.** Esta hashtag é usada por contas de apoio ao governo do Presidente López Obrador, seja em tweets ou nas descrições das contas.
17. **Suporte.** O número de aparições de cada tag.

Introdução

Com o advento da época digital e o desenvolvimento das redes sociais, um número crescente de pessoas em todo o mundo encontra um espaço inédito de comunicação e acesso à informação. A riqueza do conhecimento humano está ao alcance das sociedades contemporâneas com acesso à Internet e dispositivos inteligentes que conectam os indivíduos ao mundo digital. Ao contrário da comunicação de massa promovida pela televisão, rádio e jornais antes do surgimento da internet, a era digital permite que os indivíduos decidam onde encontrar as informações que procuram.

Isso envolve um elemento de responsabilidade pessoal em que cada indivíduo deve escolher seguir as mídias, plataformas e perfis que melhor atendam aos seus interesses e gostos. Ao contrário da era hegemônica dos meios de comunicação tradicionais em que a audiência dependia da informação veiculada pela televisão ou pelo rádio, hoje cada pessoa pode escolher entre uma miríade de fontes de qualquer país para acessar a informação que deseja. No entanto, do universo da mídia digital que existe, nem todas contêm informações objetivas e factuais.

Embora o fenômeno da desinformação não tenha surgido na época digital e se espalhado por séculos,²² encontrou terreno fértil nas redes sociais. Isso porque algoritmos de redes sociais filtram as informações conforme os interesses, gostos e perfil de cada usuário. Isso permite que os consumidores de informação usem as redes sociais por um período mais longo. À medida que os usuários se envolvem com as redes sociais, os algoritmos “aprendem” quais conteúdos e contas são de maior interesse com base no perfil de cada pessoa. Cada curtida e retweet ensina ao algoritmo da rede social as preferências do usuário, gerando uma bolha de informações.

Essa “bolha” leva o usuário a manter um viés quanto às informações que consome, já que o próprio algoritmo descarta ou marginaliza informações que não se enquadram no gosto de cada pessoa. De acordo com Shu et al.²³, a bolha de informações “faz os usuários acreditarem que gostos do grupo de usuários na bolha representam os gostos da maioria das pessoas”.²⁴

²²Segundo Burkhardt (2017), as notícias falsas são utilizadas desde a antiguidade, antes mesmo do surgimento da imprensa. Por exemplo, o autor apresenta o caso de “Procópio de Cesareia [que] usou notícias falsas para difamar o imperador Justiniano. Enquanto Procópio apoiou Justiniano durante sua vida, após a morte do imperador, Procópio lançou um tratado chamado *Secret History* que desacreditou o imperador e sua esposa” (p. 5). No entanto, com o surgimento da imprensa, tornou-se mais fácil disseminar informações, incluindo informações tendenciosas e enganosas.

²³ Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. ACM SIGKDD Explorations Newsletter, 19(1), 22–36. <https://0-doi-org.biblioteca-ils.tec.mx/10.1145/3137597.3137600>.

²⁴Veja também o trabalho recente de Chris Bail - Breaking the social media prism (2021), onde ele questiona a chamada “caixa de ressonância” das redes sociais. No entanto, ele reconhece que parte do problema da polarização gerada nas redes sociais reside em nós mesmos como usuários das redes sociais. “Na era do crescente isolamento social, as plataformas de redes sociais se tornaram uma das ferramentas mais importantes que usamos para nos compreendermos e aos outros. Somos viciados em mídia social não porque nos fornece imagens brilhantes ou distração sem fim, mas porque nos permite fazer algo que os humanos lutam para fazer: apresentar diferentes versões de nós mesmos, observar o que as outras pessoas pensam de si mesmas e revisar nossa identidade adequadamente... O prisma da mídia social alimenta a busca de status de extremistas, silencia os moderados que

Nesse sentido, a **bolha que envolve cada usuário leva as pessoas a enfrentarem dois vieses cognitivos: o realismo ingênuo**, que consiste nos usuários acreditarem que apenas sua percepção da realidade é correta; e o **viés de confirmação**, que leva o usuário a consumir informações que confirmem suas crenças e percepções da realidade, descartando assim todas as informações contrárias às suas visões.

No entanto, esse fenômeno atinge principalmente sociedades que, por sua realidade política, social e/ou econômica, estão polarizadas. A polarização torna-se então um gatilho para a propagação de informações enganosas e propaganda (a favor e contra), compartilhando informações que fortalecem as ideias e abordagens de alguém, o que gera incentivos para compartilhar informações parciais, tendenciosas ou falsas.

A disseminação de informações falsas e propaganda, seja a favor ou contra o governo no poder, é um fenômeno que impacta o funcionamento efetivo dos sistemas democráticos. Em sociedades polarizadas, esse fenômeno é de maior preocupação porque grupos ou facções opostas se confrontam usando informações tendenciosas e enganosas para enfraquecer a parte oposta e manipular o público com uma visão incompleta da realidade.

No entanto, em ambientes polarizados, os atores locais procuram influenciar a discussão nas redes sociais, enquanto os agentes externos também usam o ecossistema de desinformação e a polarização em seu proveito. A influência estrangeira pode ser direta (usando contas vinculadas a governos estrangeiros para entrar na discussão, o que pode ser feito com ou sem o conhecimento de atores políticos nacionais) ou indireta (replicação de informações geradas em outro país usando contas domésticas).

Para este estudo, conduzimos uma análise completa do ecossistema de mídia social no México, especificamente o Twitter, para: identificar a prevalência de informações incorretas; avaliar o uso político das mídias sociais pelos usuários (a favor ou contra o governo); e identificar possíveis evidências de interferência no Twitter por atores estrangeiros no México.

Este relatório começa com um breve relato das atitudes do presidente mexicano López Obrador, que exemplificam a polarização no México, bem como seu impacto na discussão nas redes sociais. Posteriormente, será realizado um estudo comparativo para analisar os casos da Hungria, Índia e Arábia Saudita para esclarecer o papel dos governos semiautoritários e autoritários na manipulação das redes sociais. Esta informação é relevante para exemplificar o uso político da desinformação ao nível nacional (ou seja, sem a intervenção de agentes estrangeiros). A terceira seção apresenta a metodologia e estratégia de obtenção de amostras de dados. Finalmente, analisamos se há evidência de influência estrangeira na discussão do Twitter no México: (1) tirando de uma amostra aleatória de tweets estatisticamente representativos (para identificar atores ligados a governos estrangeiros, bem como para corroborar a existência de desinformação e o uso político do Twitter ao nível doméstico); e (2)

pensam haver pouco a ganhar discutindo política nas redes sociais e deixa a maioria de nós profundamente desconfiados sobre os outros do outro lado, e até mesmo sobre o tamanho da polarização” (p.10).

monitorar contas específicas cujo perfil seja favorável aos interesses do governo de Pequim (para saber como essas contas aproveitam a discussão nas redes sociais).

Em seguida, analisamos se há evidências de desinformação sistemática e estratégias de propaganda implementadas ao nível doméstico durante a pandemia da COVID-19, avaliando os atores predominantes na discussão nacional no Twitter, criando uma visualização das redes de usuários e construindo uma análise dos sentimentos e emoções refletidas por atores e facções relevantes. Também avaliamos a duração das postagens de informações incorretas e as principais narrativas que levaram as facções a apoiar ou se opor ao governo federal.

Para concluir o relatório, revisamos as diferentes políticas implementadas em algumas partes do mundo para conter a desinformação e a divulgação de notícias falsas. Identificam-se algumas recomendações de políticas públicas para enfrentar o ecossistema de desinformação e o uso político das redes sociais, de modo a fortalecer seu caráter democrático e deliberativo. Também identificamos desafios de implementação no contexto de polarização no México e a vulnerabilidade da mídia tradicional em face dos mercados de publicidade e notícias digitais. Finalmente, compartilhamos as principais conclusões deste estudo e abordagens para pesquisas futuras.

Populismo e a exacerbação da polarização no México

O México vive um dos momentos mais polarizados de sua história moderna. Embora não tenha surgido recentemente — é um fenômeno que surgiu ao longo de décadas — tornou-se mais evidente e gerou enorme incerteza sobre o futuro do país.

Essa polarização encontrou um espaço ideal para influenciar como os mexicanos se relacionam e, de modo a fazer avançar a agenda governamental intitulada “Quarta Transformação” defendida pelo presidente López Obrador, deixou a sociedade mexicana com uma forte divisão entre aqueles que apoiam a agenda política do presidente e aqueles que se opõem a ela. No entanto, consistente com as tendências populistas globais, o discurso político no México enfatiza a crença de que existem apenas dois grupos principais na sociedade, embora haja muitos que não se encaixam perfeitamente em nenhum desses campos: o “povo” contra a “elite”; “Os que estão na base” contra “os que estão no topo”; “nós contra eles.” A tensão entre essas facções leva até mesmo indivíduos que não se identificam com essa dualidade a participarem ativamente das discussões geradas em torno da agenda presidencial.

Um dos fatores apontados como causa dessa polarização é a desigualdade. Conforme as últimas estimativas do Banco Mundial²⁵ (2018), o índice de Gini no México é de 45,4; onde 0 implica igualdade absoluta e 100 significa desigualdade absoluta. A pobreza é outro fator histórico que reflete essa divisão na sociedade mexicana. Um dos principais slogans da campanha e do governo do presidente López Obrador é: “para o bem de todos, os pobres vêm em primeiro lugar.” Em 2018, ano em que López Obrador assumiu a presidência, 41,9 por cento da

²⁵World Bank (2018). Gini index (World Bank estimate) – Mexico. DataBank. https://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI?locations=MX&name_desc=true.

população vivia na pobreza (CONEVAL, 2021).²⁶

Ambos os fatores ganharam destaque no discurso do então candidato López Obrador, que baseou sua campanha na promessa de enfrentar a pobreza e a desigualdade nacional por meio do combate à corrupção (tema central do discurso do atual presidente). No entanto, assim que assumiu a presidência, López Obrador apelou às diferenças preexistentes e discursos ressentidos, criticando seus antecessores e cidadãos que não apoiam sua agenda. Ou seja, o presidente mantém uma narrativa recorrente em que os grupos de oposição são os responsáveis pelos grandes problemas que afligem o país, fazendo com que seus partidários ecoem suas críticas e ataques contra intelectuais, imprensa, empresários, partidos da oposição, organizações da sociedade civil, e outros atores identificados (nas palavras do presidente) como representantes do “neoconservador” ou beneficiários do neoliberalismo.

Em ocasiões, López Obrador identificou seus principais críticos pelo nome, o que facilitou ataques às redes sociais por usuários simpatizantes de seu governo. Por exemplo, em setembro de 2020, em sua entrevista coletiva matinal, López Obrador expôs colunistas que criticavam seu governo. Isso reflete um ato de intimidação contra a liberdade de expressão que é típico dos regimes autoritários. Embora o governo López Obrador não tenha exercido pressão direta para demitir seus críticos na imprensa, sua intolerância às críticas pode gerar atitudes hostis nos próximos anos de seu governo. [Fig. 1]



Figura 1. Andrés Manuel López Obrador identifica periodistas críticos. Fonte: Gabinete do Presidente.

Outro exemplo que permite compreender como o pódio presidencial cria condições para uma maior polarização são as críticas que López Obrador faz às organizações da sociedade civil, tanto nacionais como estrangeiras. Sem dúvida, a organização que mais recebeu críticas é a Mexicanos Contra a Corrupção e a Impunidade (MCCI). A organização realiza investigações sobre casos de corrupção desde o governo do ex-presidente Enrique Peña Nieto e vários casos vinculados ao atual governo. Isso questionou diretamente o discurso presidencial predominante que, desde que ele assumiu o cargo em 1º de dezembro de 2018, afirma que "a corrupção

²⁶ National Council for the Evaluation of Social Development Policy (CONEVAL) (2021). Medición de la pobreza en México - 2018-2020. Medición de pobreza 2018-2020. https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza_2020.aspx.

acabou".

O presidente também criticou o fundador do MCCI, Claudio X. González Guajardo, por servir aos interesses da oposição, menosprezar as investigações do MCCI ou simplesmente alegar que tais investigações são falsas. Um dos incidentes de maior impacto nas redes sociais ocorreu no dia 6 de maio, quando um jornalista da revista *Contralínea* apresentou ao presidente os resultados de uma investigação que supostamente prova que o governo dos Estados Unidos é o principal financiador do MCCI. O jornalista especificou que “somente em 2019 e 2020, os Estados Unidos transferiram 25,7 milhões de pesos para o MCCI”.²⁷ Em resposta, o presidente garantiu que enviará carta diplomática ao governo dos Estados Unidos para esclarecer o assunto.

O caso agravou-se quando o presidente insistiu que o governo dos Estados Unidos tem uma política externa intervencionista em relação ao México. López Obrador afirmou que “todos nós sabemos que foi muito desagradável, eu diria vergonhoso, ver as denúncias feitas, nas quais organizações de oposição, organizações políticas contrárias ao nosso governo e o processo transformador que está ocorrendo no México são financiados pelo governo dos EUA. É um claro sinal de ingerência, de intervenção do governo dos Estados Unidos em assuntos que dizem respeito apenas aos mexicanos, por isso foi enviada a carta diplomática”.²⁸

As declarações do presidente na entrevista coletiva de 19 de maio demonstram uma hostilidade crescente não apenas contra uma organização da sociedade civil, mas também contra um aliado do governo. As declarações de López Obrador, é claro, permanecem sem corroboração, e o governo dos Estados Unidos negou assiduamente tais alegações, sustentando que o financiamento dos Estados Unidos de organizações não governamentais e da sociedade civil mexicana não representa atividade política, mas sim destina-se a abordar questões como o desenvolvimento econômico, meio ambiente, justiça, investigações jornalísticas e outras atividades, conforme a legislação mexicana.

Além das declarações contra o suposto intervencionismo, o presidente violou o sigilo fiscal da MCCI ao exibir, na mesma entrevista coletiva, várias faturas mostrando o financiamento da Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional (USAID) à MCCI [Fig. 2]. Naquela tarde, o MCCI emitiu um comunicado acusando o presidente de violar a constituição e a legislação sobre proteção de dados pessoais, afirmando que a conduta de López Obrador "constitui uma perseguição política" contra a organização.²⁹

²⁷ Andres Manuel López Obrador Press Room (May 6, 2021). Stenographic version of the press conference with President Andres Manuel López Obrador on May 6, 2021. <https://lopezobrador.org.mx/2021/05/06/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-524/>.

²⁸ Gobierno de México (May 19, 2021). En Octubre estará vacunada toda la población mayor de 18 años. Presidential conference. YouTube. https://youtu.be/wz1_2b82i8c?t=5155.

²⁹ Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (2021, May 19). Exigimos un alto a este acoso abusivo e ilegal contra de MCCI. Press releases. <https://contralacorrupcion.mx/comunicado-de-prensa-acoso-presidente/>.

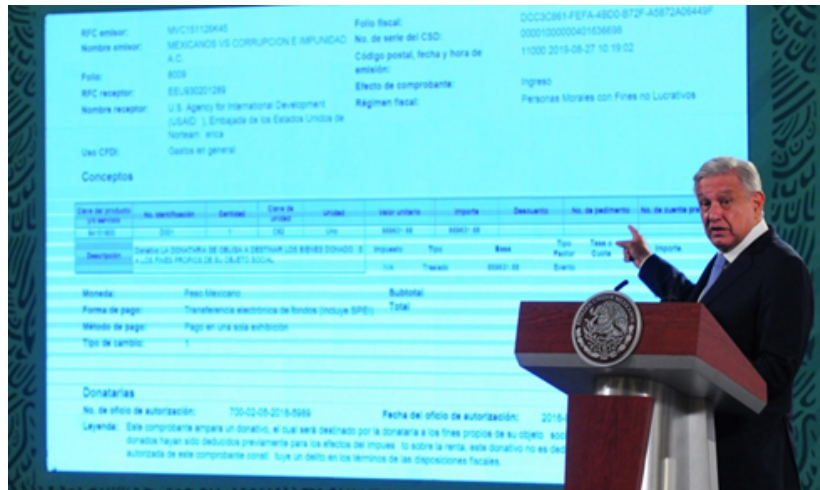


Figura 2. O presidente López Obrador exhibe o financiamento da USAID ao MCCI. Fonte: Gabinete do Presidente.

O exposto acima exemplifica apenas uma amostra da maneira como as atitudes e declarações do presidente López Obrador tiveram grande impacto na opinião pública; eles também impactaram as redes sociais. É nesse cenário de crescente polarização que convergem em tempo real as posições das duas principais facções: usuários que apoiam e ecoam as afirmações de López Obrador, e usuários que criticam o presidente.

Após um breve resumo das atitudes recentes do governo López Obrador e como elas influenciaram diretamente a opinião pública, a seção a seguir fará uma análise comparativa que ilustra as ações de três governos com tendências autoritárias que intervieram diretamente no debate sobre as redes sociais em seus países. Os casos da Hungria, Índia e Arábia Saudita mostram um vínculo direto entre os agentes do Estado e a manipulação de conteúdo nas redes sociais para seu benefício político, vínculo ainda não comprovado no México.³⁰ Essas ligações também refletem o uso doméstico de redes sociais independentes de intervenção estrangeira direta.³¹

A desinformação e o uso político das redes sociais como estratégia autoritária: os casos da Hungria, Índia e Arábia Saudita

As redes sociais facilitam o embate entre os dois principais antagonistas, em que simpatizantes e críticos podem responder a qualquer publicação. Esse fenômeno ocorre de forma orgânica em várias partes do mundo - ou seja, os cidadãos em geral se posicionam ou criticam seus líderes e gera uma discussão nas redes sociais. No entanto, em alguns países essa discussão é dirigida ou coordenada por agentes governamentais, tornando-se um espaço inorgânico ou

³⁰No caso do México, até o momento não foi identificada a participação direta e sistemática de agentes do governo na promoção da desinformação e propaganda favorável ao presidente López Obrador.

³¹Como será apresentado mais adiante neste relatório, o uso político (a favor ou contra o governo) e a disseminação da desinformação nas redes sociais no México é um fenômeno doméstico: são os usuários mexicanos que promovem a informação para fins políticos e recorrem à desinformação.

artificial de discussão. A intervenção do Estado nas redes sociais é uma característica fundamental dos regimes autoritários, que procuram limitar a liberdade de expressão ameaçando e humilhando os críticos, o jornalismo independente e os cidadãos que questionam as ações do governo.

Um exemplo disso é o ecossistema de mídia social na Hungria. Com a adesão de Viktor Orbán ao governo húngaro em 2010, iniciou-se um processo de profundas reformas políticas graças ao apoio do partido Fidesz, que Orbán liderou até sua eleição como primeiro-ministro. Isso resultou na deterioração gradual das credenciais democráticas da Hungria.³²

As políticas de Orbán levaram à centralização do poder nas instituições do Estado, enfraqueceram o sistema eleitoral e fortaleceram o papel do Poder Executivo ao declarar o estado de emergência como resultado da pandemia da COVID-19 (que lhe permitiu governar por decreto). O governo Orbán-Fidesz conseguiu cooptar uma parte substancial da imprensa e cercou o jornalismo independente, intimidou organizações da sociedade civil e atores críticos do governo húngaro.³³ Embora a Hungria seja formalmente uma democracia, o enfraquecimento das instituições e as restrições às liberdades estão rapidamente corroendo a situação política e levando o país para mais perto do autoritarismo.

O ambiente da mídia social na Hungria é uma das frentes em que o governo tem procurado influenciar para controlar a narrativa e a discussão pública. No caso da Hungria, foi identificada a influência indireta do Kremlin, o que reflete a proximidade de Orbán com a Rússia e sua rejeição das políticas da União Europeia. Segundo o Parlamento Europeu³⁴, a desinformação e a propaganda na Hungria são fenômenos domésticos resultantes da replicação de informações geradas pela Rússia que se alinham com os interesses do governo de Orbán (por exemplo, artigos críticos às políticas da União Europeia), utilizadas por a mídia húngara para fortalecer o euroceticismo.³⁵

As redes sociais foram usadas pelo governo de Orbán e pelo partido Fidesz, no poder, para enfraquecer a oposição e as vozes online que criticam o governo. Segundo a Freedom House³⁶, as estratégias de desinformação e propaganda se tornaram mais agressivas nas semanas que antecederam as eleições para fortalecer a posição do Fidesz e mobilizar simpatizantes do governo de Orbán. A comunidade internacional também publicou investigações independentes que, apesar das pressões do governo, conseguiram mostrar como o governo tem atuado nas

³² Bogaards, M. (2018) De-democratization in Hungary: diffusely defective democracy. *Democratization*, Taylor & Francis Online. 25:8, 1481-1499, DOI: 10.1080/13510347.2018.1485015.

³³ Bogaards, M. (2018) De-democratization in Hungary: diffusely defective democracy. *Democratization*, Taylor & Francis Online. 25:8, 1481-1499, DOI: 10.1080/13510347.2018.1485015.

³⁴ European Parliament (2021). *Disinformation and propaganda: impact on the functioning of the rule of law and democratic processes in the EU and its Member States (2021 update)*. Directorate General for External Policies.

³⁵ “A Hungria é um dos poucos Estados-Membros onde a desinformação prevalece, mas não pode ser atribuída a interferências externas. A razão para isso é que a propaganda russa é assumida pela grande mídia nacional incluindo a mídia de serviço público, e apresentada como conteúdo orgânico.” (European Parliament, 2021, p. 46).

³⁶ Freedom House (2018). *Freedom on the net—2018: Hungary*. Reports on Europe and Eurasia. Key Developments: June 1, 2017-May 31, 2018. <https://freedomhouse.org/country/hungary/freedom-net/2018>.

redes sociais.

De acordo com esses relatórios, o governo húngaro possui uma sofisticada rede de usuários com tendências pró-governo que recebem instruções dos coordenadores de comunicação para publicar conteúdos favoráveis ao Fidesz. Esses coordenadores especificam o tipo de conteúdo a divulgar, os horários de postagem nas redes sociais e até mesmo o tipo de memes a ser compartilhado.³⁷ Esse mecanismo é atribuído a governos autoritários (ou com tendências autocráticas) interessados em exercer maior influência e limitar a liberdade de expressão.

Outro exemplo de intervenção em rede social é o do governo de Narendra Modi, na Índia. Com a ascensão de Modi e seu partido — o Partido Bharatiya Janata (Partido do Povo Indiano, BJP) — ao poder, iniciou-se um processo de centralização do poder público e a glorificação do nacionalismo indiano e do hinduísmo. Isso levou ao deslocamento de grupos de minorias étnicas e todas as outras religiões (particularmente o Islã) na narrativa nacionalista pró-hindu. O primeiro-ministro Modi aprofundou a islamofobia ao lançar uma campanha contra o terrorismo, recebida favoravelmente por seus partidários que consideram o Islã e outras religiões “não indianas”.³⁸

A organização internacional Freedom House³⁹ rebaixou a classificação democrática da Índia de "livre" para "parcialmente livre". Isso se deve à promoção de políticas discriminatórias, violência contra minorias (especialmente muçulmanos), intimidação e assédio sistemático de jornalistas independentes, organizações não governamentais e críticos do governo Modi-BJP. Conforme a Freedom House, as autoridades até mesmo processaram criminalmente jornalistas, estudantes e críticos usando as leis anti-sedição da era colonial. Os direitos políticos das minorias, especialmente dos muçulmanos, foram ameaçados pelas políticas nacionalistas do Modi-BJP.⁴⁰

Conforme descrito no caso da Hungria, a existência de propaganda, notícias falsas e ataques a críticos ligados ao governo (especificamente ao departamento de mídia social do BJP) foi relatada na Índia. Segundo o jornalista indiano Swati Chaturvedi, os usuários das redes sociais pertencentes a uma rede coordenada pelo BJP zombam e atacam opositores do governo Modi, do BJP, da imprensa independente e de perfis que promovem políticas liberais.

Além de questionar, ameaçar e atacar os oponentes e críticos de Narendra Modi-BJP por esta rede, os usuários (conhecidos como trolls da internet de acordo com a literatura de desinformação) ecoam a agenda e as declarações de Modi e geralmente reproduzem a narrativa

³⁷ “Em janeiro de 2018, 444.hu relatou sobre uma rede sofisticada de usuários pró-governo não pagos que compartilham conteúdo apoiado pelo Fidesz no Facebook. Os comentaristas recebem diretivas, às vezes várias por dia, para postar um determinado conteúdo dentro de uma linha do tempo especificada. Aqueles que fornecem o pedido, então, confirmam que o conteúdo foi postado. Alguns conteúdos postados incluem memes, e os comentaristas recebem instruções detalhadas sobre como criar as imagens” (Freedom House, 2018).

³⁸ Foreign Policy (2020, July 13). Modi’s Slide Toward Autocracy. FP analysis. <https://foreignpolicy.com/2020/07/13/modi-india-hindutva-hindu-nationalism-autocracy/>.

³⁹ Freedom House (2021a). Freedom in the world—2021: India. Reports on Asia. <https://freedomhouse.org/country/india/freedom-world/2021>.

⁴⁰ Freedom House (2021a). Freedom in the world—2021: India. Reports on Asia. <https://freedomhouse.org/country/india/freedom-world/2021>.

do governo: teorias da conspiração são compartilhadas para justificar o assédio de minorias (principalmente muçulmanos e dalits); campanhas de ódio são promovidas contra os muçulmanos (usando a justificativa de Modi para combater o terrorismo doméstico), e os erros do governo são justificados ao atribuir a responsabilidade aos oponentes. Nas palavras de Chaturvedi, a rede se encontra travando uma “batalha[] contra jornalistas com pontos de vista opostos, comunidades minoritárias como muçulmanos e dalits e partidos de oposição.”⁴¹

Um último caso relevante que descreve a intervenção governamental nas redes sociais é o da Arábia Saudita. Ao contrário dos dois casos anteriores em que existem (ou existiram) instituições democráticas funcionais, a Arábia Saudita manteve historicamente um sistema político autoritário. Segundo a Freedom House,⁴² a Arábia Saudita é um estado “não-livre” com uma classificação de 7/100, dado que a monarquia restringe muitos dos direitos políticos e civis, não há cargos eleitos pelo povo, os críticos são criminalizados e as minorias (particularmente as mulheres) são discriminadas. Devido ao sistema político autoritário, é fácil entender o interesse e as ações da elite política do país em manter o controle da opinião pública.

O ecossistema de desinformação e propaganda na Arábia Saudita é doméstico, mas seu objetivo transcende as fronteiras do estado: a desinformação e a propaganda impulsionadas por Riade impactam o público de língua árabe na região. Os esforços para influenciar a mídia tradicional e as redes sociais refletem o interesse do príncipe herdeiro da Arábia Saudita, Mohammad bin Salman, em defender a reputação da monarquia (tanto doméstica quanto regionalmente). Semelhante aos casos da Hungria e da Índia, na Arábia Saudita, pesquisadores independentes encontraram redes de desinformação e propaganda gerenciando a atividade de bots/trolls em redes sociais, particularmente Twitter e Facebook.⁴³

Conforme relatado pelo meio de comunicação independente NPR,⁴⁴ essas redes ou mecanismos giram em torno de Prince bin Salman, onde “havia postagens elogiando seu plano de reforma social, Visão 2030. E então eles também alvejaram os inimigos da Arábia Saudita, incluindo a Anistia Internacional, a Al Jazeera [e] inimigos regionais como o Irã”, entre outros atores que representam uma ameaça à estabilidade da monarquia saudita. Um dos episódios principais que retratou o uso de tal mecanismo foi a implantação em massa de usuários (principalmente bots e trolls) após o assassinato do jornalista Jamal Khashoggi. Embora o Twitter e o Facebook tenham tomado medidas para remover perfis que espalham artificialmente essas informações, o ecossistema de desinformação e propaganda continua a operar em favor da monarquia saudita.

Como testemunhado na análise comparativa, o interesse dos governos autoritários em dominar vários aspectos da realidade social e política impactou a maneira como as redes sociais funcionam. Em vez de implementar políticas de liberdade de expressão para que os usuários

⁴¹ Chaturvedi S. (2016), *I Am a Troll: Inside the Secret World of the BJP's Digital Army*, (New Delhi: Juggernaut Books), p. 133.

⁴² Freedom House (2021b). *Freedom in the world—2021: Saudi Arabia*. Reports on the Middle East. <https://freedomhouse.org/country/saudi-arabia/freedom-world/2020>.

⁴³ National Public Radio (NPR) (2019, August 10). *Inside Saudi Arabia's Disinformation Campaign*. Weekend

⁴⁴ National Public Radio (NPR) (2019, August 10). *Inside Saudi Arabia's Disinformation Campaign*. Weekend Edition Saturday. <https://www.npr.org/2019/08/10/750086287/inside-saudi-arabias-disinformation-campaign>.

possam expressar suas opiniões e críticas sem restrições e, conseqüentemente, gerar um ambiente positivo de discussão para qualquer governo com credenciais democráticas, os governos antiliberais procuram manipular, influenciar e/ou restringir a discussão nas redes sociais para seu benefício político.

Os três países analisados refletem esse fenômeno e, em princípio, podem ser informativos para a compreensão do caso do México. No entanto, nos três casos mencionados acima, uma ligação tangível entre os agentes do governo e a máquina de propaganda/desinformação foi confirmada, enquanto no México essa relação ainda não foi documentada com evidências concretas. O ambiente de mídia social no México mostra uma luta entre facções e, até agora, uma conexão entre a rede de apoio do governo (conhecida no México como *#RedAMLO*) e o governo não foi verificada. Encontrar tal conexão implicaria na identificação de um ator chave no governo López Obrador que coordena a *#RedAMLO*, confirmando assim a intervenção direta do governo nas redes sociais.

É importante enfatizar que, embora a polarização no México seja alimentada e dirigida do pódio presidencial, são as pessoas que são os principais atores na construção deste ecossistema polarizado — um ambiente propício à disseminação de notícias falsas e propaganda a favor ou contra a Administração López Obrador. Embora nem toda a sociedade mexicana tenha agido com base na batalha pró e anti-López Obrador, todos testemunharam esse ecossistema carregado de conflitos, para o qual parece não haver solução possível.

A seção seguinte apresenta a metodologia de pesquisa realizada pelo TEC de Monterrey, bem como a estratégia de obtenção das amostras utilizadas para analisar o funcionamento do Twitter no México. Esta estratégia permite detectar se existe algum indício de influência externa no Twitter, analisar o comportamento dos grupos a favor e contra López Obrador e compreender o comportamento estratégico das mensagens que veiculam.

Metodologia

Esta seção visa apresentar as diferentes técnicas e análises de dados utilizadas em cada estudo de caso apresentado neste relatório. Detalhes sobre as etapas específicas para alcançar os resultados relatados são explicados na seção correspondente. Para uma compreensão técnica e operacional mais aprofundada, consulte o Manual do Usuário da Estrutura Computacional desenvolvido pela equipe do TEC de Monterrey que acompanha esta pesquisa.⁴⁵

1. A primeira atividade foi **coletar e definir o número de tweets nos quais basear as análises**. Duas amostras foram estabelecidas: **3.000 tweets** e **20.036 tweets**. Essas amostras foram geradas a partir dos **217.462 tweets** que foram armazenados no Banco de Dados Relacional (RDB) do projeto em 6 de julho de 2021.
2. Posteriormente, foram realizados dois estudos para buscar o possível envolvimento de

⁴⁵ O manual foi enviado em 17 de agosto de 2021, a todos os parceiros deste projeto coordenado pela Global Americans.

contas estrangeiras na divulgação da desinformação no México, especificamente na China e na Rússia. Estes foram:

2.1. **Regressões lineares** baseadas na amostra de 3.000 tweets e nas contas relacionadas às suas postagens ou divulgação.

2.2. Qualitativa, para explorar as contas mais conhecidas e seguidas que divulgam conteúdos vinculados à China; e quantitativa, com a análise de sentimento (uma técnica fornecida na estrutura computacional desenvolvida para esta pesquisa) para explorar os perfis dos consumidores de conteúdo gerado na China e identificar algum tipo de polarização.

3. Finalmente, **estudamos as possíveis estratégias sistemáticas de desinformação e propaganda no México**. A resposta a esta abordagem se dará através de dois níveis de análise: nacional e estadual (caso do Estado do México e Nuevo León):

3.1. Estudos de caso nacionais e do Estado do México. Uma amostra de 20.036 tweets e as seguintes ferramentas computacionais desenvolvidas para o projeto foram utilizadas:

3.1.1. **Análise de sentimento:** esta ferramenta foi aplicada a cada categoria (ou seja, informação incorreta, desinformação, pró-gov, anti-gov e não verificável) para identificar quais sentimentos e emoções são refletidos em média.

3.1.2. **Principais contas:** buscamos identificar as contas mais relevantes para cada categoria, com base no número de retweets, seguidores e frequência de tweets na amostra. Com essa análise, podemos identificar o grau de influência-impacto que essas contas têm no Twitter.

3.1.3. **Vida útil do tweet:** essa ferramenta nos ajudou a reconhecer quantas horas, em média, os tweets de cada categoria duram. Por exemplo, os tweets que compartilham desinformação duram mais ou menos tempo do que aqueles classificados como precisos?

3.1.4. **Análise de rede:** com o uso dessa ferramenta, ilustramos se há evidências de estratégias de desinformação sistemáticas e coordenadas, bem como as ligações entre as contas que as tornam possíveis.

3.2. **Estudo de caso do estado de Nuevo León.** Este foi um evento político com menor prazo e menor número de atores relevantes do que a questão da COVID-19, mas também gerou polarização. Para este estudo, as seguintes ferramentas computacionais foram aplicadas:

3.2.1. **Modelagem de tópicos Alocação de Dirichlet Latente (LDA):** para analisar o que aconteceu com os principais tópicos associados a cada campanha.

3.2.2. **Análise de sentimento:** para explorar os sentimentos associados a cada tweet com base em palavras-chave.

Com essa metodologia buscamos explorar possíveis influências estrangeiras, especificamente da China e da Rússia, na disseminação da desinformação no México sobre questões relacionadas à COVID-19. Também buscamos analisar o ecossistema de desinformação e propaganda no México no contexto da pandemia e das eleições em Nuevo León.

A primeira fase da metodologia — definição e geração de amostras aleatórias — é explicada a seguir.

Definição e coleta de amostras utilizadas nas análises

Para sistematizar o download dos tweets, definimos uma série de palavras-chave relacionadas à COVID-19. Isso foi feito monitorando as tendências do Twitter diariamente. Com base nessa estratégia, foram criadas 152 consultas compostas por palavras-chave e hashtags relacionadas à COVID no México. O Apêndice A apresenta os dados dessas 152 consultas utilizadas para nossas análises. As duas amostras usadas nas análises relatadas neste artigo foram retiradas dessas 152 consultas.

O download em massa foi programado para ser executado de junho de 2021 a janeiro de 2020; trabalhamos retroativamente a partir dos dados atuais para os dados históricos em cada uma das consultas definidas. Esta estratégia foi implementada porque, para fazer o download dos dados históricos do Twitter de forma ideal, tivemos que realizar uma série de processos para obter acesso através da API do Twitter, bem como implementar novas técnicas de coleta de dados. (Para obter mais explicações, consulte o Apêndice A.) Para o download em massa, selecionamos 131 das 152 consultas, devido às restrições de tempo do projeto. Pretendemos concluir a análise com o restante das consultas identificadas em uma data posterior. Na versão atual, utilizamos as consultas identificadas como mais relevantes para o propósito deste estudo. A lista das 131 consultas pode ser encontrada no Apêndice A (elas são marcadas em azul para facilitar a identificação).

Geramos as duas amostras usadas no relatório (3.000 tweets e 20.036 tweets) em 6 de julho de 2021. Partindo de um universo de 217.462 tweets, as duas amostras foram geradas com base nos critérios descritos nas seções a seguir.

Amostra de 3.000 tweets

Como o objetivo da análise de regressão linear era identificar os tweets que estão influenciando a dinâmica da discussão no Twitter, selecionamos os tweets que tiveram pelo menos 20 retweets. Isso nos permitiu reduzir o universo de análise a um total de 7.174 tweets postados de dezembro de 2020 a junho de 2021.

A próxima etapa foi definir como analisar se um tweet contém desinformação. Uma estratégia

comum discutida na literatura é analisar tweets contendo links para determinados URLs e determinar quais foram classificados como sites com informações confiáveis ou não confiáveis por organizações dedicadas à análise de mídia. No entanto, encontramos duas limitações: (i) há um viés perceptível em relação aos tweets em inglês, por serem meios que têm sido estudados por organizações que se dedicam a entender a confiabilidade das informações (verificadores de fatos); e (ii) se esses tipos de tweets representarem cerca de 40 por cento dos dados, será gerado um viés. Além disso, muitos tweets com possíveis informações incorretas podem estar nos 60 por cento restantes.

No cenário ideal, teríamos analisado cada um dos tweets coletados e teríamos verificado se eles fornecem informações confiáveis ou não. No entanto, isso tem que ser feito com uma equipe de pessoas e requer muito tempo. Para superar essa limitação, realizamos uma amostra aleatória. A randomização garante que os resultados sejam confiáveis e representativos da população estudada.

Ao determinar o número de tweets que compõem essa amostra aleatória, descobrimos a pesquisa de Hartmann et al. (2019), que revisa estudos utilizando técnicas automatizadas de classificação de textos. Verificamos que a literatura se refere a três tamanhos de amostra: 500; 1.000; e 3.000. Portanto, para realizar a primeira das duas análises para identificar a influência estrangeira, a equipe decidiu mostrar 3.000 tweets.

Amostra de 20.036 tweets

Uma segunda estratégia foi considerada para garantir a robustez de nossa análise. Decidimos testar o algoritmo de classificação baseado em BERT no universo de 217.462 tweets. (Para obter mais informações sobre a precisão do algoritmo, consulte o [Apêndice B](#)). Ao aplicar este classificador, um pré-rótulo foi atribuído a cada tweet. Para tanto, conforme explicado nos relatórios anteriores, foi utilizada uma classificação em cinco categorias: (A) informações verdadeiras; (B) informações incorretas; (C) desinformação; (D) tweets em favor do governo mexicano; (E) tweets contra o governo mexicano; e (F) não verificável.

Além disso, para validar manualmente essas classificações automáticas, uma segunda amostra aleatória foi gerada com base nos seguintes parâmetros: 99 por cento de confiança e intervalo +/- 0,865; rendendo 20.036 tweets (de um total de 217.462 tweets). O período de amostragem é de agosto de 2020 a junho de 2021.

Ambas as amostras foram revisadas manualmente e classificadas por um grupo de especialistas por meio de uma revisão por pares (dupla verificação) para garantir a objetividade dessa classificação. As análises deste estudo foram baseadas nesta revisão.

Há evidências de disseminação de desinformação no México por contas chinesas e russas?

O primeiro objetivo é analisar o ecossistema do Twitter no México para identificar possíveis

indícios de influência estrangeira na discussão da pandemia da COVID-19 nas redes sociais.

A crise global de saúde gerou incerteza na opinião pública, o que proporcionou um terreno fértil para a disseminação de informações enganosas por atores nacionais e estrangeiros. A Organização Mundial da Saúde emitiu vários alertas sobre a necessidade de limitar a disseminação de informações falsas sobre a COVID-19.⁴⁶ Diante desse contexto, uma análise bidirecional foi realizada para encontrar evidências de influência estrangeira (em particular da China e da Rússia, grandes atores na esfera internacional) e explorar o ecossistema doméstico de desinformação e uso político das redes sociais.

Notícias falsas podem ser definidas como informações fabricadas que imitam o conteúdo de veículos de mídia estabelecidos, mas carecem de padrões editoriais e processos para garantir a precisão e credibilidade das informações.⁴⁷ Por sua vez, “notícias falsas” coexistem com outros tipos de fenômenos de desinformação, como “informação incorreta”, definida como informação imprecisa disseminada não necessariamente com um propósito ou intenção; e “desinformação”, definida como informação falsa disseminada intencionalmente para enganar as pessoas.⁴⁸

A informação incorreta e a desinformação podem afetar vários aspectos de nossas vidas; desde como entendemos e interagimos com nosso contexto político, às nossas relações interpessoais, às questões que afetam nossos direitos mais fundamentais. Esses direitos incluem o direito à saúde e, no contexto da pandemia, informações sobre nutrição e o uso de vacinas.⁴⁹ Allcott e Gentzkow⁵⁰ mostram que um mês antes da eleição de 2016, por exemplo, as pessoas nos EUA viram em média entre uma e três notícias falsas. Cerca de metade das pessoas que viram essas histórias relataram que acreditavam nelas.

A esse respeito, há discussões importantes sobre a possível influência das contas russas nas eleições nos Estados Unidos.⁵¹ Também é preocupante que as evidências sugiram que as informações falsas têm um alcance maior do que as informações precisas. Vosoughi et al.⁵²

⁴⁶“Não estamos apenas lutando contra uma epidemia; estamos lutando contra um infodemia”, disse Tedros Adhanom Ghebreyesus, Diretor-Geral da Organização Mundial da Saúde (OMS) em uma reunião de especialistas em política externa e segurança em Munique, Alemanha, em meados de fevereiro, referindo-se a notícias falsas que “se espalham mais rápido e mais fácil do que este vírus.” <https://www.un.org/en/un-coronavirus-communications-team/un-tackling-infodemic-misinformation-and-cybercrime-COVID-19>.

⁴⁷ Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F.,... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

⁴⁸Na prática, há quem afirme que devido à dificuldade de comprovar integralmente a intencionalidade e dado que o conteúdo falso veiculado pode afetar de forma semelhante a discussão da opinião pública nas redes sociais, é possível realizar análises combinando as duas categorias. No entanto, seguindo os parâmetros de pesquisas anteriores sobre o assunto, essas duas categorias são mantidas separadamente neste artigo.

⁴⁹ Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F.,... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

⁵⁰ Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.

⁵¹ Golovchenko, Y., Buntain, C., Eady, G., Brown, M. A., & Tucker, J. A. (2020). Cross-platform state propaganda: Russian trolls on Twitter and YouTube during the 2016 U.S. presidential election. *The International Journal of Press/Politics*, 25(3), 357-389.

⁵² Vosoughi, S., Roy, D., and Aral, S. (2018): The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146–

descobriram que no Twitter leva pelo menos seis vezes mais tempo para uma notícia verdadeira chegar a 1.500 pessoas em comparação com uma notícia falsa.

Outros atores internacionais, como a Organização Mundial da Saúde, apontaram que a pandemia da COVID-19 foi acompanhada por uma infodemia, uma avalanche de informações — algumas verdadeiras e outras não — que dificulta para as pessoas acessarem fontes confiáveis de informação.⁵³ A desinformação que surge dessa infodemia pode afetar as decisões e a saúde dos indivíduos — por exemplo, rumores sobre possíveis remédios caseiros para o coronavírus e teorias da conspiração que influenciam a decisão das pessoas de se vacinarem.

É importante mencionar o papel desempenhado pelas redes sociais na propagação da infodemia. Há uma quantidade crescente de literatura que analisa como notícias falsas sobre a COVID-19 são divulgadas no Twitter.⁵⁴ No entanto, a maior parte desta literatura concentra-se em notícias em inglês e em países desenvolvidos, como os EUA ou países europeus. Pouco se sabe sobre a desinformação relacionada à COVID-19 no Twitter em outros idiomas, ou em países com economias emergentes ou em desenvolvimento, e como isso se relaciona com o grau de desinformação apresentado nesses países. Isso é relevante se considerarmos que os países menos desenvolvidos enfrentam as maiores dificuldades para adquirir vacinas, combater a pandemia e reativar suas economias.

A presente análise examina a disseminação de informações no Twitter relacionadas à COVID-19 no México. Em particular, procurou responder às seguintes questões: (A) Qual é a magnitude da informação incorreta-desinformação na discussão pública no Twitter relacionada à COVID-19 no México? (B) É verdade que a informação incorreta-desinformação se espalha a uma taxa mais rápida do que a informação precisa no México? (C) Existe uma polarização da opinião pública no México sobre como o governo mexicano lidou com a pandemia? (D) Há evidências de contas do Twitter relacionadas à China ou Rússia afetando a discussão sobre a COVID-19 no México? (E) Qual é o papel das partes interessadas importantes no Twitter, como contas verificadas, em termos de disseminação de informações relacionadas à COVID-19 no México?

Para responder a essas perguntas, os 3.000 tweets (cujo processo de coleta está descrito na

1151.

⁵³ Mokhatri-Hesari, P., Moezzi, B., & Montazeri, A. (2020). “Infodemic, misinformation and the COVID-19.” *Payesh (Health Monitor)*, 19(3), 349-353.

⁵⁴ Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoti, E., Schmidt, A. L.,... & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1-10; Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E.,... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3); Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospin, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3); Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392; Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K.,... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *arXiv preprint arXiv:2003.13907*; Yang, K. C., Torres-Lugo, C., & Menczer, F. (2020). Prevalence of low-credibility information on Twitter during the COVID-19 outbreak. *arXiv preprint arXiv:2004.14484*.

[Seção 4](#)) foram analisados e classificados em cinco categorias: (A) informações verdadeiras; (B) informações incorretas; (C) desinformação; (D) tweets em favor do governo mexicano; (E) tweets contra o governo mexicano; e (F) não verificável (ou seja, comentários ou opiniões que não se enquadram nas categorias mencionadas). Os resultados desta análise trazem várias contribuições para a discussão sobre o papel da disseminação de notícias falsas no Twitter em relação à COVID-19.

Desinformação, COVID-19 e Twitter

Esta seção apresenta evidências de estudos que analisaram a questão da COVID-19 em termos de como informações falsas foram disseminadas no Twitter, a possível influência de contas originárias da China e da Rússia, o papel dos bots na disseminação de informações sobre a COVID-19 e a função das contas verificadas.

Singh et al.⁵⁵ procuram caracterizar a discussão em torno da COVID-19 no Twitter a partir dos seguintes critérios: línguas utilizadas; propagação do mito; e comparar a disseminação de informações confiáveis com as não confiáveis. O período de análise é de 16 de janeiro a 15 de março de 2020, usando dados coletados de 2.792.523 tweets e 18.168.161 retweets por meio de hashtags como #ChinesePneumonia, #Corona, #Wuhan, #COVID e #COVID_19. Suas principais descobertas foram:

- a) A maioria dos tweets é em inglês (57 por cento), seguido do espanhol (11,6 por cento).
- b) As dez palavras mais utilizadas são China, pessoas, casos, wuhan, coronavírus, novo, chinês, quem, vírus e confirmado.
- c) Eles analisaram os seguintes cinco mitos sobre a COVID-19: o coronavírus é uma gripe convencional; o calor mata o coronavírus; remédios caseiros; origens da COVID-19; e mitos sobre a existência de uma vacina oculta. Embora eles acreditem que esses mitos aumentam durante o período de análise, eles não ultrapassaram 0,6 por cento dos dados.
- d) Eles descobriram que 40 por cento dos tweets continham um link para um URL. Entre os dez principais domínios mencionados nos tweets estavam: YouTube; mídia dos EUA (New York Times); mídia em língua inglesa de Hong Kong (South China Morning Post); e sites de varejo (Amazon). O YouTube desempenha um papel muito importante na disseminação de informações: houve 100.000 tweets com links para o YouTube contra 13.678 links para o New York Times.
- e) Finalmente, eles compararam como as informações de fontes de alta qualidade (Centros para Controle e Prevenção de Doenças [CDC], agências governamentais dos EUA e revistas médicas conhecidas) são distribuídas com fontes de baixa qualidade (fontes de informações detectadas pelo NewsGuard). Os resultados mostram que as fontes confiáveis têm cerca de 0,51

⁵⁵ Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K., Padden C., Vanarsdall R., Vraga E., ... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. arXiv preprint arXiv:2003.13907.

por cento dos tweets e 0,04 por cento dos retweets. Um padrão semelhante ocorre com fontes menos confiáveis: 0,40 por cento dos tweets e 0,06 por cento dos retweets.

Kouzy et al.⁵⁶ buscam entender o índice de desinformação no Twitter e o papel das contas verificadas em sua divulgação. Para isso, eles usaram dados de 27 de fevereiro de 2020 e estabeleceram 14 critérios de pesquisa usando hashtags como #corona e termos como "COVID-19". Eles também limitaram sua análise a tweets que tinham pelo menos cinco retweets. A partir desses dados, eles extraíram uma amostra aleatória de 673 tweets. Suas descobertas mostram que:

- 24 por cento dos tweets incluíam desinformação. Eles também descobriram que 17% dos tweets não eram verificáveis (eles não podiam ser categorizados como falsos ou verdadeiros).
- As contas não verificadas tinham mais probabilidade de ter desinformação do que as contas verificadas: 31 por cento contra 12,6 por cento.
- Finalmente, eles descobrem que a desinformação tem um número semelhante de curtidas e retweets ao de informações verdadeiras.

Pulido et al.⁵⁷ tentam analisar como informações falsas, informações baseadas em evidências e informações baseadas em checagem de fatos relacionadas à COVID-19 são disseminadas. O período de análise é 6 e 7 de fevereiro. Usando a palavra “coronavírus”, eles puxaram uma lista de 17.988 tweets e selecionaram os 1.000 tweets com mais retweets. Seus resultados mostram que informações falsas têm mais tweets do que informações baseadas em evidências, e o último tem mais tweets do que tweets de verificação de fatos (9,7 por cento contra 4,78 por cento contra 0,85 por cento). No entanto, os tweets de verificação de fatos têm um alcance maior⁵⁸ do que os tweets baseados em evidências e informações falsas (12.917 contra 3.087 contra 502).

Pérez-Dasilva et al.⁵⁹ determinou as dez contas mais influentes na discussão sobre a COVID-19 no Twitter. Para isso, eles analisaram dois períodos: 23 de janeiro a 28 de fevereiro de 2020 e 28 de fevereiro a 12 de março de 2020. Eles descobriram que as contas mais influentes durante o primeiro período são seis dos Estados Unidos e quatro da Ásia. Entre as contas dos EUA está o ex-presidente Trump. No caso dos tweets da Ásia, há duas pessoas de Hong Kong e dois ativistas de direitos humanos na China que são contra o governo de Pequim. Pelo segundo período, apenas Donald Trump permanece entre os dez primeiros. Eles também descobriram

⁵⁶ Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E., ... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3).

⁵⁷ Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392.

⁵⁸Medido pela proporção de retweets sobre tweets.

⁵⁹ Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3).

que dois dos *principais tweets* apoiavam a administração Trump e três eram contra. Em suma, os autores identificaram o confronto entre narrativas a favor e contra o governo republicano nos EUA, bem como a ausência de atores postando sobre medidas de prevenção da pandemia ou alertando sobre a disseminação de informações falsas.

Yang et al.⁶⁰ analisam o papel dos bots na disseminação de informações de baixa credibilidade. Eles estudaram dois períodos: 9 de março a 29 de março de 2020 e 1º de fevereiro a 27 de abril de 2020. Para saber se um tweet veio de uma conta de bot, eles usaram a ferramenta Botometer, que gera uma pontuação entre 0 e 1, onde um valor maior indica uma probabilidade maior de ser um bot e não um humano. Eles também usaram informações de tweets que tinham links para fontes de informação de baixa credibilidade e compararam a evolução dessas com a de fontes mais confiáveis, como o New York Times e o CDC. Os resultados mostram que: (A) links para fontes de baixa credibilidade representaram 0,89 por cento da amostra contra 0,98 por cento relacionados à links para o New York Times, ou 0,65 por cento relacionados à links para o CDC; (B) eles não encontraram evidências conclusivas de que retweets de tweets contendo links para informações de baixa credibilidade são maiores que aqueles com alta credibilidade; (C) eles encontraram evidências de que os bots disseminam tweets com informações de baixa credibilidade, e que um grande volume de tweets foi provavelmente gerado por humanos; e (D) eles encontraram evidências de que vários dos retweets do CDC foram gerados por bots, sugerindo que alguns desses bots também tentam disseminar informações úteis.

Cinelli et al.⁶¹ analisam a disseminação de informações questionáveis sobre a COVID-19 na mídia convencional (Twitter e YouTube) e não convencional (Gab e Reddit). O período de análise foi de 1º de janeiro a 14 de fevereiro de 2020. Os termos de busca utilizados foram: *coronavirus; ncov; ncov-19; pandemia; e wuhan*. Eles selecionaram uma amostra de 1.342.103 postagens e 7.465.721 comentários produzidos por 3.734.815 usuários. Eles usaram tweets questionáveis que incluíam links para informações classificadas como questionáveis pelo Media Bias/Fact Check. Os resultados mostram o seguinte: (A) a proporção de notícias questionáveis para notícias confiáveis varia dependendo da plataforma: 0,05 no Reddit, 0,07 no YouTube, 0,11 no Twitter e 0,70 no Gab e (B) a propagação de informações questionáveis contra não questionáveis se espalham na mesma taxa nas redes sociais convencionais, como Twitter e YouTube.

Assim, a evidência empírica revela os seguintes padrões:

- Há evidências de informações questionáveis divulgadas no Twitter, mas essa desinformação representa uma baixa porcentagem do total de informações sendo disseminada em taxas semelhantes às informações verdadeiras.
- Há evidências que sugerem a existência de uma luta entre narrativas pró e antigovernamentais (principalmente em relação aos EUA) em questões relacionadas à

⁶⁰ Yang, K. C., Torres-Lugo, C., & Menczer, F. (2020). Prevalence of low-credibility information on Twitter during the COVID-19 outbreak. arXiv preprint arXiv:2004.14484.

⁶¹ Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L. ,... & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. Scientific Reports, 10(1), 1-10.

COVID-19 e seu impacto.

- Há evidências que sugerem que os rumores sobre a COVID-19, embora em número baixo, aumentaram com o tempo. No entanto, a maioria desses estudos cobre períodos muito curtos; portanto, pode ser importante saber como foi a dinâmica das notícias falsas e dos boatos por um longo período.
- Não foram encontradas evidências de que contas da China ou da Rússia estejam afetando sistematicamente a conversa sobre a COVID-19. No entanto, uma possível limitação é que essas análises foram realizadas nos primeiros meses de 2020. Pode haver uma maior presença de contas da China ou da Rússia quando os primeiros estudos sobre os resultados da eficácia das vacinas contra o coronavírus desses países forem lançados.
- Encontramos evidências de que os bots, embora em baixo número, participam da disseminação de informações. No entanto, eles o fazem tanto para informações questionáveis quanto para não questionáveis.
- Outro jogador importante no Twitter é o das contas verificadas. Alguns estudos sugerem que contas verificadas têm menos probabilidade de espalhar notícias falsas e, devido ao seu peso, podem desempenhar um papel muito importante na luta contra a desinformação.
- Grande parte da discussão girou em torno de informações verdadeiras contra desinformação. No entanto, alguns estudos estão começando a notar o aumento de informações não verificáveis. Sabemos muito pouco sobre o papel desse tipo de informação e como ela pode impactar nossas decisões e discussões públicas.
- A principal metodologia usada para decidir se um tweet contém informações confiáveis é por meio dos links de URL compartilhados (estima-se que 40 por cento dos tweets incluem um link para um URL). Por sua vez, a confiabilidade das informações nesses URLs foi verificada por organizações que analisam a qualidade das informações de mídia em inglês. Essa metodologia reduz o custo da verificação manual de fatos. No entanto, isso deixa uma porcentagem considerável de tweets sem exame, por meio dos quais informações não confiáveis podem ser disseminadas. Além disso, grande parte dessa verificação é feita para links para mídia em inglês.
- Devem ser considerados os tipos de público-alvo de cada rede social. No Twitter, a prevalência de desinformação relacionada à COVID-19 é baixa. No entanto, os indivíduos podem estar em busca de outras redes onde suas crenças possam ser confirmadas e, portanto, podem estar mais suscetíveis a processos de desinformação.

Estratégia Empírica

Para analisar as questões de interesse, geramos uma amostra de 3.000 tweets, cujo processo de

coleta está descrito na seção 4 do relatório, e os classificamos nas 5 categorias a seguir: (A) informações verdadeiras; (B) informações incorretas (informações falsas divulgadas sem intenção de desinformar); (C) desinformação (informações falsas deliberadamente criadas e disseminadas para desinformar); (D) tweets em favor do governo mexicano; (E) tweets contra o governo mexicano; e (F) não verificável (por exemplo, comentários ou opiniões que não se enquadram nas categorias mencionadas).

Notamos que um tweet pode se enquadrar em mais de uma categoria. Por exemplo, um tweet pode conter informações verdadeiras e antigovernamentais [Imagem I]. Também pode haver tweets atacando o governo e espalhando informações falsas [Imagem II].



Imagem I: exemplo de tweet verdadeiro e antigovernamental



Imagem II: exemplo de tweet antigovernamental e de desinformação

Posteriormente, usamos o seguinte modelo de mínimos quadrados ordinários:

$$Y_i = \alpha + \beta T_i + \gamma X_i + a_h + b_d + \gamma_m + v_y + e_i$$

onde Y_i é a variável dependente, por exemplo, o número de retweets. T_i é nossa variável independente de interesse, por exemplo, informação incorreta. X_i são variáveis que usaremos como controles. Incluiremos efeitos fixos no momento (a_h), dia da semana (b_d), mês (γ_m) e ano (v_y). Finalmente, e_i representa um parâmetro de erro.

Resultados

Contas mais influentes

Para entender a dinâmica da discussão em torno da COVID-19, identificamos as contas que apareceram com mais frequência em nossa amostra. Para isso, selecionamos as contas que apareceram pelo menos dez vezes na amostra. Os resultados são apresentados na [Figura I](#). O que descobrimos é que 42 contas atendem a esse critério e geraram 1.422 dos tweets na amostra em análise. Em outras palavras, cerca de 40 contas geraram cerca de 50 por cento do conteúdo da discussão sobre o coronavírus.

Uma análise detalhada dessas contas mostra que seis pertencem ao governo estadual,⁶² três pertencem aos meios de comunicação⁶³ e um ao governo federal.⁶⁴ Uma característica importante é que essas contas geralmente têm altas porcentagens de informações verdadeiras (91 por cento ou mais). A única exceção é a CNN en Español, que têm uma taxa de 84 por cento de veracidade, mas isso ocorre porque 14,6 por cento das informações compartilhadas não eram verificáveis.

Posteriormente, analisamos mais detalhadamente o comportamento das contas identificadas com informação incorreta para encontrar contas que emitem sistematicamente esse tipo de conteúdo. Da amostra de 3.000 tweets, identificamos 130 tweets associados à informação incorreta. A maioria das contas (93 por cento) postou apenas um tweet com desinformação. Sete contas postaram dois tweets com informação incorreta e apenas duas contas postaram três tweets com informação incorreta. Das nove contas que postaram mais de um tweet com desinformação, nenhuma estava entre as 42 contas mais influentes, sugerindo que a maior parte da informação incorreta não vem de contas que geram esse tipo de conteúdo de forma consistente.

Evidência da influência da China e da Rússia na discussão sobre a COVID-19 no México

Após a eleição presidencial dos EUA de 2016, surgiram evidências que sugeriam a influência das contas russas em afetar a eleição. No caso da pandemia da COVID-19, as especulações não demoraram a surgir. Devemos lembrar que os primeiros casos ocorreram na China, que tem a especulação de que a China tem incentivos para influenciar a discussão sobre esse assunto. Portanto, assumimos a tarefa de analisar se há evidências de interferência russa e chinesa na narrativa pública (via Twitter) da COVID-19 no México.

Não encontramos evidências da presença de contas chinesas ou vinculadas à China tentando influenciar de alguma forma o discurso público da COVID-19 por meio do Twitter. Detectamos apenas um tweet da Embaixada da China no México que informava sobre os protocolos de saúde propostos por Pequim: “Desde 1º de abril, Pequim começou a usar postos móveis de vacinação contra a #COVID_19 para agilizar o processo. Tecnologias como 5G e big-data estão empregadas para gerenciar a vacinação por meios digitais e garantir a rastreabilidade de todo

⁶² SaludEdomex, SeducEdoMEx, Edomex, SecretariadoGEM, jcedomex e COBAEMex.

⁶³ CNNEE, lopezdoriga, e AristeguiOnline.

⁶⁴ SSalud_mx.

o processo”.⁶⁵

No caso da Rússia, detectamos três tweets da Embaixada Russa no México e 13 do Actualidad RT, um meio de comunicação afiliado ao governo russo, segundo o Twitter. Os principais temas abordados foram relacionados à vacina Sputnik V. No entanto, não encontramos evidências de que fossem tweets com desinformação. Por exemplo, este tweet da Embaixada Russa afirma que: “O Ministério da Saúde @SSalud_mx espera que o primeiro carregamento de 200 doses da vacina russa contra a COVID-19 @sputnikvaccine chegue ao México na próxima semana. Convidamos você a ler o artigo publicado em @El_Universal_Mx”.⁶⁶ A seguir está outro exemplo de um tweet da Actualidad RT: “Tours para se vacinar com a Sputnik V na Rússia. Os turistas esperam chegar à Rússia para se vacinar com a Sputnik V e não ter que esperar muito tempo pela vez de serem vacinados em seus respectivos países”.⁶⁷

Em resumo, não encontramos evidências de intervenção sistemática de contas da China na discussão em torno da COVID no México. No caso da Rússia, encontramos algumas atividades em nome da mídia, como Actualidad RT. No entanto, a influência não tem sido através de desinformação, mas sim por mensagens a favor da vacina Sputnik V.

Evidência de informação incorreta/desinformação e tweets pró/antigovernamentais

A [Tabela I](#) apresenta a porcentagem de tweets que encontramos com informação incorreta-desinformação. Da amostra de 3.000 tweets, mantivemos apenas aqueles que estão claramente vinculados ao México. Isso é para ter uma melhor aproximação da desinformação e polarização em torno do México e do governo federal. Portanto, a amostra para análise foi reduzida para 2.256 tweets.

Conforme mencionado acima, cada tweet foi analisado e classificado como verdadeiro, informação incorreta, desinformação, tweets pró-governo, tweets antigoverno e não verificáveis. A soma desses não é 100 por cento, pois pode haver tweets que, por exemplo, são informação incorreta e tweets a favor ou contra o governo.

Uma descoberta importante é que 80,5 por cento dos dados da amostra são notícias precisas, e apenas 0,4 por cento são informações incorretas e 4,3 por cento é desinformação. No caso de tweets relacionados ao governo, 3,5 por cento dos tweets são pró-governo e 6,5 por cento são antigoverno. Finalmente, descobrimos que 10,4 por cento dos tweets não podem ser verificados.

Também analisamos se os tweets associados à informação incorreta-desinformação têm mais curtidas, retweets e respostas do que notícias reais. Descobrimos que, em média, notícias falsas têm mais curtidas do que notícias reais (583 contra 447) e mais retweets (258 contra 194),

⁶⁵Link do Tweet: <https://twitter.com/EmbChinaMex/status/1380303049453760521>

⁶⁶Link do Tweet: <https://twitter.com/EmbRusiaMexico/status/1354527420557225984>

⁶⁷Link do Tweet: <https://twitter.com/ActualidadRT/status/1383485409649250313>

embora tenham menos respostas (36 contra 41).

Também analisamos se os tweets pró-governo têm mais curtidas, retweets e respostas do que os tweets antigoverno. Em média, os tweets pró-governo têm menos curtidas do que os tweets antigoverno (385 contra 974), menos retweets (159 contra 379), e menos respostas (36 contra 45). No entanto, na seção sobre “disseminação de desinformação e tweets pró/antigovernamentais, analisamos se essas diferenças são estatisticamente significativas usando a análise de regressão linear.

Devemos também considerar o papel das contas verificadas. Estima-se que menos de um por cento das contas no Twitter são verificadas. No entanto, descobrimos que cerca de 64 por cento dos tweets em nossa amostra vêm de contas verificadas. Um dos critérios da nossa amostra é que o tweet tenha pelo menos 20 retweets, o que indica que o papel das contas verificadas é muito importante na divulgação de informações de maior alcance no Twitter. [[Tabela I](#)]

Evolução da informação incorreta/desinformação e tweets pró/antigovernamentais ao longo do tempo

Outra questão importante a ser analisada é a evolução da desinformação e dos tweets pró e antigovernamentais ao longo do tempo. Singh et al.⁶⁸ descobriram que, embora os tweets de notícias não confiáveis representassem uma porcentagem baixa, há indicações de que o número cresce com o tempo. [A Figura II](#) apresenta a evolução dos tweets classificados como informação incorreta-desinformação ao longo do período de análise.

A evolução dos tweets é estável, em geral, com exceção dos picos em janeiro de 2021 (40 tweets) e abril de 2021 (37 tweets). Um aumento não é evidente. [A Figura III](#) apresenta a evolução dos tweets a favor e contra o governo. Picos em tweets antigovernamentais são observados em janeiro de 2021 (52 tweets) e abril de 2021 (53 tweets). Uma reação de tweets pró-governo também é observada durante os mesmos picos em janeiro de 2021 (19 tweets) e abril de 2021 (20 tweets).

Disseminação de informação incorreta/desinformação e tweets pró e antigovernamentais

[A Tabela II](#) analisa se é verdade que notícias falsas (informação incorreta-desinformação) apresentam maior número de curtidas, retweets e respostas. As variáveis dependentes são o número de curtidas, retweets e respostas, e a variável independente é uma variável dicotômica que assume o valor 1 quando a informação é informação incorreta-desinformação e 0 quando é verdadeira. Usamos as seguintes variáveis como controles: conta verificada; proporção de seguidores/seguidores; ano; mês; dia da postagem; e tempo. As colunas (1), (3) e (5) apresentam os resultados sem o uso de controles. Nas colunas (2), (4) e (6), apresentamos os

⁶⁸ Singh, L., et al. (2020), A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter.

resultados usando controles.

Os resultados mostram que notícias falsas têm mais curtidas (154), retweets (65) e menos respostas (4,7) do que notícias reais. No entanto, esses resultados não são estatisticamente significativos.

A Tabela III apresenta os resultados sobre se os tweets pró-governo têm um número maior de curtidas, retweets e respostas. Novamente, as variáveis dependentes são o número de curtidas, retweets e respostas. A variável independente é uma variável dicotômica que assume o valor de 1 se o tweet for pró-governo e 0 quando for antigoverno. Os resultados mostram que os tweets pró-governo têm menos curtidas (722), retweets (220) e respostas (9) em relação aos tweets antigoverno. Os resultados são estatisticamente significativos para curtidas e retweets.

Esse resultado deve ser abordado com cautela, visto que a maioria dos tweets foram gerados em 2021. Embora seja possível que haja uma atmosfera de raiva contra o governo mais de um ano após a pandemia, isso não é necessariamente um reflexo do comportamento nos primeiros meses da pandemia, durante os quais o comportamento poderia ter sido mais equilibrado entre as contas pró e antigovernamentais.

Função das contas verificadas

A [Tabela IV](#) apresenta os resultados do papel das contas verificadas na disseminação de notícias falsas e tweets pró-governo. Nesse caso, nossas variáveis dependentes são variáveis dicotômicas relacionadas a notícias falsas (informação incorreta-desinformação) e tweets pró-governo. Nossa variável independente é uma variável dicotômica que assume o valor 1 quando a conta é verificada e 0 caso contrário. Nesse caso, nossas variáveis de controle são: proporção de seguidores/seguidores; ano; mês; dia da postagem; e tempo. Os resultados mostram que, se uma conta for verificada, a probabilidade de espalhar notícias falsas diminui em 14 por cento. Contas verificadas não parecem influenciar os tweets em favor do governo. [[Tab. IV](#)].

Discussão

Uma das principais questões de pesquisa abordadas pela literatura é a prevalência de desinformação relacionada à COVID-19 e a forma como ela é divulgada no Twitter. Evidências recentes sugerem que a desinformação é baixa e não há evidências de que ela se espalha mais rápido do que informações precisas. Essa hipótese parece ser confirmada para o México. Da mesma forma, há evidências que sugerem que, embora a desinformação represente uma pequena porcentagem dos tweets, é provável que cresça com o tempo.⁶⁹ Para o México, não encontramos essa evidência. No entanto, uma limitação importante é que nossa amostra cobre principalmente 2021, e uma quantidade substancial de rumores e notícias falsas sobre COVID surgiram durante os primeiros meses da pandemia. Portanto, é possível que nossa amostra não

⁶⁹ Singh, L., et al., (2020), A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter.

esteja capturando essa parte crescente da curva de notícias falsas.⁷⁰

Além disso, os resultados da literatura sugerem a existência de um choque entre as narrativas pró e antigovernamentais (Pérez-Dasilva et al., 2020). No caso do México, encontramos evidências que sugerem a presença desse fenômeno.

Outra preocupação é o possível envolvimento de contas da China e da Rússia na disseminação de informações falsas sobre a pandemia da COVID-19. Os resultados preliminares não mostram evidências de contas chinesas ou russas alterando sistematicamente o debate.⁷¹ Pode-se argumentar que os principais incentivos para influenciar o debate em torno da COVID ocorrem no final de 2020, quando ocorre a discussão em torno da eficácia das vacinas. No entanto, esses estudos não analisam esse período. Nosso trabalho vai de dezembro de 2020 a junho de 2021 e, como mencionado acima, não encontramos evidências de contas associadas à Rússia ou China disseminando desinformação em torno da COVID-19. No entanto, observamos contas ligadas à Rússia promovendo uma narrativa em favor da vacina Sputnik V.

Além disso, a literatura aborda o papel desempenhado por alguns atores (como bots e contas verificadas) na disseminação de informações. A literatura mostra que contas verificadas têm menos probabilidade de disseminar informações falsas.⁷² Encontramos evidências que apoiam essa hipótese no caso do México; no entanto, não encontramos evidências sugerindo que eles desempenham um papel na disseminação de informações a favor ou contra o governo.

Conclusão

Com base nessa estratégia econométrica, foi analisada a divulgação de informações no Twitter relacionadas à COVID-19 no México. Em particular, procurou responder às seguintes questões: (A) Qual é a magnitude da informação incorreta-desinformação na discussão pública no Twitter relacionada à COVID-19 no México? (B) É verdade que a informação incorreta-desinformação se espalha a uma taxa mais rápida do que a informação precisa no México? (C) Existe uma polarização da opinião pública no México sobre como o governo mexicano lidou com a

⁷⁰Uma análise será realizada nos próximos meses, incluindo uma amostra cobrindo todo o período de janeiro de 2020 a junho de 2021.

⁷¹ Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoti, E., Schmidt, A. L.,... & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1-10; Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E.,... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3); Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospin, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3); Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392; Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K.,... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *arXiv preprint arXiv:2003.13907*; Yang, K. C., Torres-Lugo, C., & Menczer, F. (2020). Prevalence of low-credibility information on Twitter during the COVID-19 outbreak. *arXiv preprint arXiv:2004.14484*.

⁷² Kouzy, R., et al. (2020), Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter.

pandemia? (D) Há evidências de contas do Twitter relacionadas à China ou Rússia afetando a discussão sobre a COVID-19 no México? (E) Qual é o papel das partes interessadas importantes no Twitter, como contas verificadas, em termos de disseminação de informações relacionadas à COVID-19 no México?

Usando uma amostra aleatória de dezembro de 2020 a junho de 2021, nossos resultados mostram que:

Apenas 4,7 por cento dos tweets estão relacionados à informação incorreta-desinformação, e não encontramos evidências de que eles tenham um nível mais alto de disseminação (medido por curtidas, respostas e retweets) do que informações precisas. Isso confirma evidências recentes que sugerem que a desinformação relacionada à COVID-19 representa uma proporção baixa, sem evidências de que se espalha mais rápido do que informações precisas.⁷³

- Encontramos evidências de polarização em torno da forma como o governo federal lidou com a pandemia com cerca de 10 por cento dos tweets: 3,5 por cento a favor e 6,5 por cento contra. Portanto, este produto de trabalho apresenta evidências que sustentam a hipótese da existência de uma polarização narrativa a favor e contra de como os governos lidam com a crise gerada pela pandemia).
- Não encontramos evidências sistemáticas de contas associadas com a China ou a Rússia espalhando informação incorreta-desinformação sobre a COVID-19. No entanto, encontramos evidências de contas associadas à Rússia disseminando uma narrativa a favor da vacina Sputnik V. Não encontramos evidências de que contas da China ou da Rússia tenham sistematicamente alterado a conversa usando desinformação.⁷⁴

⁷³ Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L.,... & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1-10; Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E.,... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3); Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3); Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392; Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K.,... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *arXiv preprint arXiv:2003.13907*; Yang, K. C., Torres-Lugo, C., & Menczer, F. (2020). Prevalence of low-credibility information on Twitter during the COVID-19 outbreak. *arXiv preprint arXiv:2004.14484*.

⁷⁴ Cinelli, M., Quattrociocchi, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L.,... & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1), 1-10; Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E.,... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3); Pérez-Dasilva, J. Á., Meso-Ayerdi, K., & Mendiguren-Galdospín, T. (2020). Fake news y coronavirus: detección de los principales actores y tendencias a través del análisis de las conversaciones en Twitter. *Profesional de la Información*, 29(3); Pulido, C. M., Villarejo-Carballido, B., Redondo-Sama, G., & Gómez, A. (2020). COVID-19 infodemic: More retweets for science-based information on coronavirus than for false information. *International Sociology*, 35(4), 377-392; Singh, L., Bansal, S., Bode, L., Budak, C., Chi, G., Kawintiranon, K.,... & Wang, Y. (2020). A first look at COVID-19 information and misinformation sharing on Twitter. *arXiv preprint arXiv:2003.13907*; Yang, K. C., Torres-Lugo, C., & Menczer, F. (2020). Prevalence of low-credibility information on Twitter during the COVID-19 outbreak. *arXiv*

- Com relação a atores relevantes no Twitter, descobrimos que cerca de 50 por cento dos tweets na amostra foram gerados por apenas 42 atores. Da mesma forma, encontramos evidências de que, se uma conta for verificada, a probabilidade de emissão de informação incorreta-desinformação diminui em 14 por cento. A literatura mostra que contas verificadas têm menos probabilidade de disseminar informações falsas.⁷⁵ Encontramos evidências que sustentam essa hipótese no caso do México.

Por fim, até onde sabemos, este é um dos primeiros artigos a analisar a divulgação de notícias falsas sobre a COVID-19 no Twitter em um idioma diferente do inglês.

Existem duas limitações para o presente estudo. Os resultados apresentados aqui vêm de estatísticas descritivas e correlações, portanto, não devem ser interpretados como achados causais. Outro fator importante a considerar é o período do estudo. Embora a análise do período de dezembro de 2020 a junho de 2021 tenha nos permitido capturar dados de um período durante o qual havia maior discussão sobre vacinas, não cobrimos dados dos primeiros meses da pandemia, quando provavelmente havia uma maior discussão sobre mitos relacionados à coronavírus. Finalmente, uma área de oportunidade para este estudo é identificar o papel dos bots na disseminação de informação incorreta-desinformação e tweets pró e antigovernamentais.

Em termos de políticas públicas, os dados mostram que a discussão no Twitter é influenciada principalmente por um número relativamente pequeno de contas. Entre eles, as contas verificadas desempenham um papel importante na limitação da disseminação de informações falsas. Dado o alcance dessas contas, uma estratégia a explorar seria coordenar com essas contas para lidar com notícias falsas quando detectadas no Twitter. No entanto, deve-se ter cuidado com as consequências indesejadas. Por exemplo, os usuários do Twitter podem sentir que se trata de uma campanha coordenada e, portanto, se opor às informações divulgadas.

As consequências da discussão no Twitter sendo determinadas por um pequeno número de contas também devem ser examinadas. Pode haver um processo de autosseleção em que os indivíduos migram para as redes sociais onde sentem haver informações mais alinhadas com o que acreditam e onde se sentem mais incluídos. Isso pode gerar vieses nas informações recebidas pelos indivíduos e pode levá-los a tomar decisões que podem afetar diretamente sua saúde, como não se vacinar.

Análise de contas específicas vinculadas à China: diplomacia cultural por meio do Twitter?

Com base em uma análise qualitativa, nossa equipe identificou as contas do Twitter mais relevantes relacionadas à China que disseminam conteúdo em espanhol voltado para um público latino-americano. A maioria das contas são canais oficiais da mídia chinesa na região. A lista de contas do Twitter é a seguinte: @CELE_CONFUCIO, @confuciomag;

preprint arXiv:2004.14484.

⁷⁵ Kouzy, R., Abi Jaoude, J., Kraitem, A., El Alam, M. B., Karam, B., Adib, E.,... & Baddour, K. (2020). Coronavirus goes viral: quantifying the COVID-19 misinformation epidemic on Twitter. *Cureus*, 12(3).

@Cechimex_UNAM; @chinachambermx; @ChinaServiceMex; @MEXCHAMChina; @EmbChinaMex; @cgtnespanol; @ChinaenAL; @XHespanol; e @cctvenespanol. Esta lista de contas foi construída usando o *método de amostragem bola de neve* para identificar as conexões e notícias dos meios de comunicação oficiais em língua espanhola chinesa de seus usuários em postagens comuns e compartilhadas. Assim que uma conta foi identificada, seguimos a rede de tweets e retweets para encontrar outras contas relacionadas a esses mesmos usuários.

O conteúdo dessas onze contas foi examinado qualitativamente. Foram identificadas três contas associadas à mídia oficial chinesa e com maior número de seguidores e tweets: @XHespanol; @cctvenespanol e @cgtnespanol. China Xinhua Español (@XHespanol) tem 116.000 seguidores e é a conta em espanhol da agência oficial de notícias Xinhua. CCTV Español (@cctvenespanol) é uma conta com 16.000 seguidores dedicados à disseminação de conteúdo da China. CGTN en Español (@cgtnespanol) é uma organização de mídia internacional ligada ao governo chinês com 590.000 seguidores. Uma análise qualitativa do conteúdo dessas três contas foi realizada explorando sua linha do tempo e interação com seus seguidores.

A análise qualitativa explorou três semanas de conteúdo (5 a 25 de abril) gerado pelas contas acima e não encontrou nenhuma evidência clara de campanhas de desinformação, polarização ou disseminação de propaganda pró-China. É difícil classificar o conteúdo dessas contas sob um único rótulo, mas podemos afirmar com um bom grau de certeza que as postagens são sobre diplomacia cultural e econômica, bem como alguma propaganda pró-China.

No entanto, a propaganda é muito limitada e está na fronteira da distinção entre propaganda ou comunicação social das atividades governamentais. Segue abaixo uma captura de tela de dois exemplos recentes do tipo de conteúdo compartilhado pelas contas analisadas nas Figuras 3 e 4, para ilustrar que os conteúdos estão mais alinhados com a mensagem da diplomacia cultural ou comunicação social do que com a propaganda política.



Figura 3. Conteúdo da CGTN en Español. Fonte: Twitter



Figura 4. Conteúdo da China Xinhua Español. Fonte: Twitter

O fato de não termos encontrado nestas contas do Twitter nenhuma informação óbvia relativa à propaganda e divulgação de notícias falsas, levou-nos a realizar uma análise mais exaustiva e quantitativa dos usuários que interagem com este conteúdo. O objetivo foi identificar o tipo de postagens e conteúdos gerados pelos seguidores dessas mídias. Usando a estrutura de análise desenvolvida nesta pesquisa, baixamos dados de 741.572 usuários do Twitter que seguem essas onze contas. A Tabela 2 ilustra as estatísticas descritivas para o número de seguidores, o número de contas seguidas e o número de tweets escritos pelos seguidores das onze contas chinesas.

Tabela 2. Estatísticas descritivas dos seguidores das onze contas que divulgam informações sobre a China em espanhol.

Estatística	Contagem de Seguidores	Contagem de Contas Sendo Seguidas	Contagem de Tweets
Média	724,7	906,8	4038,7
Mediana	37	389	124
Modo	0	63	0
Desvio Padrão	31.530	7.402	23.572
Mínimo	0	0	0
Máximo	9.044.696	4.233.508	7.556.857
Totais	741.572	741.572	741.572

A mediana do número de contas que essas 741.572 contas seguem no Twitter é de 389, com mediana de 37 seguidores e 124 tweets. Diversas contas correspondem a veículos de mídia digital e exibem um comportamento atípico: contas com milhões de seguidores e milhões de contas que os seguem. A grande diferença entre a mediana e a média indica que esta é uma amostra totalmente distorcida à direita; a grande maioria das contas tem menos de 100 seguidores e segue menos de 500 contas. No entanto, existem algumas contas atípicas que pertencem à mídia digital e de massa.

A próxima etapa no mapeamento de usuários que interagem com o conteúdo das contas da mídia chinesa foi gerar uma amostra aleatória para análise. Não é possível explorar os cronogramas das 741.000 contas associadas às onze contas chinesas devido a seu tamanho e escopo. Assim, optamos por selecionar uma amostra aleatória de um por cento das contas, tomando 7.415 contas como amostra e baixando sua atividade ao longo de três meses: de 2 de fevereiro a 28 de abril de 2021. Dessa forma, os tweets das linhas do tempo das contas selecionadas durante o período especificado foram baixados; o número total de tweets foi 15.287. A análise de sentimento foi conduzida nesses tweets.

A **Figura 5** apresenta alguns desses resultados, traçando duas dimensões da análise de sentimento para contrastar positividade e negatividade. Positividade se refere a um conjunto de palavras que denotam sentimentos positivos, como alegria, esperança e confiança. Um termo associado a conjuntos de palavras relacionadas a sentimentos de desconfiança, tristeza e pessimismo. Uma pontuação mais alta de positividade ou negatividade significa que um tweet está mais fortemente associado a esse sentimento positivo ou negativo. O gráfico representa cada um dos 15 mil tweets como pontos nessas duas dimensões.

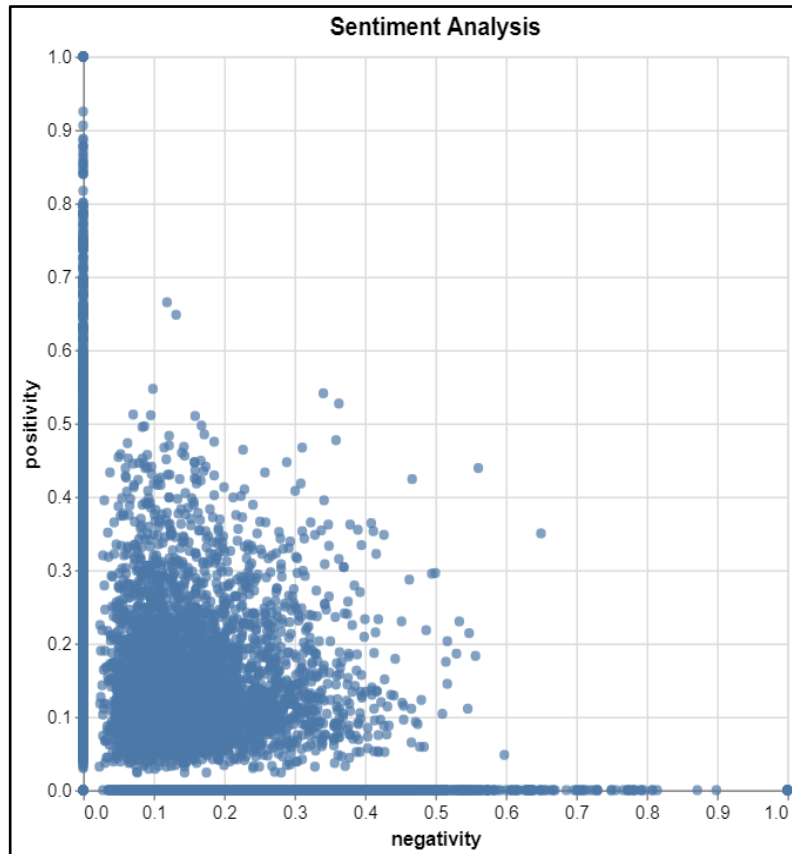


Figura 5. Análise de sentimento. Fonte: Elaboração própria dos autores

No geral, a pontuação média de negatividade é 0,09, a neutralidade é 0,79 e a positividade é 0,11. Os descritores indicam que a maioria das postagens compartilhadas por essas contas envolvendo conteúdo chinês são neutras ou positivas. Existem poucas postagens com carga negativa. Outra maneira de ver esse fenômeno é por meio da dimensão composta da análise de sentimento. A medida geral ou “composta” é uma pontuação de -1 a 1, onde -1 indica o maior grau de negatividade e 1 de positividade. Valores próximos de 0 denotam neutralidade. A Figura 6 é um histograma com uma curva de densidade mostrando a distribuição dessa medida composta para explorar a distribuição dessa pontuação entre os 15.000 tweets.

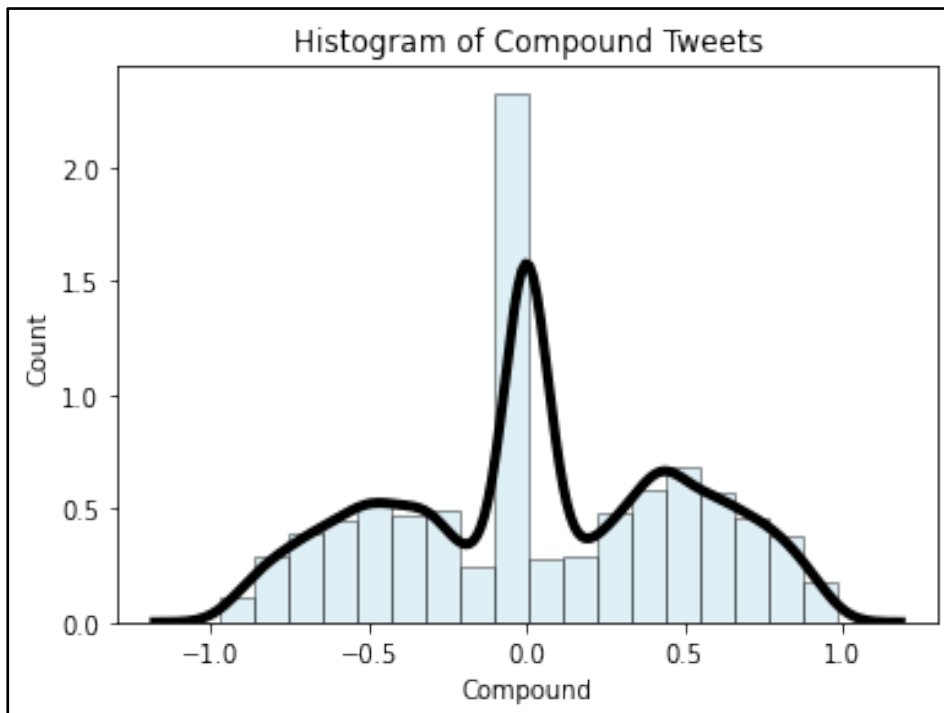


Figura 6. Histograma da medida geral ou "composta" de sentimentos (-1 denota negatividade, 0 neutralidade e 1 positividade). Fonte: Elaboração própria dos autores

O histograma confirma que a maior densidade de tweets é apresentada na pontuação com um valor de 0. A medida composta média dos 15.000 tweets é 0,04. A maior parte do conteúdo dessas contas é neutra. Menos de 10 por cento do conteúdo está localizado nos extremos da escala.

Em conclusão, o exercício realizado nesta seção explorou as contas mais conhecidas e seguidas que divulgam conteúdos vinculados à China. Onze contas do Twitter foram selecionadas. Através de uma análise qualitativa, concluiu-se que as onze contas divulgam conteúdos vinculados à comunicação social ou à diplomacia cultural chinesa. Assim, a análise a seguir consistiu em explorar os perfis dos usuários interagindo com o conteúdo gerado por essas contas chinesas para identificar algum tipo de polarização. A contagem de seguidores deles foi analisada, assim como o sentimento de seu conteúdo compartilhado.

O resultado foi que o conteúdo que eles compartilham é principalmente neutro. Há uma minoria de conteúdo claramente positivo e negativo, mas não é possível associá-la a um relato ou padrão distinto. Não foi possível identificar polarização ou qualquer elemento sistematicamente atípico no conteúdo das contas da mídia chinesa, ou seus seguidores e usuários interagindo com suas postagens.

Esses resultados nos levam a analisar em maior profundidade se existem estratégias sistemáticas de desinformação e propaganda interna no México. Por isso, três análises são realizadas no México: a primeira estuda o comportamento nacional em torno da COVID-19; a segunda estuda o caso subnacional do Estado do México; e o terceiro examina as eleições em Nuevo León.

Há evidências de desinformação sistemática e estratégias de propaganda no México?

Estudo de caso nacional

Visualizar informações de várias maneiras é fundamental para entender ambientes complexos, como redes sociais (neste caso específico, Twitter). A importância da visualização de *gráfico* ou rede foi amplamente documentada na análise de problemas complexos ao longo da história."

Na primeira parte desta seção, apresentamos a utilidade de representar a vida útil da atividade geral das redes sociais no contexto de uma série de consultas específicas em uma amostra de 20.036 tweets. Isso é seguido por um processo metódico de visualização das diferentes topografias das redes Twitter.

A segunda e a terceira seções resumem o processo, os resultados e as implicações preliminares dos dois nós com a maior centralidade na amostra sendo analisada: @alfredodelmazo e @lopezobrador_. Ao analisar como esses dois nós operam, duas percepções emergem. Em primeiro lugar, o suposto uso de redes sociais coordenadas por usuários com comportamento suspeito em nome da administração de Alfredo del Mazo, governador do Estado do México. Em segundo lugar, exemplos de antagonismo político e polarização em torno do manejo da pandemia pelo governo de Andrés Manuel López Obrador (AMLO), Presidente do México. Para tanto, apresentamos uma classificação de influência segmentada e agregada por usuário e tweet. Esta seção destaca a importância de identificar os principais usuários com maior potencial de influência e os tweets que ilustram as diferentes intenções e emoções relevantes para este estudo.

A este respeito, propomos uma taxonomia em duas categorias:

- **Intenções:** baseadas em rótulos pró-governo, antigoverno, desinformação e informação incorreta.
- **Emoções:** com base na análise de sentimento composta conduzida como parte da ferramenta tecnológica.

Esta taxonomia e informações fornecem uma visão geral de como funciona a rede de esforços aparentemente coordenados para apoiar o governo do Estado do México e os atores que polarizam a conversa pública no nível federal. Dois grupos (um a favor e um contra o governo AMLO) são identificados e algumas de suas interações e comportamentos em relação ao manejo da pandemia pelo governo são apresentados. O processo revelou como o uso de desinformação e informação incorreta não desempenha um papel preponderante nesta amostra. No entanto, refletimos sobre como a radicalização de ideias e emoções pode aumentar o uso da desinformação e da informação incorreta no futuro. Finalmente, apresentamos um conjunto de implicações, conclusões e recomendações na quarta seção.

Topografias e taxonomias de rede

Para entender melhor as diferentes intenções e emoções por trás da publicação desses tweets, visualizações de rede e gráficos representando suas topografias em diferentes níveis são usados para melhorar a compreensão da dinâmica do usuário no Twitter. As topografias são relevantes porque funcionam como um ponto de partida para a criação de taxonomias. A classificação dos usuários em contas, classificações, tweets, intenções e emoções suspeitas é útil para estudar seu comportamento. Ele também é usado para aplicar técnicas computacionais para avançar em uma abordagem sistemática e analítica para lidar com uma rede complexa e para compreender os mecanismos usados por seus atores para divulgar informações (orgânica ou artificial).

Além disso, organizar e atribuir rótulos comportamentais a usuários e tweets específicos pode criar um vocabulário compartilhado e em constante evolução para gerar uma discussão produtiva sobre como abordar a análise sistemática de uma rede em grupos interdisciplinares, o que é vital para o estudo de redes sociais. Este exame mostra como a amostra é modelada por um conjunto de nós (usuários de redes sociais) conectados por arestas (relacionamentos) que formam padrões. Esses padrões funcionam como pistas que ajudam a rastrear usuários com intenções que podem responder, por exemplo, a interesses políticos ou polarizar a conversa pública.

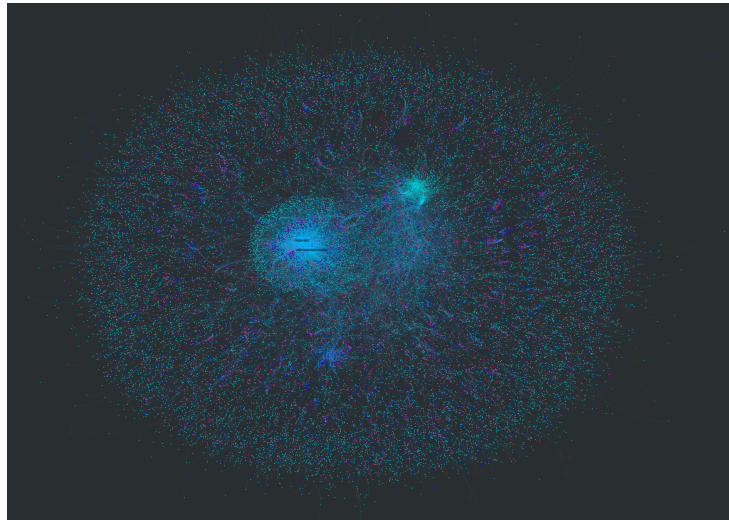
As topografias de rede que veremos nesta seção analisam principalmente os dois nós com a maior centralidade que fazem parte de uma amostra de 20.036 tweets, extraídos de 1º de abril de 2020 a 1º de junho de 2021, usando os seguintes [termos de pesquisa](#).

Topografia (Quadro Geral)

O primeiro passo foi obter uma visão de alto nível da rede, semelhante a uma imagem de satélite, que visualiza todos os usuários e tweets como nós, e todas as interações entre os nós como conexões. Essas conexões podem ser tweets, menções ou respostas. Essas informações formam o primeiro nível de *zoom* da topografia da rede. Os três primeiros níveis de zoom da rede e as informações detectadas são apresentados a seguir:

- Nível de zoom 1.

Permite a detecção rápida de usuários com maior centralidade, medida pelo número de conexões (interações) de cada nó.



Visualização da amostra em Gephi v0.9.2. Os nós representados na imagem são os seguintes (por cor): azul claro = usuários do Twitter; azul escuro = tweets com valor composto positivo; roxo = tweets com valor composto neutro; e vermelho = tweets com valor composto negativo. As conexões representadas na imagem são (por cor): roxo = link ou tweet; azul claro = menção; verde = resposta ao tweet.

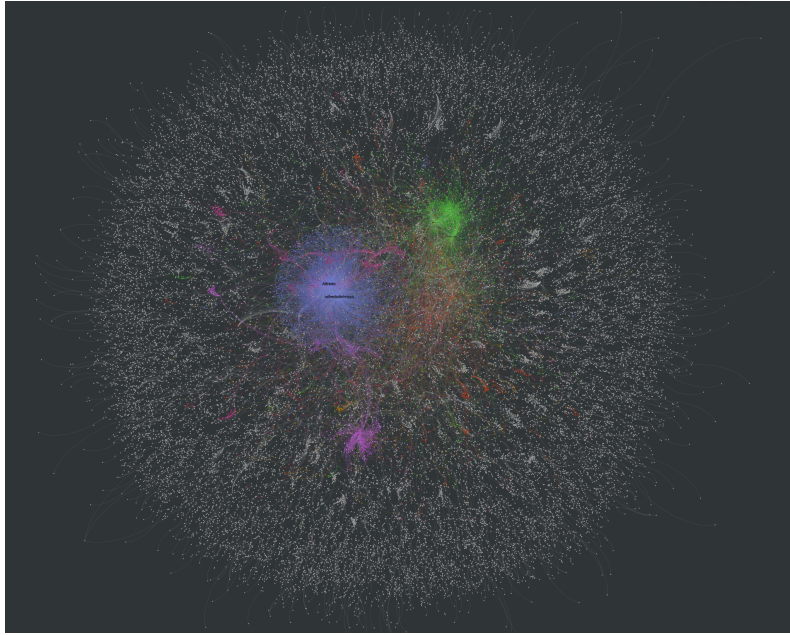
A imagem identifica rapidamente os usuários com maior centralidade, definida como o número de conexões (interações) de cada nó. Nesta rede que consiste em respostas, tweets e menções, dois nós principais podem ser identificados:

1. Alfredo del Mazo @alfredodelmazo
2. Ssalud_mx e @lopezobrador_

Para visualizar a rede em alta resolução, clique [aqui](#).

- Nível de zoom 2 (Comunidades-modularidade).

Permite que os nós sejam organizados por afinidade entre grupos (comunidades) na rede.



Visualização da amostra em Gephi v0.9. As cores representam as comunidades detectadas com o algoritmo de Modularidade avaliada com um valor de Resolução = 1,0.

Neste nível de zoom, você pode ver os nós organizados (em cores) pela afinidade entre grupos (comunidades) na rede e agrupados por tópicos e interações.

Nota: Uma explicação detalhada de como funciona o algoritmo de Modularidade pode ser encontrada no terceiro relatório. Para visualizar a rede em alta resolução, clique [aqui](#).

Análise de sentimento e tempo de vida da amostra de 20.036 tweets

A análise da topologia da rede ajudou-nos a compreender os mecanismos de divulgação das notícias no Twitter e a relação que existe entre esta divulgação e as comunidades da rede social. Ao contrário da análise anterior, a seção abaixo descreve uma análise dos mecanismos de disseminação em termos de tempo ao invés da topologia das conexões na rede. Investigamos os padrões de difusão temporal de um tweet na rede com base em retweets de outros usuários. A análise de padrões temporais é importante porque identifica até que ponto o conteúdo se espalha por meio de retweets de uma ou várias contas até atingir um público maior. A análise temporal do número de retweets é chamada de análise de vida útil porque representa graficamente o número de pessoas e seguidores que um tweet atinge, com base no número de retweets que concedem seguidores ao longo do tempo.

Da amostra de 20.036 tweets acima referida, 99 por cento não tiveram nenhum retweet. Portanto, tweets com mais de um retweet foram analisados. Por falta de espaço, não é possível incluir todas as análises de vida útil analisadas. No entanto, foram analisadas 200 análises de vida útil que correspondem a postagens com mais de um retweet. A análise de vida útil dos 200 está disponível mediante solicitação. Nesta seção, apresentamos uma seleção que é representativa da dinâmica de vida útil observada. Em seguida, apresentamos um exemplo

ilustrativo de cada uma das cinco categorias de conteúdo descritas anteriormente.

Vida útil do conteúdo antigovernamental

Exemplo 1. Tweet: “Vejo que os professores foram vacinados com as vacinas Cansino e que elas são eficazes por apenas 6 meses. Que maneira de fazer falsas promessas através de uma seringa. #TheyveAlreadyLostBecauseIWillVote” [Original em espanhol: “Veo que todas las vacunas con las que se ha vacunado a los maestros son Cansino y que son efectivas solo por 6 meses. Que manera de dar atole en jeringa. #YaPerdioPorqueYoVotare”].

Este exemplo é sobre um tweet que afirma que as vacinas dadas aos professores eram da empresa farmacêutica chinesa CanSino e que elas têm uma eficácia de apenas seis meses. A expressão "dar atole em jeringa" usada no tweet original é uma expressão que indica que se tratou de uma fraude governamental. A **Figura 7** representa as dez contas com o maior número de seguidores (os mais influentes) que retuitaram essa postagem. O histograma de barras representa o número de seguidores de cada uma dessas contas.



Figura 7. As dez contas mais influentes que retuitaram a postagem que serve como exemplo de conteúdo antigovernamental. Fonte: Trabalho dos próprios autores

As dez contas com o maior número de seguidores que retuitaram a postagem usada neste exemplo são Pessoa 11, Pessoa 12, Pessoa 13, Pessoa 14 e Pessoa 15. A figura a seguir relaciona a coincidência temporal entre essas contas ao efeito dos retweets. A **Figura 8** representa a evolução temporal no eixo horizontal com a data e hora indicativas do evento, medida na frequência de 10 minutos. O eixo vertical no lado esquerdo mostra o número de retweets ocorridos em um intervalo de tempo de 10 minutos. As linhas correspondem a este eixo vertical do lado esquerdo. O eixo vertical do lado direito corresponde aos pontos representados no gráfico, que são as contas vinculadas ao tempo de vida útil do tweet e marcam

o momento em que foi retuitado. A escala vertical do lado direito inclui o número de seguidores das contas representadas pelos pontos.

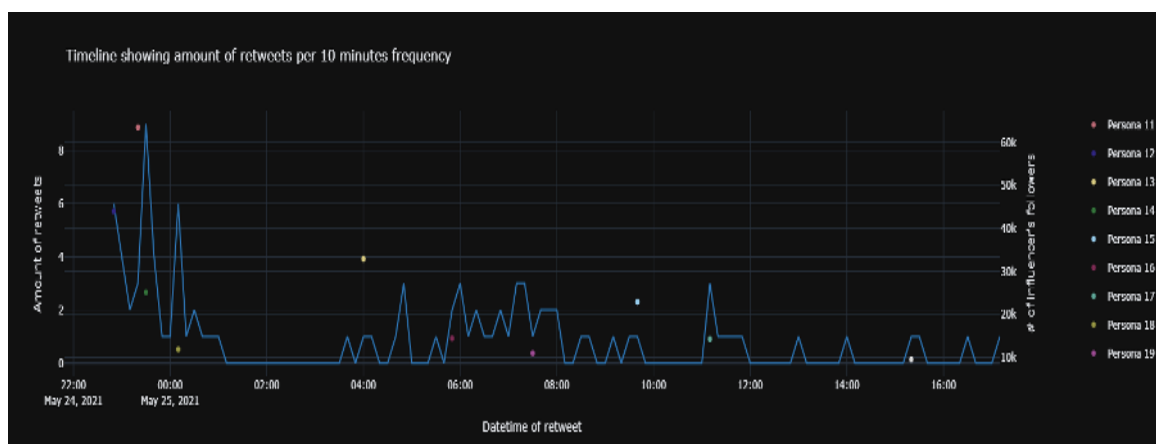


Figura 8. Vida útil do número de retweets por frequência de 10 minutos e contas mais influentes que retuitaram o exemplo de conteúdo antigovernamental. Fonte: Trabalho dos próprios autores

No exemplo mostrado na **Figura 8**, podemos ver que o tweet foi postado por volta da meia-noite. Pouco após ser postado, a conta da Pessoa 12, com cerca de 25.000 seguidores, retuitou. Isso levou a mais retweets que se seguiram imediatamente. O pico foi alcançado quando a pessoa 11, com 60.000 seguidores, retuitou novamente. A atividade diminuiu nas primeiras horas da manhã. No entanto, no dia seguinte, o tweet teve entre 1 e 2 retweets a cada dez minutos, desde a manhã até cessar por volta das 18 horas daquele dia.

Vale ressaltar que o nível mais alto de atividade foi alcançado nas primeiras duas horas após a postagem do tweet, e que no dia seguinte continuou com frequência moderada e constante até desaparecer. Nesse caso, os retweets da Pessoa 11 e da Pessoa 12 foram importantes para a sobrevivência do tweet e para gerar um efeito em cascata para poder atingir um público maior e ganhar mais retweets no dia seguinte. A **Figura 9** representa o número cumulativo de seguidores das contas que retuitaram o tweet original ao longo de sua vida útil. O pico no gráfico reflete quando a pessoa 11 retuitou a postagem.

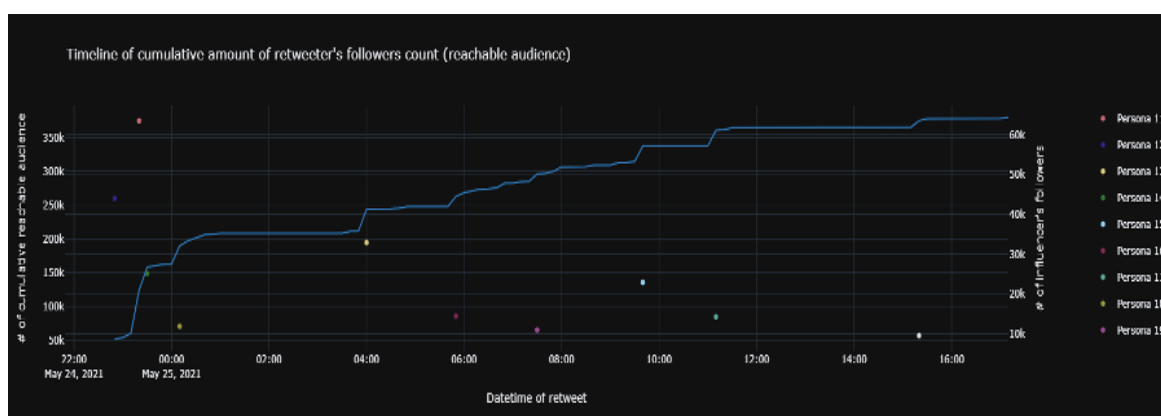


Figura 9. Número cumulativo de seguidores de contas que retuitaram a postagem, servindo como exemplo de conteúdo antigovernamental. Fonte: Trabalho dos próprios autores

O exemplo abaixo corresponde a um tweet que foi classificado como desinformação. O conteúdo e a vida útil são representativos dos casos examinados sob este rótulo.

Vida útil do conteúdo de desinformação

Exemplo 2. Tweet: “O principal pneumologista da Rússia se demite por "graves violações" da ética médica no desenvolvimento da vacina Sputnik V contra o coronavírus #RecommendedReading” [Original em espanhol: “El principal neumólogo ruso renuncia por “violaciones graves” de la ética médica en el desarrollo de la vacuna Sputnik V contra el coronavirus #LecturaRecomendada”].

O texto do exemplo é falso, alegando que o principal pneumologista russo renunciou ao cargo em protesto contra as violações éticas no desenvolvimento da vacina Sputnik V e implicando que a vacina russa não é confiável e não deve ser usada. A seguir, examinamos sua dinâmica de disseminação na rede. [Fig. 10]

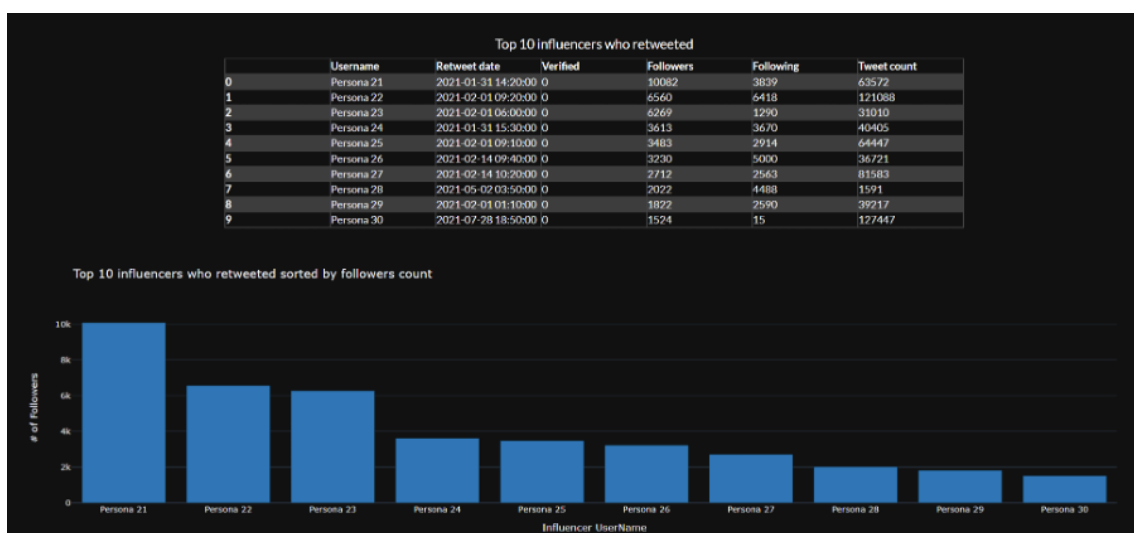


Figura 10. As dez contas mais influentes que retuitaram este exemplo de conteúdo de desinformação.
Fonte: Trabalho dos próprios autores

A conta com o maior número de seguidores que retuitou este exemplo foi a Pessoa 21 (10.000 seguidores), seguida pela Pessoa 22 (6.560 seguidores) e a Pessoa 23 (6.269 seguidores). A seguir, observamos a relação entre os retweets pelas contas com maior número de seguidores e o alcance do conteúdo.

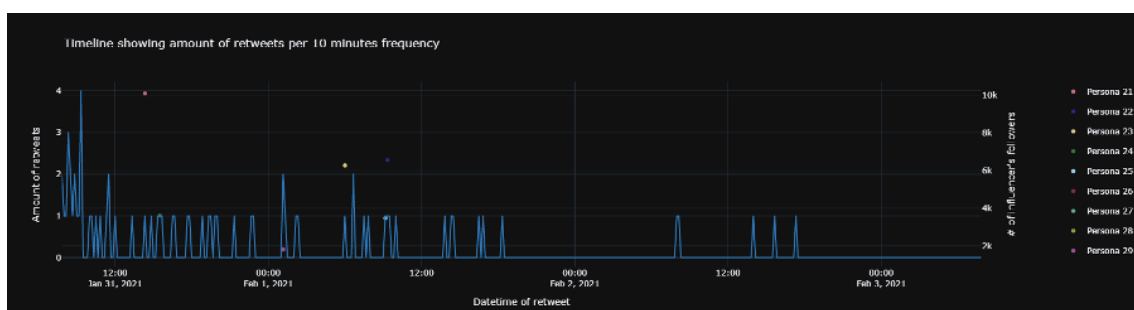


Figura 11. Vida útil do número de retweets por frequência de 10 minutos e contas mais influentes que retuitaram conteúdo de desinformação. Fonte: Trabalho dos próprios autores

A **Figura 11** mostra que o tweet teve uma série de retweets importantes nas primeiras duas horas após sua publicação. Posteriormente, a primeira conta relevante que retuitou foi a Pessoa 21 (10.000 seguidores). No entanto, isso não teve um efeito significativo e o padrão de retweets permaneceu estável. Nesse caso, o retweet de contas com muitos seguidores não pareceu ter um efeito considerável, como no exemplo anterior de conteúdo antigovernamental.

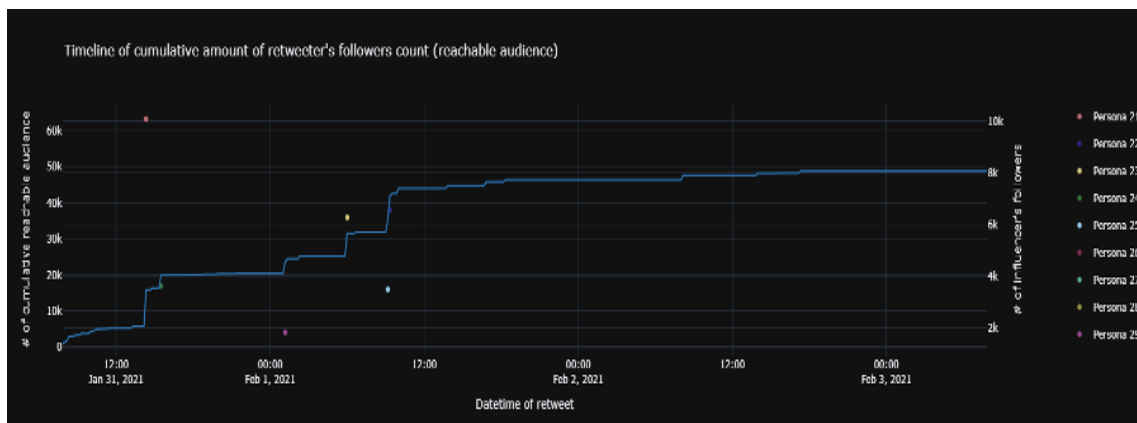


Figura 12. Número cumulativo de seguidores de contas que retuitaram, por data e hora do retweet. Exemplo de conteúdo de desinformação. Fonte: Trabalho dos próprios autores

A **Figura 12** mostra que o número acumulado de seguidores aumenta em um ritmo constante, sem mostrar um salto no número de retweets devido à influência de contas com muitos seguidores. O terceiro exemplo abaixo reflete o conteúdo pró-governo.

Vida útil do conteúdo pró-governo

Exemplo 3. Tweet: “O México é um dos primeiros 10 países a obter a #vacina contra a #Coronavírus. O especialista em Relações Internacionais [@expert01] explica que temos esse recurso porque ele não está sendo desperdiçado, não estamos dando chuchu, impostos estão sendo pagos”. (A expressão “distribuindo chuchu” ou “dando chuchu” usada no tweet original é uma expressão que se refere ao governo incentivando ou subornando jornalistas para cobrir/priorizar uma notícia.)

[Original em espanhol: “México es uno de los 10 primeros países en obtener la #vacuna contra el #Coronavirus. El experto en Relaciones Internacionales [@expert01] nos explicó que se tiene el recurso porque no se está dilapidando, no se está dando chayote, se pagan impuestos”]

O tweet do Exemplo 3 é favorável ao governo mexicano porque cita a opinião de um especialista que afirma que o México foi um dos primeiros países a adquirir vacinas, graças à boa gestão das finanças públicas porque os impostos são pagos e esses recursos não vão para a corrupção. As dez contas com mais seguidores que retuitaram essa postagem foram o jornalista esportivo 3 (com mais de meio milhão de seguidores) e a Pessoa 32 (com quase 18.000 seguidores). [Fig. 13]

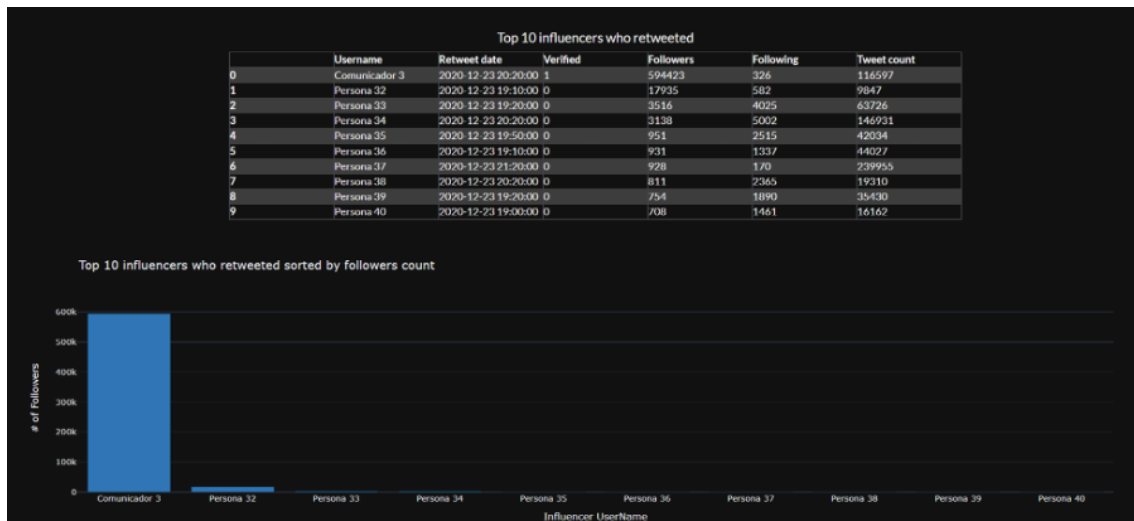


Figura 13. As dez contas mais influentes que retuitaram este exemplo de conteúdo de pró-governo. Fonte: Trabalho dos próprios autores

A Figura 14 mostra que a atividade mais importante ocorreu nas primeiras três horas após a postagem do tweet. O retweet do redator esportivo 3 gerou o pico de atividade mais alto.

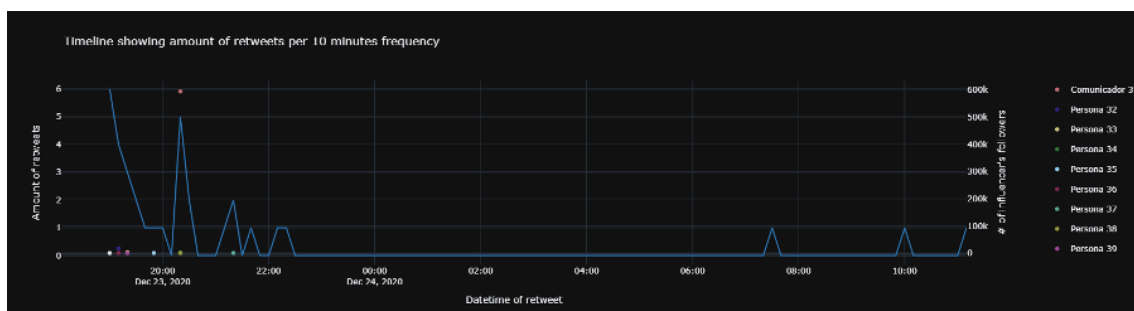


Figura 14. Duração do número de retweets por frequência de 10 minutos e contas mais influentes que retuitaram o exemplo de conteúdo pró-governo. Fonte: Trabalho dos próprios autores

As contas com mais seguidores retuitaram o conteúdo nas primeiras três horas, e então o interesse diminuiu. A Figura 15 ilustra precisamente o efeito que o retweet de Carlos Albert teve em atingir um número máximo de seguidores.

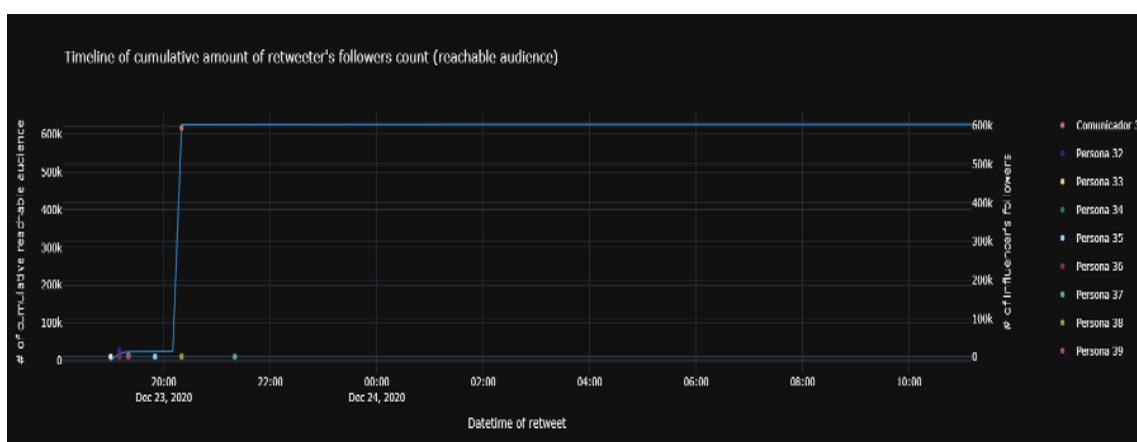


Figura 15. Número cumulativo de seguidores de contas que retuitaram, por data e hora do retweet. Exemplo de conteúdo de desinformação. Fonte: Trabalho dos próprios autores

O último estudo de caso destaca um exemplo representativo da vida útil de um tweet com conteúdo verdadeiro.

Vida útil do conteúdo verdadeiro

Exemplo 4. Tweet: “@HLGatell anuncia calendário de vacinação para funcionários de escolas mexicanas (públicas e privadas); a vacina escolhida será uma dose #Cansino # LaMañanera.” (La Mañanera refere-se à entrevista coletiva matinal do presidente.) [Original em espanhol: “anuncia @HLGatell el calendario de vacunación para el personal educativo de México (públicos y privados); la vacuna elegida será #Cansino de una sola aplicación #LaMañanera”].⁷⁶

O conteúdo deste tweet é baseado em fatos e se refere a uma declaração do czar anti-COVID-19 do governo federal, Hugo López-Gatell: há um calendário de vacinação para o pessoal da educação e eles receberão a vacina CanSino. Nesse caso, as contas que deram maior cobertura a esse conteúdo foram os de comunicadores de mídia digital de emissoras de rádio e televisão. O comunicador 4, apresentador de um popular programa de notícias de rádio, retuitou a postagem (que atingiu seus 700.000 seguidores). [Fig. 16].



Figura 16. As dez contas mais influentes que retuitaram este exemplo de conteúdo verdadeiro. Fonte: Trabalho dos próprios autores

A vida útil deste tweet durou menos de oito horas. O momento do retweet do Comunicador 4 e a onda subsequente de retweets é visualmente impressionante; no entanto, a onda termina antes da meia-noite desse dia. [Fig. 17]

⁷⁶ <https://t.co/Blf6z3IbiF>.

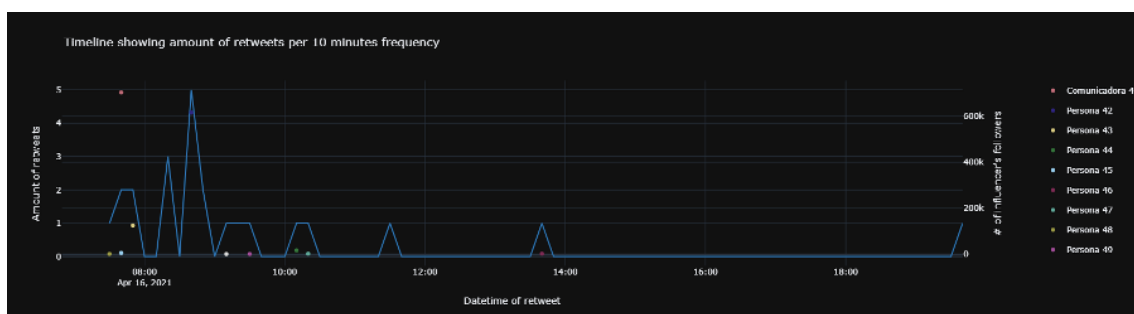


Figura 17. Duração do número de retweets por frequência de 10 minutos e contas mais influentes que retuitaram o exemplo de conteúdo verdadeiro. Fonte: Trabalho dos próprios autores

A Figura 18 mostra que o impacto do Comunicador 4 teve um efeito cascata no alcance do público.

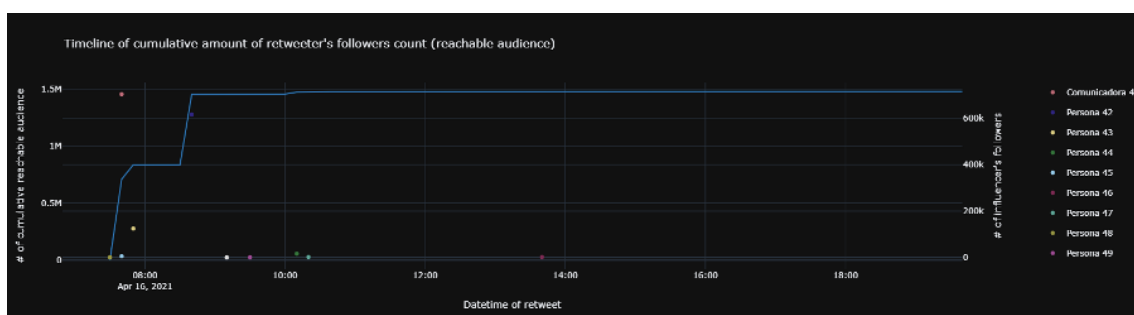


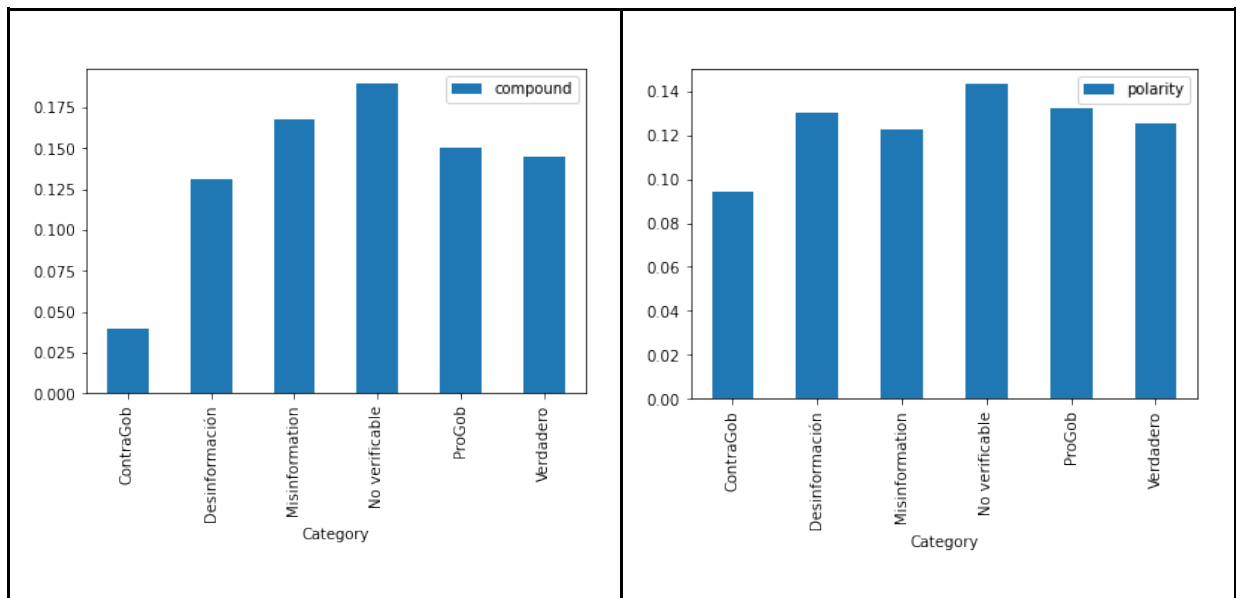
Figura 18. Número acumulado de seguidores de contas que retuitaram, por hora do retweet. Exemplo de conteúdo verdadeiro. Fonte: Trabalho dos próprios autores

Em conclusão, este estudo usando uma seleção representativa de casos revela que a maioria dos tweets passa despercebida e que a grande maioria não é retuitada. O que parece prolongar a vida útil de um tweet é quando uma conta com um número significativo de seguidores o retuita. Contas com grande número de seguidores na casa das centenas de milhares estão associadas aos meios de comunicação de massa e personalidades públicas. Os tweets morrem rapidamente e duram pouco; isso acontece com todos os tipos de conteúdo, exceto para desinformação. Não há um padrão identificável para desinformação, no entanto, a vida útil do tweet tende a durar mais em comparação com as outras categorias de conteúdo. Além disso, raramente é retuitado por uma conta (possivelmente de uma personalidade pública) com centenas de milhares de seguidores.

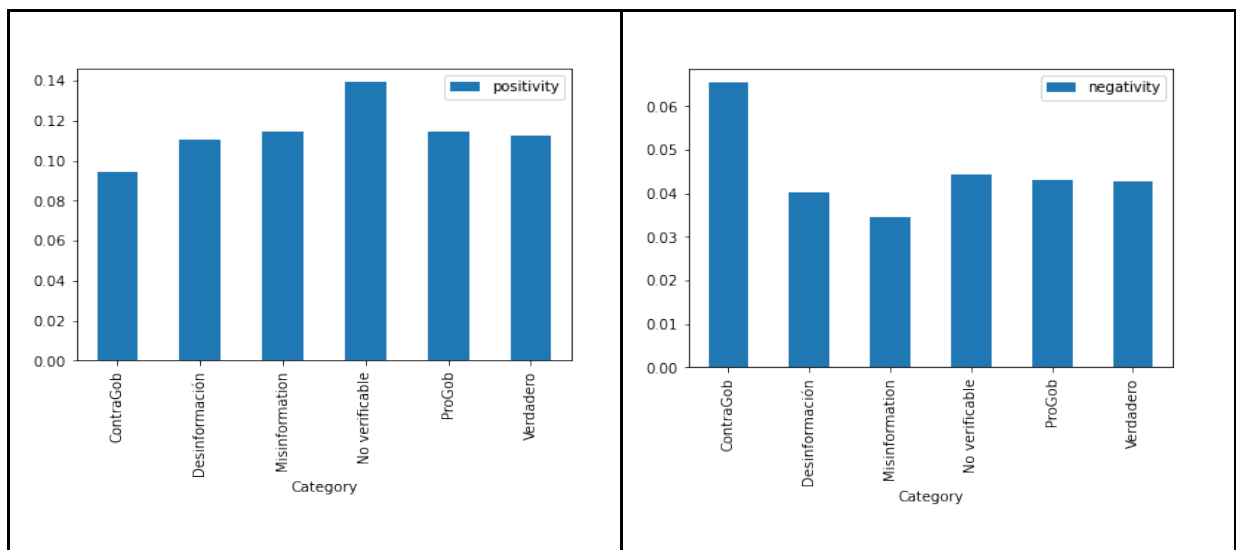
Após realizar a análise do tempo de vida útil do tweet, observando os efeitos das interações com os influenciadores e o alcance e os seguidores das contas que retuitam, procuramos analisar os sentimentos gerais criados por essas postagens. A análise de sentimento é uma metodologia de processamento de linguagem natural destinada a determinar se um conjunto de dados é positivo, negativo ou neutro. A amostra coletada possui um grande número de tweets; realizando uma análise de sentimento, podemos determinar seu efeito geral na opinião pública na rede.

Para realizar um estudo de tendências gerais, determinamos o valor médio de cada uma das categorias exploradas anteriormente. Uma análise de duas partes é conduzida em cada tweet:

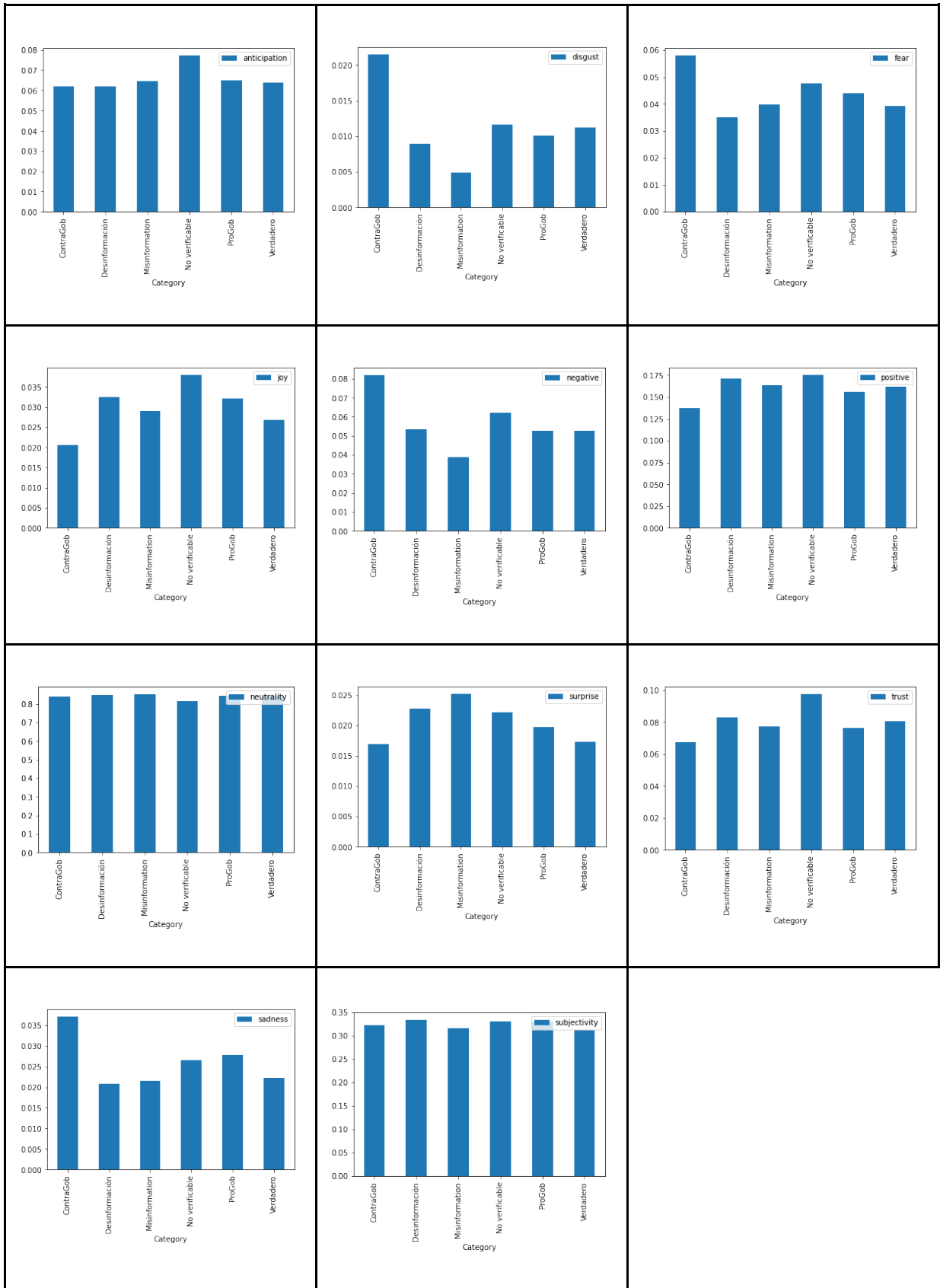
análise contextual e uma análise da composição sintática. Em outras palavras, analisamos o texto na totalidade e, em seguida, analisamos palavra por palavra. Duas bibliotecas *Python* foram usadas para essas análises, a saber, VADER e TextBlob e léxicos.



Gráficos de valores normalizados de sentimento (-1 sendo negativo, variando de 1 sendo positivo)



Gráficos que representam os valores médios de positividade e negatividade por categoria



Gráficos que representam os valores médios para a porcentagem de palavras em tweets atribuídos a sentimento

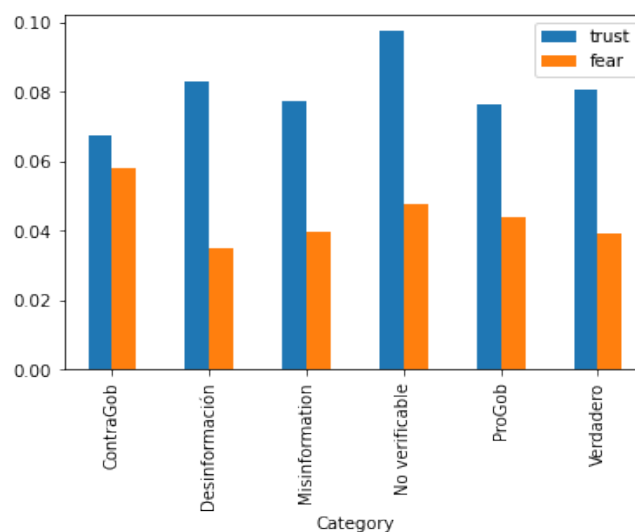


Gráfico de contraste que descreve os valores médios para a porcentagem de palavras em tweets atribuídos a medo e confiança

Interpretação dos dados

Como visto nos gráficos anteriores, há uma tendência geral dos tweets classificados como antigovernamentais consistirem em palavras negativas e que geram medo, repulsa e tristeza. No entanto, apesar de não apresentar valores médios elevados de positividade, percebe-se um alto valor atribuído às tentativas de geração de confiança. Isso sugere que esses tipos de tweets procuram afetar negativamente seus leitores sem serem irrealistas ou polarizadores demais.

Os valores mais baixos para medo e negatividade são encontrados nas categorias de desinformação e informação incorreta. Isso sugere que a estratégia geral para a divulgação desses tipos de tweets pode ser baseada no uso de uma expressão de surpresa, confiança e alegria. Isso promove segurança, neutralidade e baixos níveis de subjetividade. A linguagem que gera medo é evitada. Portanto, esses tweets podem parecer informativos, transparentes e verdadeiros.

Há em média uma diferença de dois por cento entre os tweets pró-governo (progob) em comparação com os tweets antigoverno (antigob). Pode-se inferir haver um menor uso de palavras negativas, tendo em vista que 80 por cento do total de palavras são neutras para ambas as categorias. Isso sugere uma possível tendência de maior neutralidade nessa categoria. Existe uma tendência semelhante entre os tweets que pertencem à categoria de desinformação, que têm um foco maior na confiança e baixos níveis de medo.

No entanto, esta categoria apresenta níveis mais elevados de subjetividade, indicando que a média dos tweets tende a ser opiniões e não fatos ou discursos informativos como os das demais

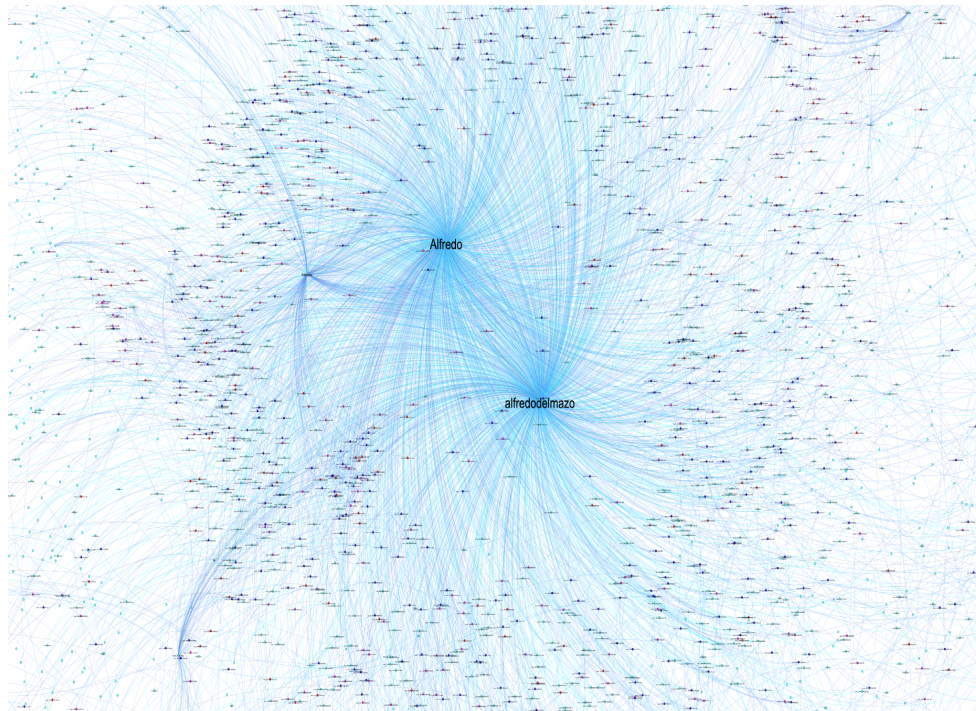
categorias. Tweets com informações precisas têm altos níveis de subjetividade e neutralidade. Tweets com sentimentos negativos refletem valores mais baixos. Podemos concluir que esses tweets tendem a ser opiniões, discursos informativos ou respostas a tweets sem uma agenda específica.

Finalmente, para tweets na categoria não verificável, uma diferença significativa no comportamento é observada em comparação com outras categorias. Altos níveis de confiança, subjetividade e positividade são refletidos em sua composição sintática, em comparação com as outras categorias. Após realizar a análise de sentimento e observar as médias categorizadas, os valores mais refletidos são neutralidade, positividade e subjetividade (constituindo mais de 10 por cento da estrutura do tweet). Os tweets têm altos valores de neutralidade, variando entre 70 por cento e 80 por cento. A subjetividade, por outro lado, varia entre 30 por cento e 35 por cento. Esses valores são os mais prevalentes ao desconstruir os tweets palavra por palavra. A análise das categorias à luz desses sentimentos revela que as categorias com menor subjetividade são antigoverno e informação incorreta.

Portanto, pode-se supor que o conteúdo geral desses tweets tende a gerar diálogo e causar impacto ao buscar apresentar as informações como verdadeiras. As categorias de desinformação, progob e informações verdadeiras tendem a ser mais subjetivas, usando outros elementos, como comentários, opiniões e expressar pontos de vista de forma clara, sem apresentá-los como informações objetivas. Em contraste, os sentimentos menos relevantes na amostra são: tristeza, com valores variando entre 2 por cento e 3,5 por cento; negatividade, variando entre 4 por cento e 8 por cento; e nojo, com valores entre 0,5 por cento e 2 por cento. Isso porque são as categorias com menor percentual de palavras na composição sintática dos tweets. Algo a ter em mente é a negatividade ser representada na análise contextual, mas não na análise de composição sintática. Isso indica que as mensagens negativas podem não ser diretas, mas podem usar elementos como sarcasmo, trocadilhos, negação etc.

- Nível de zoom 3 (os dois nós centrais)

Nó central 1. Usuário com mais interações: @alfredodelmazo e a menção de "Alfredo".

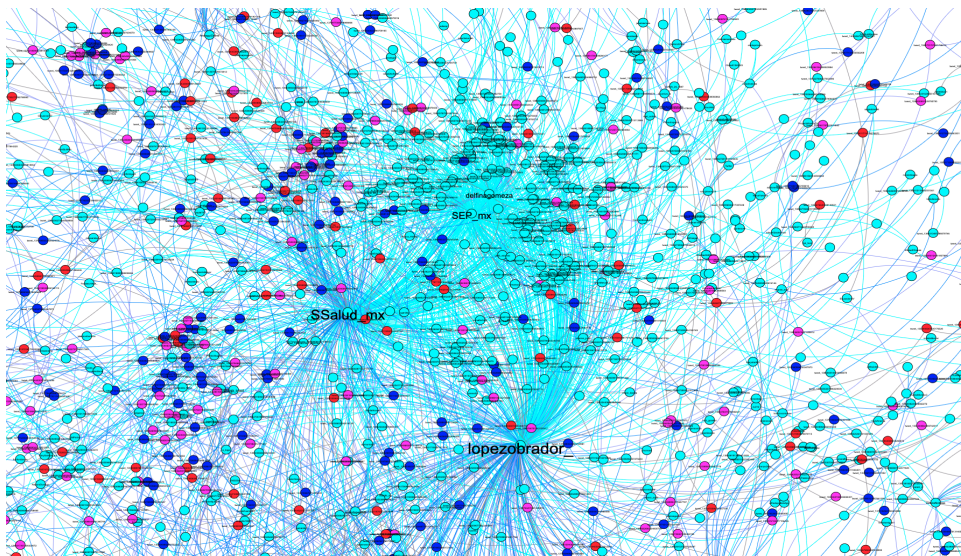


Visualização da comunidade @alfredodelmazo em Gephi v0.9.2. As cores representam o seguinte: nós em azul claro são usuários do Twitter; nós em azul escuro são tweets com valor composto positivo; nós rosa são tweets com valor composto neutro; nós vermelhos são tweets com valor composto negativo. As conexões são representadas por: roxo (link para tweet); azul claro (menção) e verde (resposta). Para visualizar a rede em alta resolução, clique [aqui](#).

Nota: Na análise de sentimento, composto se refere à divisão do sentimento em intervalos de três sentimentos: 1 = positivo, 0 = neutro e -1 = negativo.

A imagem mostra como o governador do Estado do México obtém a maior parte das interações desta amostra através de uma rede muito ampla que o menciona constantemente, mais ainda do que López Obrador. Embora nesta fase não seja possível determinar tratar-se de uma campanha coordenada, este comportamento pode ser um indicador preventivo de uma utilização artificial das contas. Essas contas genéricas podem ser usadas para destacar os sucessos de um governo, para elogiar sua estratégia para enfrentar a pandemia ou para criar um senso artificial de popularidade dos programas governamentais.

Nó central 2. Usuário com mais interações: @SSalud_mx e @lopezobrador_.



Visualização da comunidade @lopezobrador_ em Gephi v0.9.2. Os nós representados na imagem são os seguintes (por cor): azul claro = usuários do Twitter; azul escuro = tweets com valor composto positivo; rosa = tweets com valor composto neutro; e vermelho = tweets com valor composto negativo. As conexões representadas na imagem são (por cor): roxo = link para o tweet; azul claro = menção; verde = resposta ao tweet.

A imagem mostra um close da comunidade do governo mexicano responsável por lidar com a pandemia. Podemos ver as interações do nó @lopezobrador_, seguido pelo Ministério da Saúde, e pelo Ministério da Educação e sua diretora, Delfina Gomez. Vale destacar a centralidade de López Obrador. Embora seja naturalmente citado por ser o responsável final pela estratégia contra a pandemia, é inegável que representa boa parte do discurso da polarização; tanto a seu favor quanto contra ele. Isso é semelhante ao que Francesco Manetto chama de “o eixo polarizador da vida pública” em seu artigo para o jornal *El País* intitulado “O 'efeito López Obrador': a sociedade mexicana polariza-se em dois blocos” [Original em espanhol: “El 'efecto López Obrador': la sociedad mexicana se polariza ”].⁷⁷

A análise a seguir concentra-se em dois nós principais: Alfredo del Mazo e Andrés Manuel López Obrador. O escopo da análise desta seção visa lançar luz sobre o comportamento da rede, suas intenções e, em alguns casos, as emoções associadas aos seus tweets.

Nota: Por uma questão de concisão, este relatório não se aprofunda nos aspectos técnicos do estudo, mas sim na interpretação das visualizações e dados da rede. Os detalhes técnicos podem ser explicados em um futuro apêndice suplementar, se necessário.

⁷⁷ Francesco Manetto, “El 'efecto López Obrador': la sociedad mexicana se polariza,” *El País*, May 20, 2021. Available at: <https://elpais.com/mexico/elecciones-mexicanas/2021-05-20/el-efecto-lopez-obrador-la-sociedad-mexicana-se-polariza-en-dos-bloques.html>.

Alfredo del Mazo e o governo do Estado do México

Não é nenhuma surpresa que o governo de Alfredo Del Mazo use contas genéricas para promover seus programas governamentais, realizações e políticas de gestão de pandemia. Esse comportamento foi documentado anteriormente por vários meios de comunicação, como a [BBC](#) ou a revista [Proceso](#), para citar alguns. Um estudo recente realizado pela [Signa Lab](#) no Instituto de Tecnologia e Ensino Superior do Oeste (Instituto Tecnológico e de Estudios Superiores de Occidente, ITESO) intitulado [“PRI Edomex: new digital trainings”](#) afirma que as contas genéricas que apoiam constantemente o PRI e o governador do Estado do México, Alfredo del Mazo, compartilham as seguintes características:

- Eles usam nomes genéricos, nomes comuns de A a Z, acompanhados por uma sequência aleatória de oito dígitos.
- As postagens geradas por essas contas são consistentemente em apoio ao PRI ou ao governo de Del Mazo.
- Ocasionalmente, eles postam o mesmo tweet ou variações mínimas da mesma mensagem. A maioria das contas se identifica com nomes e imagens de mulheres.
- Essas contas não recebem mais de 10 curtidas, o que sugere um baixo engajamento orgânico.
- Mais de 80 por cento dessas contas registraram menos de 200 seguidores quando os dados foram baixados.
- Destas 26.842 contas genéricas, 1.436 foram criadas em 2018 (5,34 por cento), 11.951 em 2019 (44,52 por cento) e 13.455 em 2020 (50,12 por cento). [Figuras do estudo Signa Lab.]

Dadas essas características, pesquisamos nossa amostra de 20.036 tweets em busca de contas que continham letras acompanhadas por uma sequência aleatória de oito dígitos. Encontramos 1.314 contas com nomes comuns (principalmente mulheres) acompanhados dessa sequência. Ao explorar essas contas, notamos que muitas delas seguiram o mesmo padrão; eles expressam uma opinião positiva sobre como o Estado do México está lidando com a pandemia, como pode ser visto nos três exemplos a seguir:



Exemplos de contas na rede de Alfredo del Mazo mostrando padrões de conta genéricos. Fonte: Twitter

Esse comportamento levanta a seguinte questão: se essas contas são genéricas sendo criadas artificialmente para apoiar o governo de Alfredo del Mazo, quem as administra?

O governo estadual pode estar usando contas genéricas para aumentar a atividade no Twitter. A comprovação da existência de uma campanha coordenada, bem como da origem e coordenação dessas contas suspeitas, foge ao escopo deste relatório. No entanto, fornece um caminho para investigações futuras.

Além de contas que magnificam as realizações do governo local, um exame mais aprofundado

de contas mais suspeitas (que contêm nomes seguidos por oito dígitos aleatórios) revela que esse comportamento não se limita a tweets positivos ou mensagens agradecendo as hashtags e tweets do governador. Existem também algumas contas com características semelhantes que têm como alvo o governo federal.

Por exemplo, @nombrefemenino+ocho-dígitos-aleatorios é um usuário que publica reclamações constantes e repetidas contra o governo federal. Nesses tweets, ela menciona repetidamente o Ministério da Saúde Pública (@Ssalud_mx), o Ministério da Educação Pública (@SEP_mx), López Obrador (@lopezobrador_) Presidente do México e Delfina Gómez (@delfinagomez) Ministra da Educação Pública.

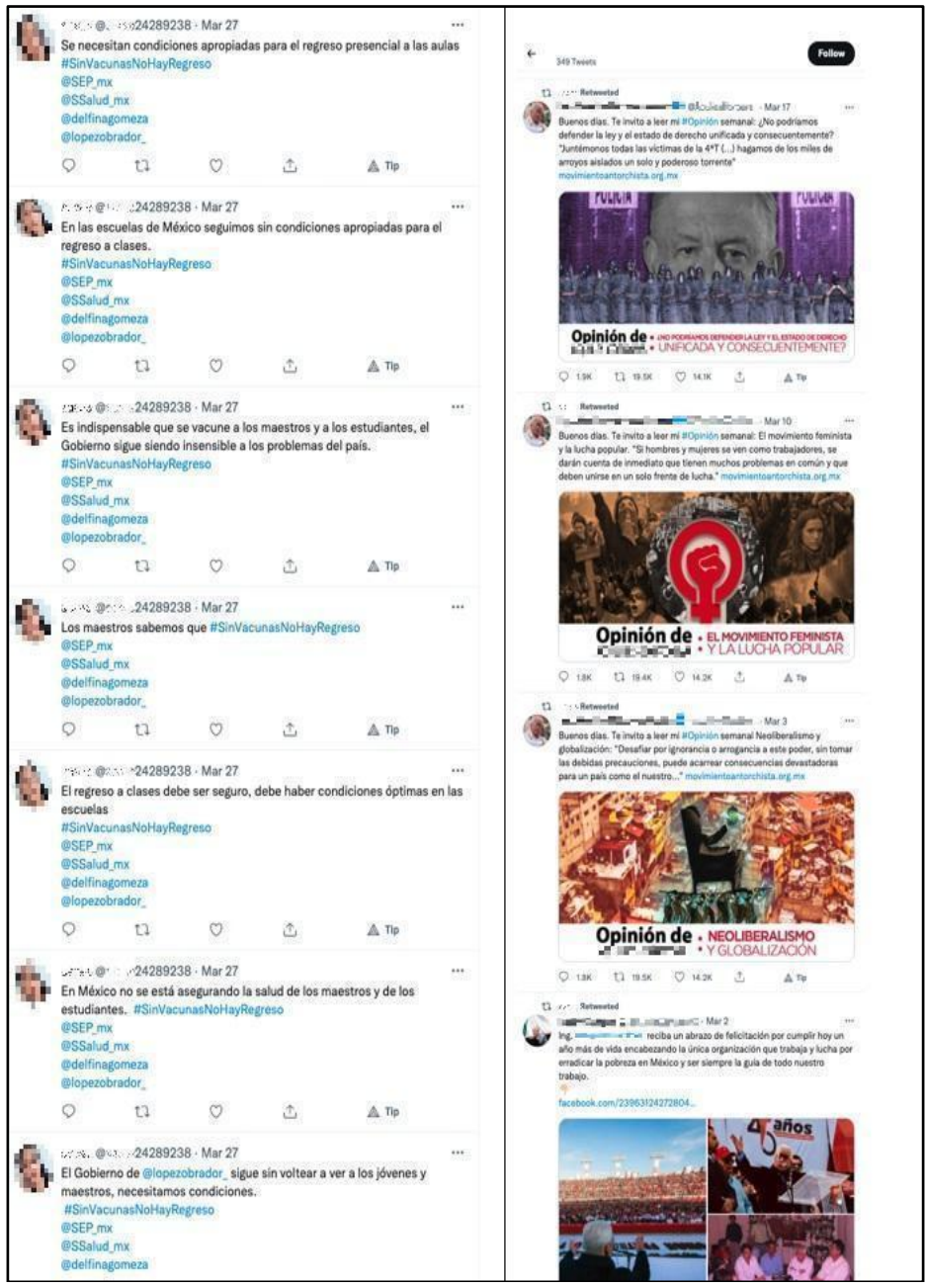


Perfil de usuário do Twitter @nombrefemenino+ocho-dígitos-aleatorios

Dois comportamentos se destacam:

1. Constantemente compartilha (retuíta) conteúdo antigovernamental.
2. Usa a hashtag #IDeservetobeVaccinated (#MerezcoSerVacunado) em postagens dirigidas a líderes governamentais.

Esses dois comportamentos são exemplificados a seguir em tweets ininterruptos. Esses tweets também são postados com uma regularidade sistemática.

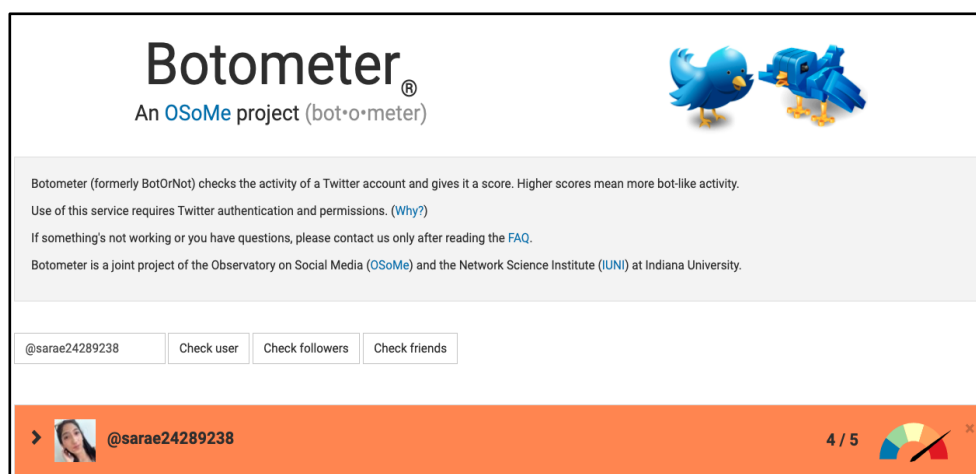


Exemplos de tweets dentro da rede de Alfredo del Mazo que exibem padrões de postagem contínua com a hashtag #MerezcoSerVacunado.

Com base nesse comportamento, nas poucas interações orgânicas e no nome de usuário da conta (@nombrefemenino+ocho-dígitos-aleatorios), decidimos usar o aplicativo Botometer. O Botometer é um aplicativo público da web desenvolvido pelo [Observatory on Social Media \(OSoMe\)](#)⁷⁸ que analisa contas particulares do Twitter e dá uma pontuação entre 0 e 5. Quanto

⁷⁸ OSoME é um projeto conjunto do Centro de Pesquisa em Redes e Sistemas Complexos (CNetS) da Luddy School e da Escola de Mídia e Instituto de Ciências de Rede (IUNI) da Universidade de Indiana. OSoMe reúne cientistas de dados e jornalistas para estudar o papel da mídia e da tecnologia na sociedade e criar ferramentas

mais alta a pontuação, mais semelhante a um robô é a atividade. Ao testar o aplicativo @nombrefemenino+ocho-dígitos-aleatorios obteve 4 de 5. Essa pontuação — embora inconclusiva — indica uma alta probabilidade de ser uma conta genérica, com comportamento semelhante ao de um *bot*.

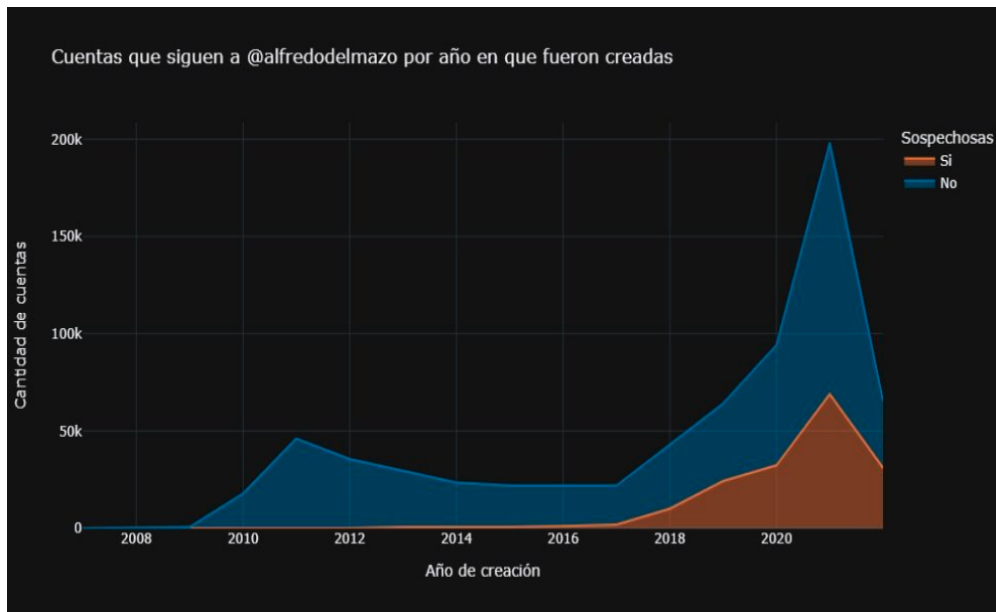


Captura de tela dos resultados do aplicativo Botometer.

Embora não se possa ter certeza de que o governo do Estado do México seja o responsável pela gestão dessas contas, ou que sejam realmente bots (a análise de similaridade comportamental do Botometer não é conclusiva), esta ferramenta reforça a ideia de que essas contas são suspeitas. Individualmente, esses tipos de contas podem parecer irrelevantes, mas, considerando que esta amostra contém 1.314 usuários com nomes compostos por letras e oito dígitos que produziram 6,6 por cento dos 19.924 tweets em análise, você pode ver como eles “inflam” os tweets a favor ou contra um agente se trabalharem de forma coordenada.

Além do comportamento suspeito dos usuários, há outra característica que chama a atenção: Alfredo del Mazo, governador do Estado do México, tem um total de 682.852 seguidores (em 23 de agosto de 2021), dos quais 171.009 (25 por cento) têm padrões de conta suspeitos (nomes com 8 dígitos no final). Durante 2020 e 2021, sua conta aumentou em 263.333 seguidores. Destes, 134.004 têm o padrão de 8 dígitos. Ou seja, 78 por cento dos novos seguidores são contas suspeitas criadas entre 2020 e 2021.

para analisar e combater a informação incorreta e manipulação nas redes sociais.

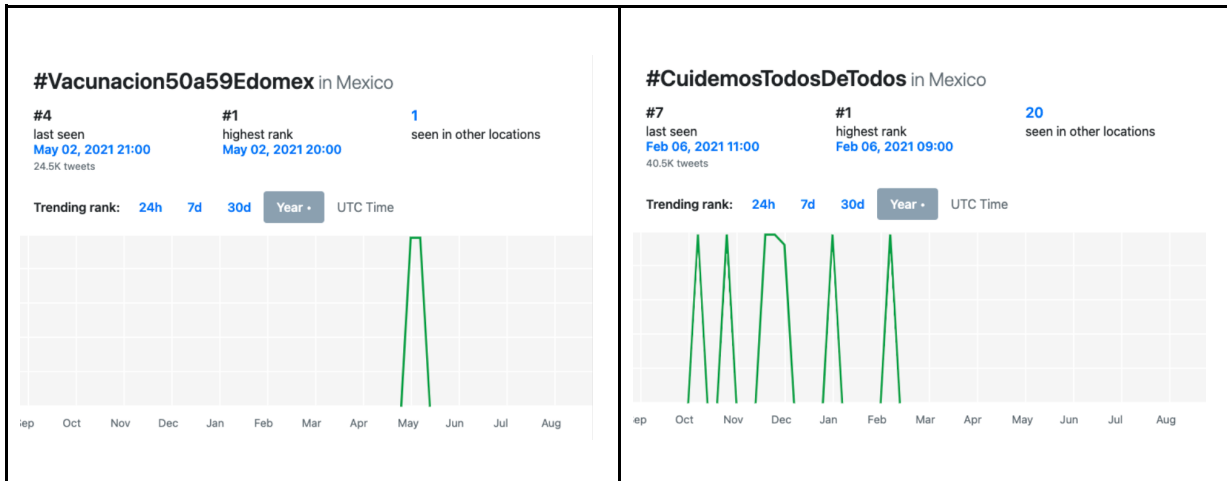


Este gráfico mostra a data em que as contas suspeitas (terminando com oito dígitos) foram criadas, mostrando um aumento incomum em 2020 e 2021.

Ter os oito dígitos no final do nome de usuário, ser contas recém-criadas, e ter um parâmetro do Botometer igual ou superior a 4 reforça o possível uso de contas artificiais. A chave está nos números. A soma dessas contas aparentemente inocentes torna-se mais relevante se forem pensadas como uma estratégia coordenada de centenas envolvendo milhares de contas, como se fossem um enxame de abelhas movendo-se em uníssono.

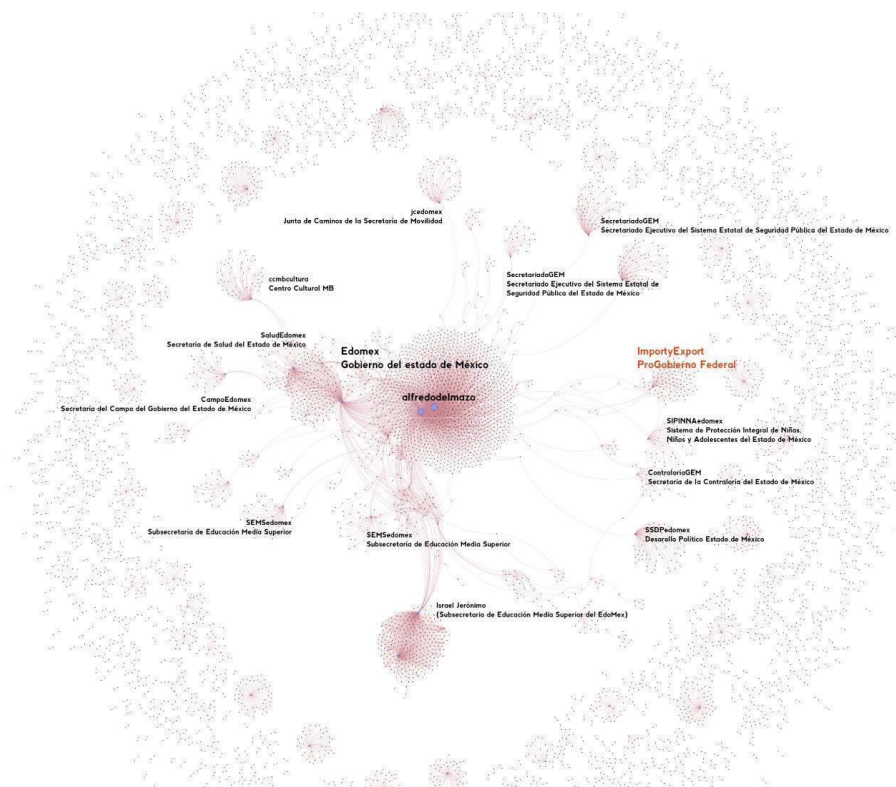
Em escala, essas contas genéricas podem ser usadas como uma ferramenta para posicionar positivamente questões relacionadas ao governo do Estado do México ou para atacar oponentes. É difícil calcular a escala do enxame de contas genéricas porque é necessário considerar os seguidores dessas contas, que não necessariamente seguem Alfredo del Mazo, mas interagem com seu conteúdo ou com seus oponentes. Portanto, seu impacto seria refletido no agregado e na interconexão que existe entre essas contas.

Embora o impacto social ou político dessas redes não seja claro, seu efeito no debate público não deve ser subestimado. Essas contas não têm impacto apenas ao nível estadual, mas também ao nível nacional. O Estado do México foi capaz de se posicionar para tendência nacional em repetidas ocasiões. Por exemplo, duas das hashtags usadas como termos de pesquisa na amostra de 20.036 foram as tendências de número um ao nível nacional:



Paralelamente ao funcionamento das contas genéricas, o Governo do Estado do México utiliza seus ministérios e instituições como segunda linha de divulgação. Como mostra a imagem a seguir, as instituições governamentais estaduais estão vinculadas às menções ou *hashtags* que surgem das contas de Alfredo del Mazo e do governo do Estado do México.

Para uma visão panorâmica de como funcionam as redes conectadas a Alfredo del Mazo e suas secretarias, uma visualização da comunidade do usuário @alfredodelmazo foi gerada no Gephi v0.9.2 a partir de uma amostra de 20.036 tweets, selecionando os tweets com queryID = 8363 correspondentes to #LetsTakeCareofEachOther (#CuidemosTodosDeTodos), anteriormente identificado como uma tendência nacional com alto nível de relacionamento com @alfredodelmazo.



Para visualizar a rede em alta resolução, clique aqui.

Visualização dos tweets gerados pelo termo de busca com ID 8363, da comunidade do usuário @alfredodelmazo com a hashtag #CuidemosTodosDeTodos em Gephi v0.9.2. As cores representadas na imagem são: roxo = usuários; e rosa = tweets e links entre tweets e usuários.

Ao contrário das contas genéricas, este comportamento é esperado, pois reflete uma campanha de comunicação positiva sobre os programas e eventos realizados pelo governo do Estado do México. Com relação à comunicação de qualquer governo estadual, espera-se que haja coordenação entre as contas institucionais e as contas públicas oficiais. Por esse motivo, não é nossa prioridade detalhar como a informação é disseminada desde o nível institucional. Porém, com as evidências apresentadas nesta análise, entende-se melhor porque Alfredo del Mazo tem esse grau de centralidade, tanto na amostra de 20.036 tweets, quanto no debate público.

Nesta seção, demonstramos a utilidade da visualização de rede para detectar rapidamente a centralidade das contas mais importantes. A visualização de dados nos ajuda a entender como uma rede é centralizada ou distribuída para analisar seus nós e identificar narrativas subjacentes. Isso economiza muito tempo e é uma parte fundamental para entender a dinâmica da rede. A centralidade do relato de Del Mazo nos permitiu realizar uma análise detalhada e consultar a literatura sobre o comportamento das contas genéricas.

Este relatório não é conclusivo nem acusatório de que o governo Alfredo del Mazo opera uma rede de contas genéricas. No entanto, o fato de este fenômeno ter sido documentado no estudo Signa Lab, e de os comportamentos destas contas genéricas coincidirem fortemente com os resultados deste relatório, permite-nos concluir que existem elementos suficientes para sugerir

um comportamento atípico.

O segundo nó mais central, o governo López Obrador, é analisado a seguir.

O governo López Obrador

Para o caso **do governo López Obrador, foram realizadas análises de sentimento e definição de categorias de intenções**. Em primeiro lugar, foi apresentado um panorama da rede de Andrés Manuel López Obrador e de seu governo. Iniciamos com a amostra de 20.036 tweets, seguindo as etapas descritas a seguir:

- Eliminação dos nós correspondentes à rede de Alfredo del Mazo:
 - user_39860797 (alfredodelmazo)
 - user_142348200 (Alfredo)
 - user_15946615 (Edomex)
 - user_2884759347 (israelrjeronomol)
 - user_1238244179639242754 (Conalep_Edomex)
- Usando o filtro EgoNetwork com *ID* de nó user_82119937 (lopezobrador_) com "Depth" = Max (Esta etapa remove tweets e usuários do mesmo que não têm relação com o usuário lopezobrador_).
- Este processo gerou uma rede final de 1.924 nós semelhantes ao usuário (1.508 categorizados como "usuário", 416 como "_undefined") e 3.680 nós semelhantes ao tweet (3.668 categorizados como "tweet", 12 como "_undefined").
- Os dados foram exportados para um arquivo .svg. *Para examinar a rede em detalhes, clique [aqui](#).*

A imagem a seguir representa uma visualização geral da rede do governo federal a partir da amostra de 20.036 tweets. Os seguintes usuários aparecem como nós centrais:

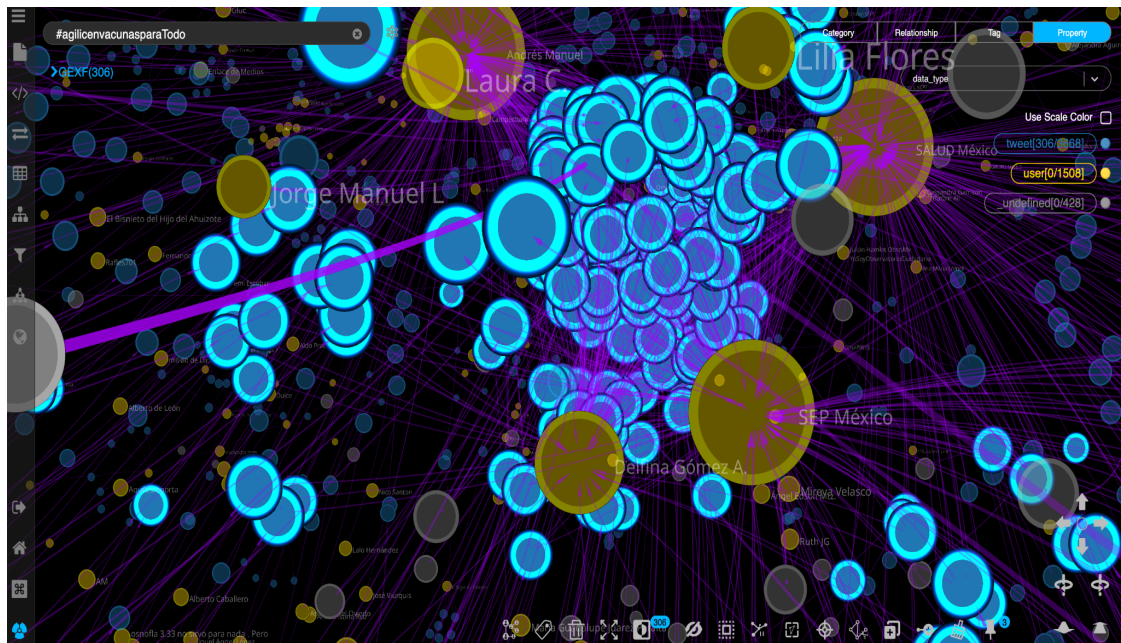
- @lopezobrador_ (Presidente do México).
- @SSalud_mx (Ministério da Saúde e Bem-Estar).
- @SEP_mx (Ministério da Educação Pública).
- @delfinagomez (Ministro da Educação Pública).



Visualização da comunidade do usuário @lopezobrador_ no GraphXR. Os nós representados são (por cor): rosa claro = usuários do Twitter; amarelo = usuários e verde = sem classificação válida.

Como mencionado acima, não é de estranhar que Andrés Manuel López Obrador tenha a maior centralidade da rede, já que a polarização do debate público no México girou em torno dele. Tanto seus seguidores quanto seus oponentes o consideram o responsável final pelos acontecimentos mais importantes do país e o colocam no centro da polarização a favor ou contra o governo federal. Sua maneira de lidar com a pandemia não foi exceção. Em segundo lugar está o Ministério da Saúde, responsável pela estratégia de resposta à pandemia.

O caso do Ministério da Educação Pública e da ministra Delfina Gomez provavelmente está relacionado ao debate e à polarização em torno da estratégia de retomada da educação presencial em todo o país. Ao examinar a rede, constatou-se que a centralidade proeminente de Delfina Gómez se deveu principalmente à hashtag #SpeedUpVaccinesforAll (#AgilicenVacunasParaTodos), que a vincula às contas @Ssalud_mx, @SEP_mx e @lopezobrador_.

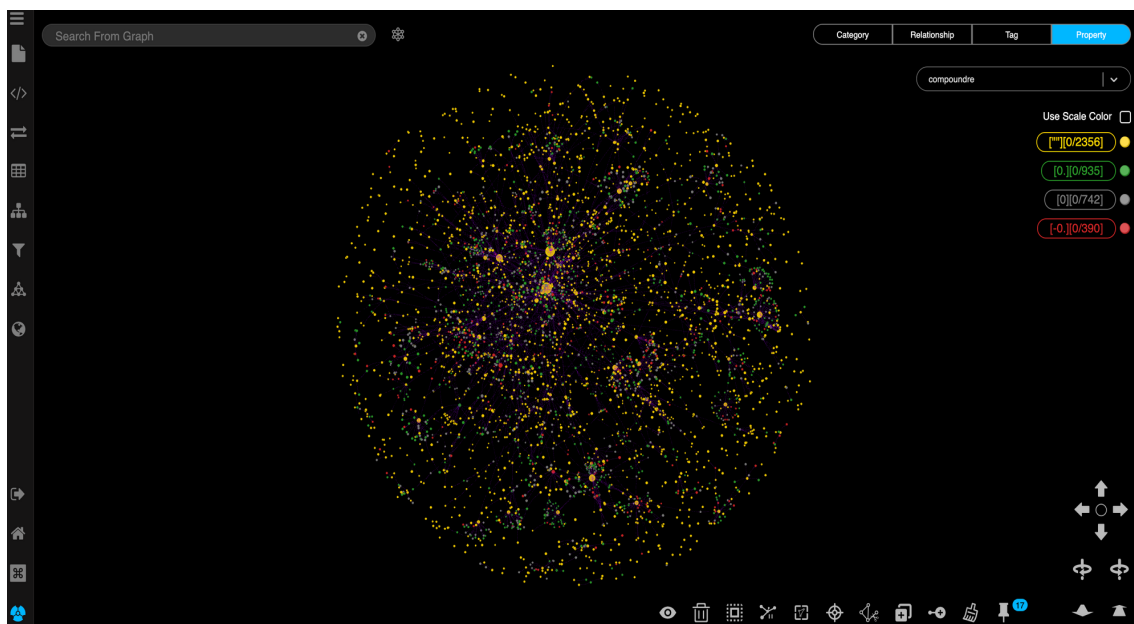


Visualização GraphXR da concentração de tweets contendo a hashtag #AgilicenvacunasparaTodos conectados aos principais nós da rede governamental mexicana. Os nós representados na imagem são (por cor): amarelo = usuários do Twitter; azul = tweets; e cinza = sem classificação válida.

Rede de emoções

Seguindo o mesmo protocolo, geramos uma rede que revela um mapa de sentimento geral.

A imagem abaixo ilustra a rede da AMLO, extraída dos 20.036 tweets, que mostra as emoções dos tweets rotulados como “verdadeiros” na rede (sendo a maioria). Os nós amarelos são iguais aos usuários; nós verdes equivalem a sentimentos positivos de tweets; nós cinzentos equivalem a sentimentos neutros; e nós vermelhos equivalem a sentimentos negativos.



Visualização GraphXR das emoções (compostas) da amostra da rede AMLO. Os nós amarelos correspondem aos usuários; nós verdes correspondem a sentimentos positivos; nós cinzentos correspondem a sentimentos neutros; e nós vermelhos correspondem a sentimentos negativos.

Como visto, não há aglomerados emocionais, mas sim uma distribuição relativamente homogênea. No entanto, devemos lembrar que a análise de sentimento não deve ser tomada como uma medida exata, mas como uma aproximação computacional.

A precisão percentual da análise de sentimento é resumida neste relatório e é explicada em relatórios anteriores. Portanto, nos concentraremos em explicar como uma aproximação do agregado emocional de cada tweet ajuda a visualizar a polarização em um grande volume de tweets, algo que seria impossível de fazer manualmente.

A negatividade de um tweet, seja pró ou antigovernamental, pode ser um indicador de possível polarização. Linguagem provocativa e às vezes chula — usada com mais frequência em tweets marcados com alta negatividade — nos ajuda a detectar atores ou meios de comunicação que polarizam o debate público. A relação entre a negatividade e a polarização de um tweet é descrita posteriormente nesta seção.⁷⁹

Ranking de intenções e emoções dos usuários da rede AMLO

Para se ter uma melhor compreensão da rede, este ranking é composto pelo número de interações de tweet (menções, retweets) e os sentimentos que geraram. Nesse caso, os usuários

⁷⁹Esse tipo de visualização pode *monitorar* as emoções da rede. Se os clusters de negatividade ou positividade forem detectados, eles podem ser considerados como um indicador de polarização, desde que os valores estejam consistentemente na faixa mais alta de negatividade ou positividade.

foram ordenados sequencialmente pelo número de seguidores e aqueles que acumulam mais *curtidas* e retweets, possuindo, portanto, uma plataforma maior de divulgação ou influência.

Além da seleção de usuários com plataformas altamente relevantes, e como resultado da rotulagem de intenções e emoções nesta amostra, é possível distinguir quais desses influenciadores apresentam tendências a favor ou contra o atual governo. São apresentados os tweets rotulados como verdadeiros e os considerados informação incorreta-desinformação, bem como a emoção atribuída a cada um dos tweets da amostra.

As tabelas apresentadas a seguir incluem o sentimento de cada tweet com o valor composto da análise de sentimento conduzida. O composto é avaliado em uma escala de três sentimentos:

- 1 sentimento positivo [azul].
- 0 sentimento neutro [cinza].
- -1 sentimento negativo [vermelho].

Nota: Esses rankings correspondem apenas à amostra de 20.036 tweets que filtram a rede de Alfredo del Mazo, conforme explicado no início desta seção.

As tabelas são organizadas em seis categorias:

1. A classificação dos usuários que apresentam tendências contrárias ao governo federal e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.
2. O ranking de usuários que mostra tendências de apoio ao governo federal e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.
3. O ranking de informação incorreta e desinformação (em conjunto) da rede e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.
4. Ranking dos tweets na rede marcados como verdadeiros e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.
5. Ranking de usuários que apresentam tendências de oposição ao governo federal, marcados como informação incorreta+desinformação e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.
6. Ranking de usuários que mostram tendências de apoio ao governo federal, marcados como informação incorreta+desinformação e o perfil emocional (composto) de cada um de seus tweets.

Esses rankings permitem observar os atores com maiores plataformas de disseminação e influência na rede, o que nos permite criar taxonomias coletivas e dividir a rede em grupos,⁸⁰

⁸⁰Por exemplo, grupos que postam tweets verdadeiros, tweets com conteúdo de informação incorreta e desinformação e grupos antagônicos.

bem como comparar essas informações entre grupos para melhor compreender suas relações.



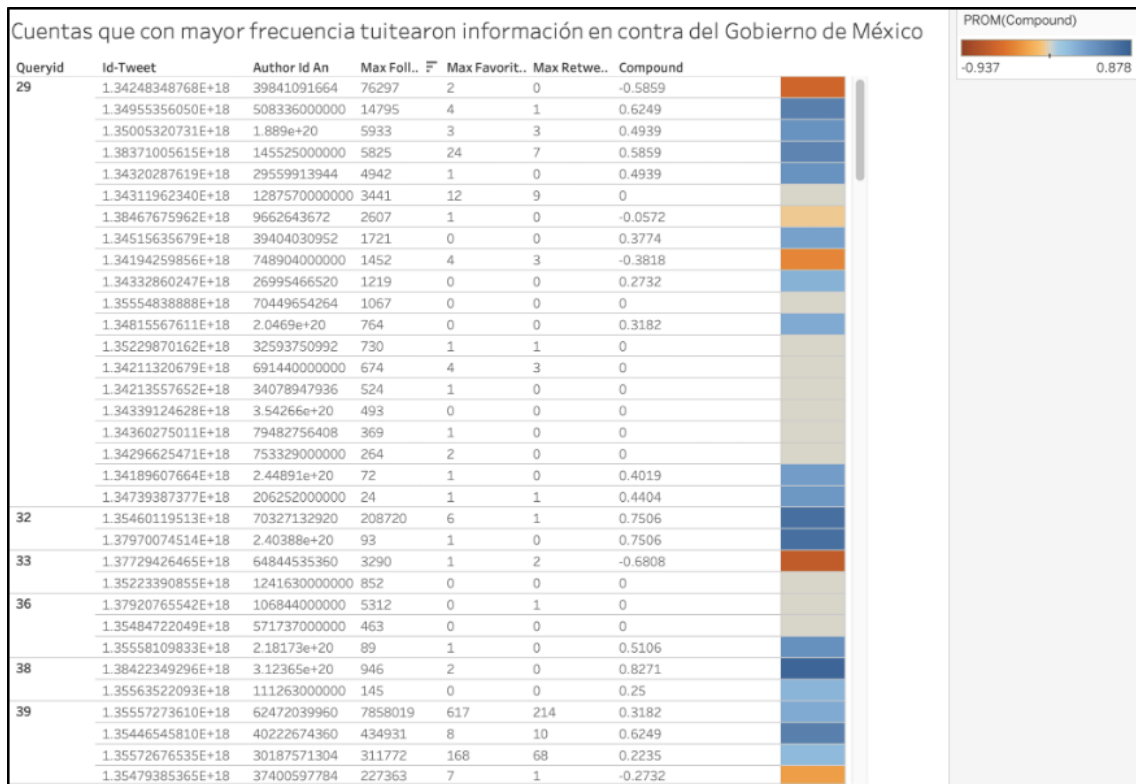
O diagrama ilustra os rótulos e possíveis combinações de intencionalidade e emocionalidade dos tweets nesta amostra.

As combinações possíveis oferecidas por esta estrutura ajudam a criar uma taxonomia com várias dimensões, da qual podem emergir padrões que indicam uma certa preferência política ou afiliação. Além disso, os tweets que eles produzem podem ser categorizados como verdadeiros, informação incorreta e desinformação. Simultaneamente, podemos analisar o sentimento do conteúdo que publicam, o que nos permite compreender melhor as intenções e emoções de determinados grupos e contas.

Seis classificações possíveis são descritas abaixo.

Classificação de usuários que mostram tendências antigovernamentais (extraídas de uma subamostra do governo federal dos 20.036 tweets originais).

Tweets e contas que mostram tendências de oposição ao governo federal e seu composto de sentimento.

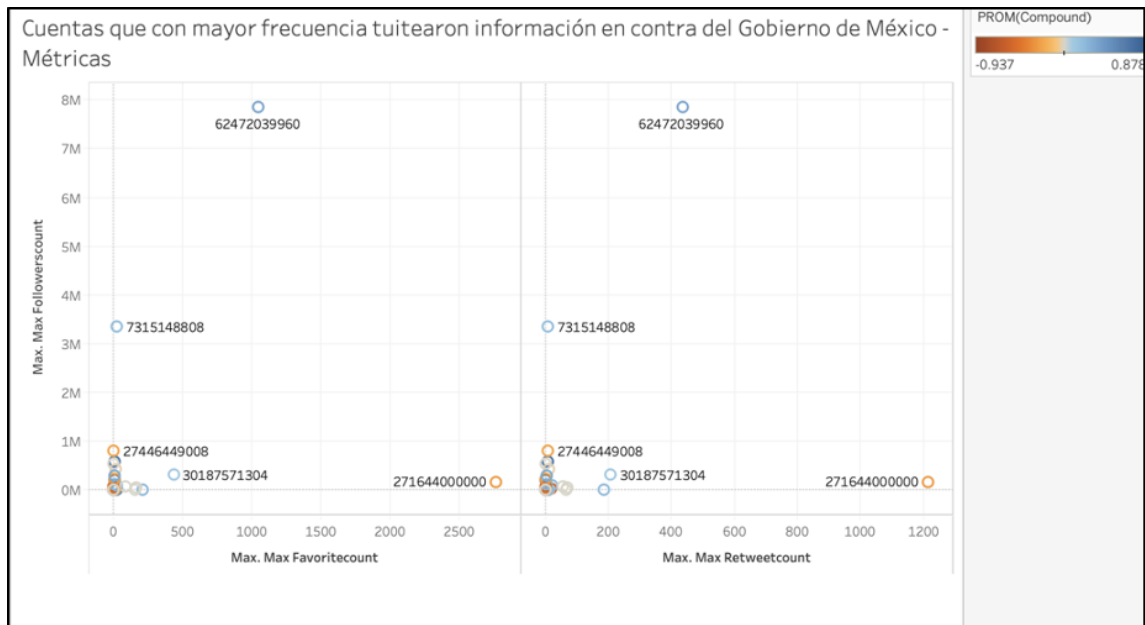


Para obter uma lista completa da subamostra, baixe os seguintes arquivos:

[Tabela - usuário antigob tweets.png](#)

[Tabela - usuário antigob tweets.csv](#)

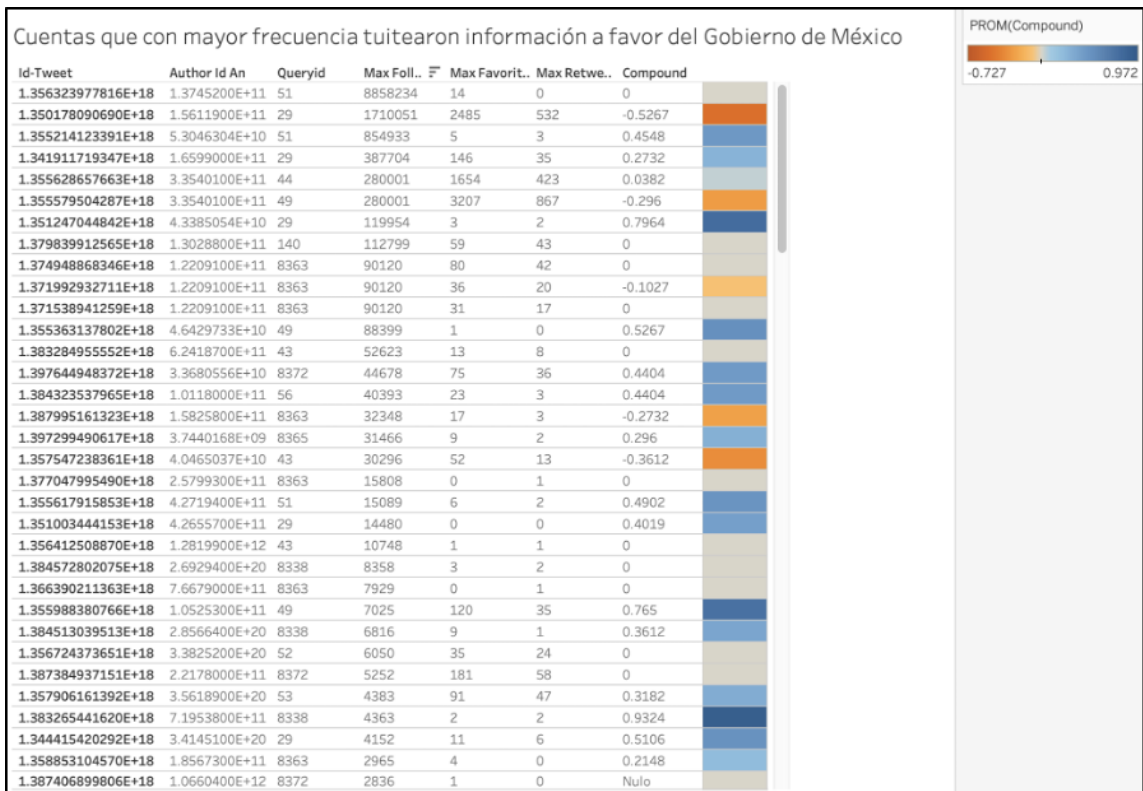
O gráfico a seguir mostra a relação entre seguidores, favoritos e retweets, bem como as principais contas marcadas que mostram tendências de oposição ao governo federal.



O gráfico mostra os tweets exibindo tendências antigoverno federal extraídas da subamostra do governo federal. O eixo y mostra o número máximo de seguidores do autor do tweet, e o primeiro eixo x mostra o número máximo de favoritos (curtidas). O segundo eixo x mostra o número máximo de retweets. Cada ponto inclui o nome da tela do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

Ranking mostrando tendências relacionadas ao governo federal (obtido da subamostra da amostra original de 20.036 tweets).

Tweets e contas mostrando tendências de apoio ao governo federal.

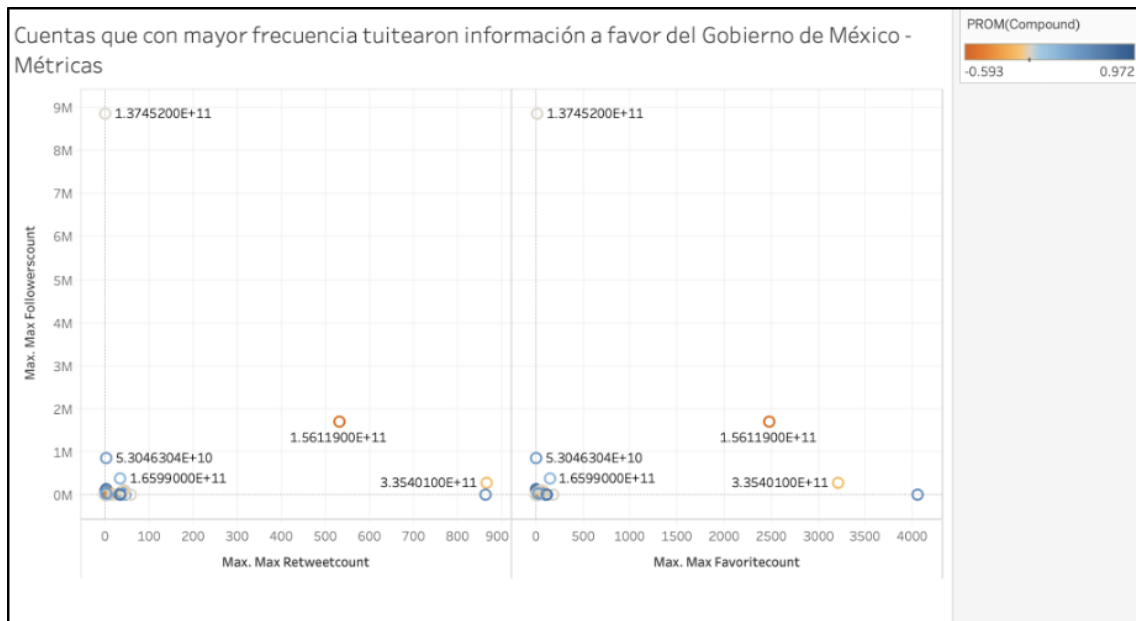


Para ver la lista completa da amostra de 20.036 tweets, baixe os arquivos abaixo:

[Tabela - usuáριο progob tweets.png](#)

[Tabela - usuáριο progob tweets.csv](#)

O gráfico a seguir mostra a relação entre seguidores, favoritos e retweets, bem como os diferentes atores que mostram tendências de apoio ao governo federal.



O gráfico apresenta os tweets extraídos da subamostra que apresentam tendências relacionadas ao governo federal. O eixo y mostra o número máximo de seguidores do autor do tweet, o primeiro eixo x mostra o número máximo de favoritos (curtidas) e o segundo eixo x mostra o número máximo de retweets. Cada ponto inclui o nome da tela do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

Ranking de informação incorreta e desinformação (extraído da subamostra do governo federal dos 20.036 tweets).

Tweets da amostra marcados como “informação incorreta e desinformação”.

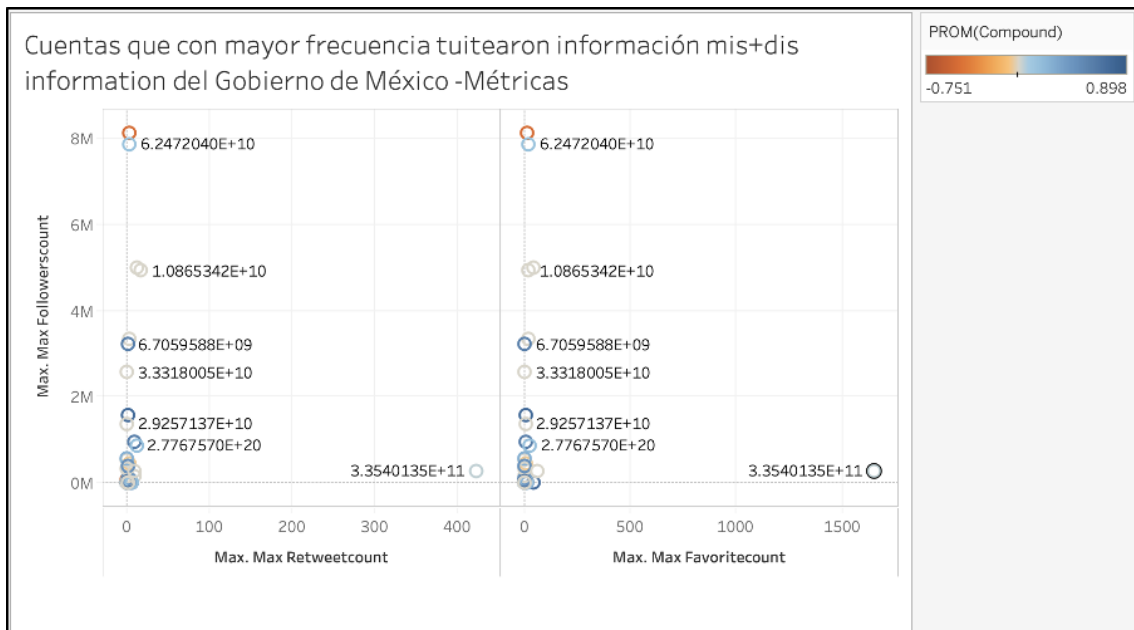
Cuentas que con mayor frecuencia tuitearon información mis+dis information del Gobierno de México

PROM(Compound)
-0.751 0.898

Id-Tweet	Author Id An	Queryid	Max Foll..	Max Favorit..	Max Retwe..	Compound
1.345867495E+18	9.2436218E+09	29	8121786	12	4	-0.5106
1.354675574E+18	6.2472040E+10	46	7858019	21	3	0.1531
1.385449525E+18	6.5919050E+09	43	4983262	42	13	Nulo
1.383573559E+18	1.0865342E+10	39	4924595	21	17	0
1.341858643E+18	7.3151488E+09	29	3351867	17	3	0
1.384846990E+18	6.7059588E+09	43	3220343	3	1	0.6124
1.370092538E+18	3.3318005E+10	46	2563702	2	0	0
1.383018584E+18	6.4473747E+10	39	1555025	10	2	0.7506
1.355097102E+18	2.9257137E+10	29	1369656	5	0	0
1.355735055E+18	8.1902164E+09	39	945477	9	9	0.6234
1.355534999E+18	2.7767570E+20	46	869262	26	12	0.1779
1.381717510E+18	2.5569116E+10	32	562547	1	0	0.2716
1.354926571E+18	3.5027957E+10	46	546409	2	0	0
1.383820619E+18	4.0222674E+10	43	434931	5	2	0
1.349545746E+18	4.0222674E+10	29	434931	8	4	-0.1027
1.379857031E+18	2.2332554E+10	45	387788	2	1	0.4927
1.389406968E+18	2.3484764E+10	8365	341706	3	0	0
1.387243926E+18	1.0105139E+10	8372	285812	59	9	0
1.355628658E+18	3.3540135E+11	44	280001	1654	423	0.0382
1.342113611E+18	4.7590433E+10	29	145004	2	1	0
1.346190413E+18	6.6797534E+10	29	144543	7	9	0
1.354576673E+18	3.9331332E+10	41	102875	1	0	0
1.346622391E+18	3.9331332E+10	29	102875	1	1	0.3182
1.370074619E+18	3.9167169E+10	44	86012	1	1	0.4779
1.342483488E+18	3.9841092E+10	29	76297	2	0	-0.5859
1.344682482E+18	7.8887226E+11	29	59631	8	1	0.4588
1.357856535E+18	3.3369577E+20	56	55570	2	1	0.6705
1.354565080E+18	3.3369577E+20	43	55570	10	5	0
1.344723998E+18	3.3369577E+20	29	55570	1	1	0.6486
1.354658516E+18	7.3950952E+11	49	50282	12	3	0
1.382378596E+18	1.4610897E+10	43	23270	0	1	0.6808

Tabela - informação incorreta+desinformação usuário tweets.csv

A conta a seguir mostra a proporção de seguidores, favoritos (curtidas) e retweets, bem como as contas principais rotuladas como “informação incorreta ou desinformação”.



O gráfico mostra os tweets rotulados como "informação incorreta e desinformação" na subamostra do governo federal. O eixo y mostra o número máximo de seguidores do autor do tweet, o primeiro eixo x mostra o número máximo de favoritos (curtidas) e o segundo eixo x mostra o número máximo de retweets. Cada ponto mostra o nome da tela do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

Classificação de tweets marcados como verdadeiros a partir da subamostra do governo federal (retirada da amostra original de 20.036 tweets).

Cuentas que con mayor frecuencia tuitearon información verdadera del Gobierno de México

PROM(Compound)
-0.966 0.943

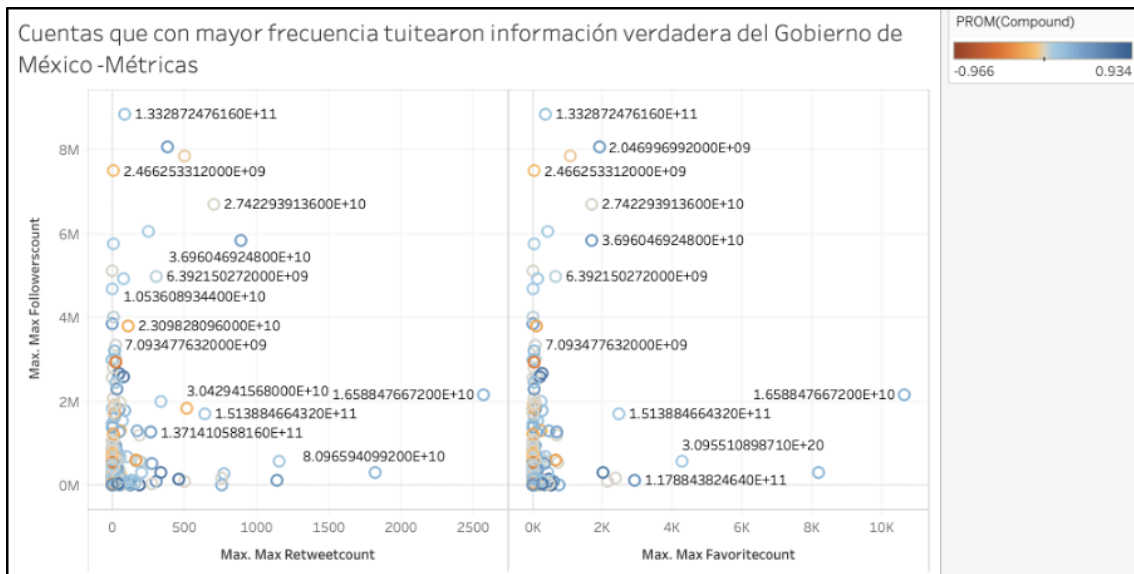
Id-Tweet	Author Id An	Queryid	Max Foll.	Max Favorit.	Max Retwe..	Compound
1.3882870..	1.3328724..	49	8858234	355	45	Nulo
1.3870684..	1.3328724..	8372	8858234	83	33	0
1.3845725..	1.3328724..	229	8858234	100	9	0
1.3812355..	1.3328724..	229	8858234	73	28	-0.0772
1.3798840..	1.3328724..	43	8858234	364	90	0.3612
1.3739715..	1.3328724..	229	8858234	146	26	0.4767
1.3641847..	1.3328724..	56	8858234	319	66	0.3818
1.3563239..	1.3328724..	51	8858234	14	0	0
1.3558973..	1.3328724..	49	8858234	136	21	0.6234
1.3555313..	1.3328724..	43	8858234	109	55	0.4019
1.3545698..	1.3328724..	43	8858234	29	5	-0.5994
1.3526728..	1.3328724..	8348	8858234	28	4	-0.25
1.3476946..	1.3328724..	29	8858234	96	40	0
1.3464263..	1.3328724..	29	8858234	68	13	0.9246
1.3461469..	1.3328724..	29	8858234	175	43	0.0516
1.3854108..	2.0469969..	229	8055300	31	16	0.5574
1.3849308..	2.0469969..	32	8055300	25	10	0.5812
1.3822256..	2.0469969..	32	8055300	10	3	0.3818
1.3794634..	2.0469969..	39	8055300	77	49	0.6124
1.3793895..	2.0469969..	32	8055300	25	4	-0.34
1.3582469..	2.0469969..	56	8055300	13	17	0.4215
1.3558963..	2.0469969..	32	8055300	1910	382	0.4939
1.3551730..	2.0469969..	32	8055300	766	270	0.9217
1.3997216..	6.0578947..	8360	7858019	53	7	0
1.3984441..	6.0578947..	32	7858019	65	13	Nulo
1.3946336..	6.0578947..	8372	7858019	87	18	0.0772
1.3879381..	6.0578947..	58	7858019	110	27	Nulo
1.3853678..	6.0578947..	43	7858019	33	6	Nulo
1.3845197..	6.0578947..	32	7858019	1080	411	0.296
1.3843099..	6.0578947..	147	7858019	36	3	-0.1779
1.3841485..	6.0578947..	49	7858019	37	3	0.4404

Para ver a lista completa de tweets da subamostra rotulada como "verdadero", baixe os seguintes arquivos:

[Tabela – usuário verdadeiro tweets.png](#)

[Tabela - usuário verdadeiro tweets.csv](#)

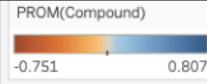
O gráfico a seguir mostra a proporção de seguidores, favoritos (curtidas) e retweets, bem como as contas principais rotuladas como “verdadeiras”.



O gráfico mostra os tweets rotulados como “verdadeiros” na subamostra do governo federal. O eixo y representa o número máximo de seguidores do autor do tweet, o primeiro eixo x representa o número máximo de favoritos (curtidas) do tweet e o segundo eixo x representa o número máximo de retweets. Cada ponto mostra o nome do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

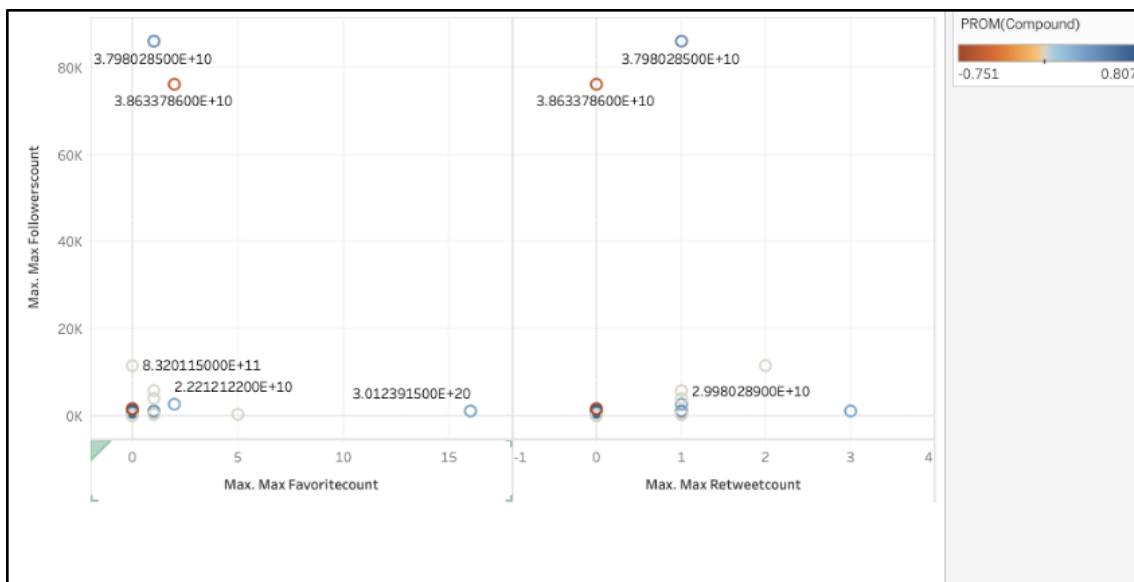
Classificação de usuários que mostram tendências antigoverno federal marcadas como “informação incorreta+desinformação”.

Cuentas que con mayor frecuencia tuitearon información contra +mis +dis information del Gobierno de México



Id-Tweet	Author Id An	Queryid	Max Foll..	Max Favorit..	Max Retwe..	Compound
1.37007461893E+18	3.798028500E+10	44	86012	1	1	0.4779
1.34248348768E+18	3.863378600E+10	29	76297	2	0	-0.5859
1.37997756977E+18	8.320115000E+11	39	11448	0	2	0
1.38930502587E+18	2.998028900E+10	8372	5607	1	1	0
1.37554233973E+18	1.198333600E+11	229	3715	1	1	0
1.38300575104E+18	2.221212200E+10	155	2495	2	1	0.296
1.35492376857E+18	2.284805200E+10	49	1347	0	0	-0.7506
1.38243680625E+18	3.012391500E+20	8346	1048	16	3	0.3182
1.38057877348E+18	6.915574900E+10	8348	1006	0	0	0.7783
1.37922948558E+18	3.150768100E+20	39	848	1	1	0.4404
1.35229870162E+18	3.160606200E+10	29	730	1	1	0
1.38222017837E+18	4.814498100E+10	8346	473	0	0	0.8074
1.35484722049E+18	5.544114500E+11	36	463	0	0	0
1.34360275011E+18	7.707418800E+10	29	369	1	0	0
1.35466022294E+18	5.183544800E+10	39	332	0	0	0.7506
1.35516312674E+18	4.397340700E+10	51	71	0	1	-0.5563
1.38826418436E+18	2.399802700E+20	8366	44	1	1	0
1.38827361997E+18	2.999266500E+20	8366	14	0	0	Nulo
1.38233080630E+18	3.483359000E+20	8346	14	5	1	0
1.35527301358E+18	8.319708900E+10	49	12	0	0	0
1.38827312252E+18	3.476999800E+20	8366	11	0	0	Nulo
1.40384096596E+18	3.041616800E+20	8338	6	0	0	Nulo
1.38826394267E+18	3.388614300E+20	8366	5	0	0	Nulo
1.36456496523E+18	5.715234900E+11	8365	5	0	0	0.7184
1.38825635611E+18	3.324706600E+20	8366	2	0	0	Nulo
1.38832074396E+18	3.551889600E+20	8366	-1	0	0	Nulo
1.38831505586E+18	3.542135600E+20	8366	-1	0	0	Nulo

O gráfico a seguir mostra a proporção de seguidores, favoritos (curtidas) e retweets, bem como as principais contas rotuladas como exibindo tendências em oposição ao governo federal + desinformação + informação incorreta.



Este gráfico mostra os tweets na subamostra do governo federal rotulada como mostrando tendências de oposição ao governo federal. O eixo y representa o número máximo de seguidores do autor do tweet, o primeiro eixo x representa o número máximo de favoritos

(curtidas) do tweet e o segundo eixo x representa o número máximo de retweets. Cada ponto mostra o nome do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

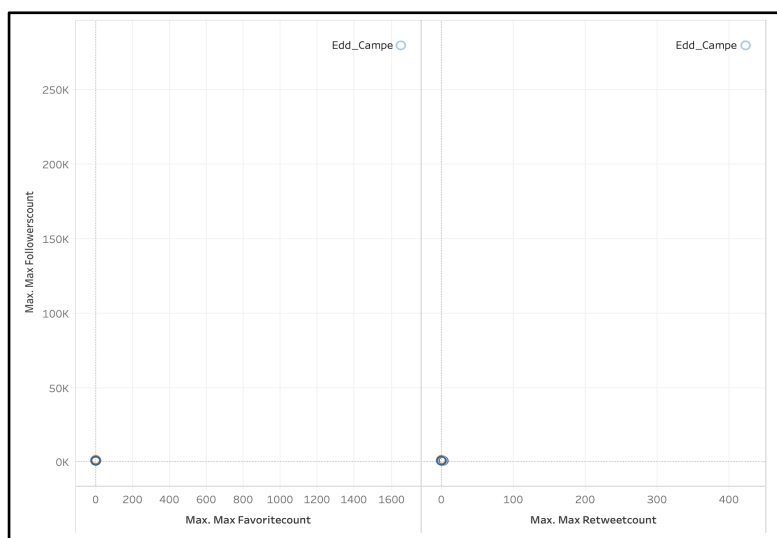
Classificação de usuários que mostram tendências de apoio ao governo federal marcados como “informação incorreta+desinformação”.

Cuentas que con mayor frecuencia tuitearon información pro +mis +dis information del Gobierno de México

Id-Tweet	Author Id An	Queryid	Max Follow..	Max Favorit..	Max Retwe..	Compound
1.355628658E+18	3.2523768E+11	44	280001	1654	423	0.0382
1.355748667E+18	2.5919942E+20	46	1046	0	0	-0.296
1.367461228E+18	2.3136040E+20	55	491	2	1	0
1.377751199E+18	3.1956122E+20	8313	549	0	0	0.5106
1.377755490E+18	3.3202947E+20	8313	561	1	3	0.5574

PROM(Compound)
-0.2960 0.5574

O gráfico a seguir mostra a relação entre seguidores, favoritos (curtidas) e retweets, bem como as principais contas marcadas como tendências de apoio ao governo federal + desinformação + informação incorreta.



O gráfico mostra os tweets na subamostra do governo federal marcados como tendências de apoio ao governo federal, bem como “informação incorreta e desinformação”. O eixo y representa o número máximo de seguidores do autor do tweet, o primeiro eixo x representa o número máximo de favoritos (curtidas) do tweet e o segundo eixo x representa o número máximo de retweets. Cada ponto mostra o nome do autor do tweet, e a cor representa o valor composto na escala (vermelho para valores compostos negativos e azul para valores compostos positivos).

Observação: para explorar o painel dessas classificações no Tableau, visite o seguinte [link](#).

Essas classificações são úteis porque criam uma taxonomia de grupos. Depois que os grupos são classificados, examinamos com mais detalhes para chegar a usuários e tweets específicos que ilustram as categorias de intenções e emoções. No entanto, é importante notar que os resultados correspondem exclusivamente à amostra limitada de 20.000 tweets. **Portanto, não é possível presumir que essas contas disseminem notícias de informação incorreta ou desinformação de forma sistemática ou contínua. Isso exigiria um estudo longitudinal e a consideração de outros fatores além do escopo deste estudo.**

A seguir, apresentamos alguns tweets com características mistas para demonstrar a análise da rede, em conjunto com os rankings de intenções e emoções dos usuários da rede.

Exemplos de tweets e usuários específicos com intenções e emoções:

- Informação incorreta+desinformação com altos níveis de negatividade **na oposição ao governo federal.**

1. Usuário: @ Ejemplo1



- Mostra tendências de oposição ao governo federal com alto grau de polarização.

1. Usuário: @Ejemplo2



Para este relatório, um aplicativo foi desenvolvido usando a biblioteca de gráficos de força 3D para se conectar ao banco de dados de download em massa e rastrear quem retuitou esta postagem no universo mais amplo. Descobrimos que alguns dos usuários que retuitaram tendem a retuitar conteúdo altamente polarizado. A imagem a seguir mostra como identificamos o usuário “@Ejemplo3” que, aliás possui a característica de um nome de usuário que termina em 8 dígitos, assim como as contas genéricas que encontramos na rede de Alfredo del Mazo.



E o conteúdo que retuita:



Assim, um exemplo específico ilustra como contas com muita polarização podem ser detectadas e rastreadas. Uma linguagem irônica, agressiva e em letras maiúsculas pode ser vista nesses tweets, enfatizando sua natureza provocativa. O grau de detalhamento é possível pelo uso de tags e aplicação de uma abordagem metódica: primeiro, identificando usuários com intenções claras, que possuem perfis públicos com maior influência (número de seguidores, favoritos, menções etc.); e segundo, revisar quem retuita ou interage mais com os usuários.

Além disso, esses usuários atendem a alguns critérios de contas suspeitas (eles têm oito dígitos no final do nome de usuário). Isso nos ajuda a entender como algumas contas criam e amplificam uma retórica polarizadora, seja a favor ou contra o governo federal.

Os casos a seguir exemplificam o uso político do Twitter no México por **contas que apoiam o governo federal**:

Usuário: @Ejemplo4.



Abaixo estão mais dois exemplos de tweets de um usuário que simpatiza com o governo federal, mas que apresentam um alto nível de negatividade.

Usuário: @Ejemplo5.



Essas duas postagens são exemplos de tweets com alta negatividade, mas a favor do governo e contra a oposição, enquanto mostram apoio à AMLO com a hashtag #FuerzaPresidente. Linguagem suja, o uso de texto em maiúsculas e linguagem provocativa contra os oponentes do presidente são temas recorrentes.

Exemplos como esses são numerosos. Para este estudo de caso, a visualização da rede é dividida em categorias de intenção e emoção para examinar o usuário com mais detalhes e para entender melhor os stakeholders envolvidos e o grau de polarização da rede.

Por fim, apresentaremos conclusões, implicações e recomendações para melhor avaliar as intenções e emoções da conversa pública no Twitter.

Implicações e Conclusões

As redes sociais tornaram-se tão profundamente entrelaçadas em nossas vidas que estão começando a moldar nossas identidades.⁸¹ O Twitter, em particular, tornou-se uma das principais arenas políticas na maioria dos países. A possibilidade de ter cidadãos, líderes governamentais, mídia e grupos sociais interagindo entre si era inconcebível apenas algumas décadas atrás. A escala em que essas conversas ocorrem foge à análise tradicional e, simultaneamente, requer uma abordagem de políticas públicas e ferramentas computacionais.

Ao longo desta seção, exploramos por meio da análise de rede como dois comportamentos identificados podem ter consequências negativas para o clima democrático e geopolítico do México. Por um lado, apresentamos uma possível campanha destacando as realizações do governo do Estado do México, chefiado por Alfredo del Mazo. Por outro lado, sugerimos uma

⁸¹ Bail, C. (2021). *Breaking the Social Media Prism: How to Make Our Platforms Less Polarizing*. Princeton University Press.

taxonomia de intenções e emoções em grupos opositores a favor e contra o governo federal liderados pelo presidente Andrés Manuel López Obrador. Nesses grupos, a análise de sentimento pode ser usada para detectar sinais de polarização, especialmente em grupos de tweets que apresentam alta negatividade, seja a favor ou contra o governo. A seguir, apresentamos uma análise narrativa para explicar melhor que tipo de conteúdo é gerado para influenciar positiva ou negativamente a forma como o governo federal está lidando com a pandemia.

Análise narrativa

As redes sociais não são apenas um espaço de divulgação de informações e eventos em tempo real, mas também um ambiente propício ao debate. A discussão, o debate de ideias e a busca de um terreno comum fortalecem o sentimento de pertencer a uma comunidade e são a base sobre a qual os sistemas democráticos são construídos. No entanto, em um ecossistema de polarização como o que vive o México — que está ligado a fatores históricos como desigualdade, pobreza e falta de oportunidades de desenvolvimento, bem como às ações e declarações polarizadoras do presidente López Obrador — a discussão nas redes sociais torna-se uma luta entre facções, sem possibilidade de consenso ou conciliação.

Anteriormente, mencionamos o confronto entre duas facções principais: os partidários do presidente López Obrador e os críticos de seu governo. Em um ambiente polarizado, ambas as facções tomam as rédeas da discussão nas redes sociais, minimizando as vozes dos usuários que não se identificam com nenhuma das facções (aqueles que consideram que, em uma sociedade heterogênea, há espaço para um amplo espectro de pensamento e nem tudo é “preto” ou “branco”). A neutralidade, assim como o pensamento crítico e objetivo, são enfraquecidos em sociedades altamente polarizadas.

Dado este contexto, esta seção fornecerá uma análise concreta dos principais tópicos ou narrativas que ambas as facções promoveram durante a pandemia. As narrativas glorificam a gestão governamental, minimizam as críticas ao governo, apontam os equívocos da atual gestão no enfrentamento da pandemia e informam incorretamente para fortalecer ou enfraquecer a imagem do governo federal.

Destacando realizações governamentais e elogiando a estratégia do governo federal para lidar com a pandemia.

Um dos princípios norteadores da rede de apoio ao governo López Obrador é a promoção das conquistas positivas do governo na gestão da crise de saúde. Sua intenção é destacar os elementos positivos, mas também desviar a narrativa de aspectos negativos e erros. A linguagem dos tweets selecionados para exemplificar essa narrativa é otimista e, na maioria das vezes, usa adjetivos e frases para questionar as críticas do presidente.

Os tweets abaixo foram retirados da amostra classificada de 20.000 tweets, analisada

manualmente para aumentar a precisão da ferramenta desenvolvida por nossa equipe técnica. O primeiro tweet compartilha informações precisas que se referem ao andamento da campanha de vacinação. No início de janeiro de 2021, o México estava na vanguarda da vacinação de profissionais de saúde na América Latina.⁸² No entanto, contas a favor do governo federal usam perguntas irônicas para se referir às críticas feitas em torno do processo de vacinação, adicionando uma hashtag em apoio à agenda política do presidente (ou seja, a “Quarta Transformação” (em espanhol, “Cuarta Transformación”). [Fig. 19]



Figura 19. Fonte: Twitter

O segundo tweet com esta narrativa refere-se às declarações de Martha Delgado Peralta, Subsecretária de Assuntos Multilaterais e Direitos Humanos do Ministério das Relações Exteriores, que afirmou em 23 de dezembro de 2020 que o México foi um dos dez primeiros países a receber e iniciar a aplicação da vacina Pfizer-BioNTech).⁸³ A última frase do tweet permite identificar a linguagem utilizada pelo presidente, que em suas coletivas de imprensa reiterou que o financiamento público está dando resultado, pois não é usado para pagar jornalistas críticos.⁸⁴ [Fig. 8]

⁸² Expansión (2021, January 5). México, el primer lugar en América Latina en más vacunas aplicadas. Expansión Expansion Politics. <https://politica.expansion.mx/mexico/2021/01/05/mexico-el-primer-lugar-en-america-latina-en-mas-vacunas-aplicadas>

⁸³ Ministry of Health (2020, December 23). México recibe primer embarque de vacunas Pfizer-BioNTech contra el virus SARS-CoV-2. Government of Mexico. <https://www.gob.mx/salud/prensa/mexico-recibe-primer-embarque-de-vacunas-pfizer-biontech-contra-el-virus-sars-cov-2-260177?idiom=es>

⁸⁴ Office of the President (2021, August 16). Stenographic version of the press conference with President Andres Manuel López Obrador on August 16, 2020. Government of Mexico <https://www.gob.mx/presidencia/es/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-16-de-agosto-de-2021?idiom=es>



Figura 20. Fonte: Twitter

O terceiro tweet selecionado compartilha deliberadamente informações falsas (desinformação) visando fazer eco ao discurso presidencial e criticar os principais partidos da oposição. Compartilha duas declarações falsas: indica que o México foi o quinto país a receber a vacina da empresa farmacêutica alemã (declaração que não pode ser confirmada por nenhuma mídia) e insiste que o governo federal não se endividou em nada, quando até o Ministério das Finanças e Crédito Público⁸⁵ especificou que durante a pandemia os tetos da dívida não foram ultrapassados, o que significa que continuou a adquirir dívidas, embora nos limites estabelecidos pelo Congresso. [Fig. 21]

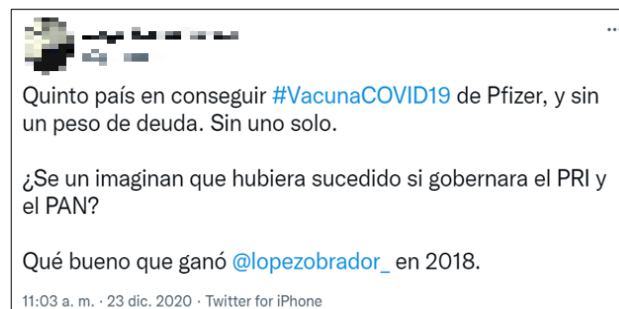


Figura 21. Fonte: Twitter

Atacar os críticos da forma como o governo lida com a pandemia

Outra narrativa que tem sido promovida desde o início da pandemia da COVID-19 é o ataque aos críticos do governo, especialmente aqueles que destacaram os fracassos da abordagem do governo à pandemia. A linguagem usada nos tweets selecionados busca minar as críticas feitas por políticos da oposição, mídia, jornalistas e líderes da sociedade civil. Da mesma forma, esta narrativa busca culpar a gestão da pandemia em outros atores, como governadores e representantes de partidos que se opõem ao governo federal.

O primeiro tweet selecionado questiona as críticas do subsecretário de Prevenção e Promoção da Saúde, Hugo López-Gatell, que tem sido a figura pública da estratégia nacional contra o

⁸⁵ Ministry of Finance and Public Credit (2021, August 30). Informes sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública al segundo trimestre de 2021. Press release, No. 045. https://www.secciones.hacienda.gob.mx/work/models/estadisticas_oportunas/comunicados/ultimo_boletin.pdf

coronavírus. Por ser o rosto do governo federal durante a pandemia, os cidadãos atribuem a López-Gatell a responsabilidade pela gestão da pandemia e dirigem suas críticas a ele e ao presidente López Obrador. O tweet se refere a uma série de protestos contra o governo federal ocorridos em 2020, que exigiam sua renúncia.⁸⁶ [Fig. 22]

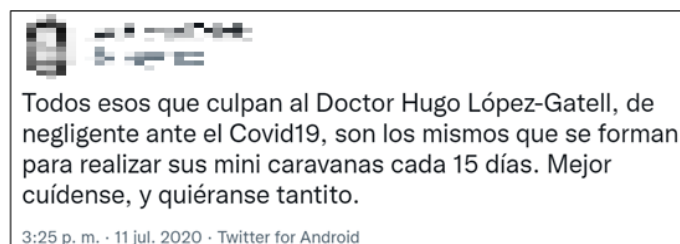


Figura 22. Fonte: Twitter

O segundo tweet após essa narrativa exemplifica a maneira como os usuários simpáticos ao governo federal atacam indivíduos específicos por suas críticas aos erros do governo. O correspondente da TV Azteca, Irving Pineda, participou da coletiva de imprensa do presidente na manhã de 7 de agosto de 2020. O repórter questionou o presidente López Obrador sobre as mudanças nas ações do governo após ultrapassar a marca de 50 mil mortes, bem como se cogita ou não manter o subsecretário López-Gatell no comando da estratégia de combate à pandemia.⁸⁷

Questionado, o presidente indicou que o governo federal lida com a pandemia de forma responsável, com base nas estratégias propostas por especialistas em saúde. Ele também garantiu que o México está em uma situação precária devido às condições de saúde proeminentes da população (por exemplo, diabetes, hipertensão e obesidade), bem como a falta de infraestrutura e insumos de saúde herdados de administrações anteriores. Horas depois da coletiva de imprensa, usuários que apoiam o governo questionaram o correspondente Irving Pineda e a rede de televisão, referindo-se à polêmica que estourou meses antes quando um apresentador da TV Azteca pediu ao público para não “prestar atenção” a Hugo López-Gatell (devido às discrepâncias entre os números oficiais da pandemia apresentados pelo governo federal e os relatados pelos governos estaduais).⁸⁸ [Fig. 23]

⁸⁶ Reforma (2020, July 11). Realizan cuarta caravana anti AMLO en el país. National News. <https://www.reforma.com/realizan-cuarta-caravana-anti-amlo-en-el-pais/ar1985681>

⁸⁷ Office of the President (2021, August 7). Stenographic version of the press conference with President Andres Manuel López Obrador on August 7, 2020. Government of Mexico. <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-7-de-agosto-del-2020?idiom=es>

⁸⁸ Animal Político (2020, April 18). Azteca llama a no hacerle caso a Hugo López-Gatell; AMLO pide seguir las recomendaciones. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2020/04/tv-azteca-pide-no-hacerle-caso-a-hugo-lopez-gatell/>



Figura 23. Fontes: Twitter

O último tweet selecionado demonstra o uso da desinformação para questionar os críticos do governo federal. Durante 2020, vários governadores de partidos políticos adversários questionaram a estratégia das autoridades federais para lidar com a pandemia (desde a falta de investimento em suprimentos médicos, falta de infraestrutura básica, bem como apoio econômico insuficiente e subsídios para amenizar os efeitos da crise econômica).

O conflito entre o governo federal e alguns líderes estaduais se desenvolveu em 2019 e só se intensificou com a pandemia.⁸⁹ O tweet selecionado refere-se à declaração feita em meados de agosto de 2020 pelos governadores que compõem a “Alianza Federalista,”⁹⁰ onde especificaram que nenhum governo — estadual ou municipal — tem capacidade de fazer frente à crise na saúde sem coordenação e diálogo com o governo federal.⁹¹ O tweet selecionado compartilha informações enganosas, pois sua redação busca fazer com que o público reconheça o suposto fracasso dos governadores quando, na verdade, eles apenas pediam ao governo federal que trabalhasse em coordenação com os governos estaduais. [Fig. 24].



⁸⁹ BBC News (2020, June 3). Coronavirus en México: ¿por qué AMLO enfrenta una rebelión de gobernadores en la etapa crítica de la pandemia de COVID-19? BBC World News. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-52900134>

⁹⁰ A Alianza Federalista (Aliança Federalista) é formada pelos governadores de Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León e Tamaulipas (Alianza Federalista, 2021).

⁹¹ The Alianza Federalista (Federal Alliance) is comprised of the governors of Aguascalientes, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nuevo León and Tamaulipas (Alianza Federalista, 2021); La Jornada (2020, August 16). Admiten gobernadores de oposición incapacidad frente a la actual crisis. La Jornada—Politics. <https://www.jornada.com.mx/2020/08/16/politica/009n1pol>

Figura 24. Fonte: Twitter

Minimizando erros do governo

Essa narrativa geralmente acrescenta ataques contra críticos do governo que destacaram os erros do governo durante a pandemia. Para minimizar os erros no tratamento da pandemia, contas de apoio ao governo federal culpam outros atores, especialmente políticos da oposição.

O primeiro tweet dessa narrativa busca desviar a atenção da chegada lenta da vacina da COVID-19, cuja produção foi insuficiente para atender à demanda global. Embora seja verdade que a escassez da vacina era generalizada e não apenas uma situação exclusiva do México, o tweet critica os “detratores” do presidente por destacarem a escassez da vacina (em vez de simplesmente afirmar que a escassez é mundial). A linguagem dos tweets nesta narrativa busca limitar o grau de responsabilidade do governo federal no manejo da pandemia. [Fig. 25]

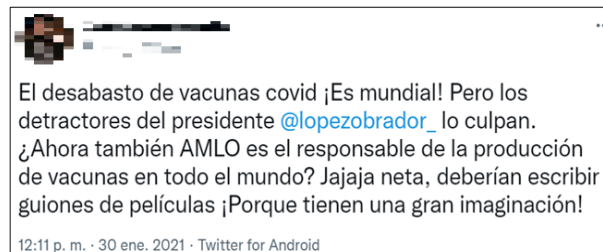


Figura 25. Fonte: Twitter

O segundo tweet selecionado critica os opositores do governo López Obrador visando desviar questões sobre o alto número de mortes no país. Após o discurso presidencial em que políticos da oposição foram responsabilizados por terem se aproveitado da crise de saúde, usuários simpatizantes do governo federal questionaram a oposição nacional de lucrar politicamente com a pandemia. O fato de os críticos do governo apontarem os resultados negativos do manejo da pandemia é razão suficiente para assegurar haver intencionalidade política por trás do questionamento. [Fig. 26]



Figura 26. Fonte: Twitter

O terceiro tweet desta narrativa exemplifica o uso de informações falsas para fins políticos. O usuário compartilha informações relacionadas ao governo federal ao repetir o discurso presidencial de culpar os antecessores do presidente como os verdadeiros culpados dos problemas enfrentados pelo país. Enquanto o tweet se refere à privatização de bens públicos

que ocorreram em mandatos de seis anos anteriores, o autor do tweet culpa os ex-presidentes pelas mortes causadas pela pandemia. Da mesma forma, o tweet é enganoso porque não especifica evidências ou provas concretas de que os ex-presidentes não investiram em infraestrutura hospitalar e pessoal de saúde. [Fig. 27]



Figura 27. Fonte: Twitter

Destacando os erros do governo

A quarta narrativa analisada diz respeito mais aos usuários críticos do governo federal, que têm recorrido às redes sociais para apontar os erros de fiscalização governamental no combate à COVID-19. Vale ressaltar que a maioria dos tweets identificados com essa narrativa compartilham informações precisas, usando linguagem crítica à política governamental. No entanto, como nas narrativas descritas acima, alguns usuários compartilham desinformação para criticar o governo.

O primeiro dos tweets selecionados nesta categoria refere-se ao número de mortes no México como resultado da crise de saúde. É importante notar que na data em que o tweet foi postado, as autoridades do Ministério da Saúde relataram um total de 192.488 mortes devido à COVID-19.⁹² Os números oficiais são motivo suficiente para questionar a estratégia do governo federal ao comparar o número com o de outros países. Da mesma forma, o usuário alude a uma frase usada por López Obrador dias após a emissão da emergência sanitária, que gerou uma onda de críticas por sua insensibilidade.⁹³ [Fig. 28]



Figura 28. Fonte: Twitter

O segundo tweet com essa narrativa refere-se tanto ao elevado número de mortes quanto a uma frase do presidente López Obrador. Em 11 de fevereiro de 2021, o Ministério da Saúde relatou um total de 171.234 mortes cumulativas (adicionando 1.474 novas mortes nas 24 horas anteriores) durante uma segunda onda crítica de infecções.⁹⁴ A postagem usa uma frase do presidente⁹⁵ para contrastar seu otimismo com uma realidade de aumento de infecções e mortes [Fig. 29].

⁹² Forbes México (2021, March 10). Salud reporta 192,488 muertes acumuladas por COVID-19 en México. Forbes Staff—News. <https://www.forbes.com.mx/salud-reporta-192488-muertes-acumuladas-por-COVID-19-en-mexico/>

⁹³ Em 2 de abril de 2020, o Presidente L Obrador garantiu que a pandemia foi uma “crise transitória” e que “não vai demorar e vamos sair mais fortes porque não vão nos fazer mudar nosso objetivo de acabar com a corrupção [...] essa oportunidade cabe como uma luva para fortalecer a transformação” (Presidência da República, 2 de abril de 2020).

⁹⁴ El Economista (2021, February 11). México supera las 171,000 muertes por COVID-19. El Economista-Política. <https://www.economista.com.mx/politica/Mexico-supera-las-171000-muertes-por-COVID-19-20210211-0100.html>

⁹⁵ Em 25 de agosto de 2020, o presidente indicou que seu governo está passando por “um momento importante e estelar na história do México e devemos ver o positivo, nós mexicanos temos uma grande oportunidade de banir a corrupção” (Gabinete do Presidente, 25 de agosto de 2020).

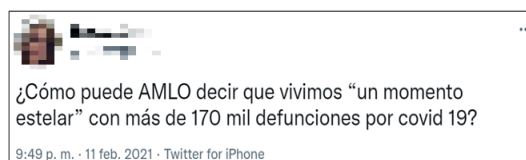


Figura 29. Fonte: Twitter

O último tweet escolhido com essa narrativa, refere-se ao aumento de mortes e falta de vacinas no contexto da segunda onda de infecções, mas também usa informações falsas para fortalecer seu caso. O usuário cita um tweet do subsecretário de Saúde López-Gatell para mostrar o número de casos e óbitos reconhecidos pela autoridade sanitária, embora indique que o “código azul” foi acionado por falta de insumos, quando não existe tal código; isso é desinformação. [Fig. 30]



Figura 30. Fonte: Twitter

Críticas ao tratamento da pandemia e à negligência das autoridades

Essa narrativa compartilha características com a descrita nos parágrafos anteriores, destacando os erros do governo; crítica implícita (ou explícita) à gestão governamental. No entanto, questiona a estratégia do governo em relação à pandemia em geral e menciona especificamente a omissão e negligência das autoridades.

O primeiro tweet selecionado é publicado no meio da segunda onda de infecções, período em que novos registros eram registrados diariamente devido ao aumento de infecções e óbitos. Em 14 de janeiro de 2021, data da publicação do tweet, o governo federal confirmou um total de 16.468 novas infecções, um novo recorde desde o início da pandemia.⁹⁶ O usuário

⁹⁶ Animal Político (2021, January 14). Con 16 mil 468 nuevos casos y 999 fallecimientos, México rompe récord

responsabiliza o subsecretário López-Gatell pelo elevado número de infecções registradas, o que culpa a negligência das autoridades sanitárias. [Fig. 31]



Figura 31. Fonte: Twitter

O segundo tweet refere-se ao momento em que as autoridades confirmaram um total de 100.104 mortes pela COVID-19, fato que foi amplamente divulgado pela mídia e outras contas em geral.⁹⁷ Esse número gerou uma série de críticas de usuários das redes sociais que culpam as autoridades federais — em particular, o responsável pela estratégia pandêmica, Hugo López-Gatell — pelas infecções e mortes. Neste caso particular, o relato se refere ao número de mortes e pede a renúncia do subsecretário López-Gatell. [Fig. 32]



Figura 32. Fonte: Twitter

de contagios COVID. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/2021/01/mexico-rompe-record-nuevos-casos-covid-muertes/>

⁹⁷ Forbes México (2020, November 19). 100 mil muertes por COVID-19 en México. Forbes Staff-Actualidad. Forbes Staff-News. <https://www.forbes.com.mx/noticias-100-mil-muertes-COVID-19-mexico/>

O terceiro tweet usa informações enganosas para explicar a distribuição limitada de vacinas contra o coronavírus. O usuário se refere à política externa do governo federal em relação ao seu relacionamento com o governo Donald Trump. No entanto, o usuário especula sobre o assunto, garantindo que o atual governo do presidente Biden restringiu o envio de vacinas para o México (quando havia déficit na produção de vacinas ao nível internacional no início do ano) por ter manteve essa relação com o ex-presidente dos Estados Unidos. [Fig. 33]



Figura 33. Fonte: Twitter

Infecção de López Obrador e especulações relacionadas.

Em 24 de janeiro de 2021, o presidente López Obrador compartilhou em suas redes sociais que havia testado positivo para a COVID-19, informando que a então Ministra do Interior, Olga Sanchez Cordero, seria a responsável pelas coletivas matinais e que ele teria uma conversa no dia seguinte com seu homólogo russo para solicitar a vacina Sputnik V.⁹⁸ Após este anúncio, o presidente não apareceu publicamente até que compartilhou um vídeo em suas redes sociais em 29 de janeiro.⁹⁹ Devido à ausência do presidente, surgiu uma série de questionamentos e especulações sobre seu estado de saúde.

O primeiro tweet selecionado nesta narrativa expressa uma opinião sobre a falta de informação sobre o estado de saúde do presidente, sendo de interesse público por ele ser o chefe do Executivo. O relato compartilha um vídeo¹⁰⁰ que faz referência à saturação dos hospitais, ao aumento do número de infecções e mortes ao nível nacional, às mensagens contraditórias do discurso presidencial (ou seja, não usar máscaras e passear durante a segunda onda de infecções) e, em particular, a falta de transparência das autoridades ao informar sobre o estado de saúde do presidente. [Fig. 34]



Figura 34. Fonte: Twitter

Como parte dessa narrativa, a especulação gerou uma série de tweets que compartilhavam informações incorretas sobre o estado de saúde do presidente. Vale destacar que o vácuo de informações por parte do governo foi um cenário favorável para a divulgação de notícias falsas.

⁹⁸ Andres Manuel López Obrador Press Room (2021, January 24). Presidente da positivo a COVID-19; “estoy optimista, saldremos adelante,””, afirma. January 24, 2021. <https://lopezobrador.org.mx/2021/01/24/presidente-da-positivo-a-COVID-19-estoy-optimista-saldremos-adelante-afirma>

⁹⁹ El País (2021, January 30). López Obrador reaparece tras contagiarse de covid con la promesa de superar la pandemia en México. El País—México. <https://elpais.com/mexico/2021-01-30/lopez-obrador-reaparece-tras-contagiarse-de-covid-con-la-promesa-de-superar-la-pandemia-en-mexico.html>

¹⁰⁰Link para o vídeo em que o usuário compartilha uma análise crítica da situação: <https://twitter.com/ferbelaunzaran/status/1354779162796417034>

O segundo tweet como parte desta narrativa compartilha um artigo¹⁰¹ de um meio de comunicação desconhecido em que dois cenários possíveis sobre a situação de saúde do presidente são especificados: (1) López Obrador não está doente (devido à suposta queda de popularidade, um “plano desesperado” teve que ser implementado para recuperar sua popularidade) e (2) López Obrador tem COVID-19 (como consequência de suas ações irresponsáveis diante da pandemia). Dado que as autoridades e a mídia em geral confirmaram a infecção do presidente, a declaração sobre seu "plano desesperado" para aumentar sua popularidade é deliberadamente incorreta. [Fig. 35]



Figura 35. Fonte: Twitter

O último tweet com essa narrativa também compartilha informações enganosas. O usuário critica a estratégia do governo para lidar com a pandemia, afirmando que ela levou ao aumento das infecções (no contexto da segunda onda) e da demanda por tanques de oxigênio para casos graves. Porém, além das críticas ao governo, o usuário garantiu que o presidente “não tem Covid” e que apenas “tirou férias”. [Fig. 36]

¹⁰¹ Link para o artigo compartilhado no tweet: <https://conxiones.com/covid-en-amlo-una-bala-en-el-pie>



Figura 36. Fonte: Twitter

O caso da CanSino: sua eficácia

Para concluir a análise das principais narrativas identificadas, serão apresentados alguns exemplos em torno da informação partilhada por múltiplos meios de comunicação em que se afirmou que a vacina chinesa da farmacêutica CanSino Biologics perdeu eficácia após seis meses de aplicação, o que faria uma segunda dose necessária.¹⁰² Dias depois, a CanSino Biologics esclareceu que embora a mídia tivesse sido informada que a eficácia diminuiu para 50 por cento após seis meses, a vacina ainda protegeria contra casos graves, hospitalizações e mortes, indicando que um reforço seria eventualmente necessário, embora o tempo preciso de intervalo ainda não foi determinado.¹⁰³

Nesse sentido, nos dias entre a notícia da diminuição da eficácia e o esclarecimento da CanSino Biologics, surgiram vários tweets compartilhando informações falsas, ainda que não deliberadamente (informação incorreta). Os dois exemplos abaixo compartilham informação incorreta (não desinformação), pois meramente reproduziam informações que eram relevantes na época e seriam corrigidas dias depois. É importante mencionar que o governo federal aplicou a vacina CanSino em todos os trabalhadores da educação do país.

O primeiro tweet usa as informações para fins políticos, pois além de compartilhar informações sobre a falta de eficácia da vacina após seis meses (a informação que circulava na época), acrescenta uma frase e uma hashtag questionando a decisão do governo de aplicá-la a vacina

¹⁰² El Financiero (2021, May 22). CanSino, vacuna elegida para inmunizar a profesores en México, pierde efectividad en seis meses. Health section. <https://www.elfinanciero.com.mx/salud/2021/05/22/cansino-vacuna-elegida-para-inmunizar-a-profesores-en-mexico-pierde-efectividad-en-seis-meses/>

¹⁰³ Forbes México (2021, May 25). ¿Vacuna de CanSino pierde efectividad a los 6 meses? La farmacéutica china responde. Forbes Staff—News. <https://www.forbes.com.mx/vacuna-de-cansino-pierde-efectividad-a-los-seis-meses-la-farmacautica-china-responde/>

CanSino e faz chamadas para votar contra o governo nas eleições do congresso de 6 de junho. [Fig. 37]



Figura 37. Fonte: Twitter

O segundo tweet aumenta a disseminação de informações enganosas sobre a vacina CanSino. Embora tenha apenas divulgado as informações que circulavam na época sobre a eficácia, pretende gerar ainda mais ceticismo entre os funcionários da escola vacinados. [Fig. 38]



Figura 38. Fonte: Twitter

Conforme observado nos tweets descritos nos parágrafos anteriores, as duas facções principais refletem o fenômeno de polarização que o México está enfrentando atualmente. O embate nas redes sociais mostra o uso político de momentos-chave durante a emergência sanitária, já que cada lado promove sua visão política, seja questionando as críticas ao governo federal e minimizando a má gestão governamental da pandemia, seja destacando deficiências governamentais e criticando a negligência das autoridades mexicanas. Apesar de que a maioria dos casos compartilhe informações verdadeiras (embora com um claro viés político ou ideológico), informações enganosas também são usadas para fortalecer cada postura política.

Seguindo exemplos concretos das principais narrativas (no contexto da COVID-19) promovidas pelas duas principais facções nos últimos meses, a seção seguinte apresentará o caso do estado de Nuevo León. Esta análise pretende exemplificar o uso político das redes sociais no nível estadual, mostrando a magnitude da deliberação nas redes sociais no marco de um processo eleitoral local.

Estudo de caso ao nível estadual: uma análise da corrida eleitoral em Nuevo León.

Contexto

Em 6 de junho de 2021, as eleições parlamentares de meio de mandato foram realizadas no México. Além disso, 15 estados realizaram eleições locais para governador. Uma das eleições locais que mais despertou o interesse da imprensa nacional foi a do estado de Nuevo León.

A atenção se deveu a uma combinação de fatores. Primeiro, Nuevo León é um estado industrializado com uma economia ligada ao comércio com os Estados Unidos, onde a esquerda tradicional nunca teve uma presença importante.

Em segundo lugar, o partido de esquerda do presidente López Obrador, MORENA (Movimento de Regeneração Nacional), indicou Clara Luz Flores como sua candidata a governadora. Clara Luz é uma prefeita popular de um município da periferia urbana da área metropolitana de Monterrey, capital do estado de Nuevo León. Ela forjou sua carreira política com o PRI, o antigo partido hegemônico no México durante o século 20, e agora um dos grandes inimigos da “Quarta Transformação” da AMLO.

Nos meses que antecederam a eleição, Clara Luz liderou as pesquisas de opinião pública e foi a favorita no início das campanhas. Pela primeira vez, um partido de esquerda, o MORENA, parecia ter possibilidades reais de ganhar a eleição deste importante estado.

Havia três candidatos da oposição concorrendo contra Clara Luz Flores nesta eleição: Adrian de la Garza, o prefeito de Monterrey (PRI); Fernando Larrazabal, ex-prefeito de Monterrey (PAN); e o senador Samuel García, membro do Movimento Cidadão (Movimiento Ciudadano, MC). Este último rapidamente se distinguiu dos demais candidatos por ser uma figura nacionalmente conhecida, com ampla presença nas redes sociais, e por ser protagonista de várias polêmicas relacionadas à sua vida privada.

A campanha de Samuel baseou-se em sua afirmação de candidato jovem, mas experiente, longe da classe política e próximo do eleitorado jovem. Além disso, Samuel é casado com uma popular influencer do Instagram que desempenhou um papel muito ativo e decisivo em sua campanha.

Curso das Campanhas Políticas.

As campanhas eleitorais começaram em 5 de março de 2021. Entre 24 e 25 de março, um meio de comunicação nacional divulgou um vídeo que vinculava intimamente a candidata Clara Luz Flores a Keith Raniere, líder do culto sexual NXIVM, acusado de abuso sexual e cumprindo pena de prisão nos Estados Unidos. Este evento foi um momento decisivo na campanha eleitoral porque o candidato havia negado publicamente qualquer relação com Raniere; no entanto, o vídeo expôs Clara Luz como tendo um papel importante no culto.

Pesquisas de opinião de vários jornais nacionais relataram que a popularidade de Clara Luz sofreu uma queda abrupta depois disso, caindo do primeiro para o terceiro lugar na preferência do eleitor.

A queda na intenção de voto de Clara Luz beneficiou Samuel García, que teve um notável aumento na preferência eleitoral. De abril até o dia das eleições (2 de junho), a eleição tornou-se uma disputa de dois homens: Samuel García, do Movimiento Ciudadano, contra Adrián de la Garza, do PRI.

Outro acontecimento importante na campanha foi o ataque de Adrián de la Garza a Samuel García. Na última semana de abril, a equipe de Adrián de la Garza divulgou uma série de fotos ligando Samuel García a um parente supostamente envolvido no tráfico de drogas. A resposta de Samuel foi alegar haver uma guerra suja contra ele, para se dissociar de seu parente e suas conexões e reiterar que ele é um candidato estrangeiro aos círculos de poder que dominaram a política local nos últimos trinta anos. Ao contrário do que aconteceu com os vídeos de Clara Luz, as pesquisas de opinião mostraram que o escândalo não teve grande impacto na intenção de voto de Samuel.

No final da campanha, ocorreram dois outros fatos relevantes: em meados de maio, o Presidente López Obrador acusou publicamente Adrián de la Garza de ter realizado operações ilegais durante sua campanha, por distribuir cartões de débito aos cidadãos pelos quais eles receberiam benefícios sociais caso ganhe a eleição.

Ao final da disputa eleitoral, Samuel García venceu com uma maioria confortável, 37 por cento dos votos. Adrián de la Garza recebeu 28 por cento dos votos, Fernando Larrazabal recebeu 18 por cento e Clara Luz Flores recebeu 14 por cento; o restante foi dividido entre outros candidatos de partidos minoritários.

A eleição de Nuevo León gerou interesse nacional nos desenvolvimentos da campanha descritos acima. Isso se refletiu no Twitter; em particular, Clara Luz e Samuel geraram raiva e polarização nas redes sociais através de suas declarações e escândalos, que resultaram em mudanças significativas na preferência eleitoral.

A equipe do TEC de Monterrey considerou este um caso interessante para testar as técnicas de download e análise de conteúdo do Twitter. Este caso foi um evento político com menor tempo e menor número de atores relevantes, se comparado à questão da COVID-19. No entanto, é também mais um caso que gerou polarização na opinião pública. Além disso, este estudo de caso consistiu no desenvolvimento de uma ferramenta de comunicação visual para compartilhar este tipo de análise em plataformas digitais para divulgação em massa.

Elementos Visuais de Análise¹⁰⁴

A primeira etapa consistiu em fazer um download em massa de tweets relacionados a cada candidato usando uma série de palavras-chave. (A Tabela 3 mostra as palavras usadas para o download.) As datas de download foram de 1º de março a 30 de maio de 2021, cobrindo o período oficial das campanhas eleitorais. Um total de 4,6 milhões de tweets foram baixados para análise.

¹⁰⁴Uma visualização dessas descobertas pode ser encontrada em: <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>.

O site está habilitado em react.js; seus gráficos são criados em D3. A vantagem dessa arquitetura é que os gráficos são interativos. Esse tipo de arquitetura foi escolhido para facilitar para o público explorar os resultados da análise.

Tabela 3. Palavras-chave usadas para baixar conteúdo associado à eleição de Nuevo León.

Candidato	Partido/Coalizão	Palavras-chave
Fernando Alejandro Larrazábal Bretón	Partido da Ação Nacional (Partido Acción Nacional, PAN)	<ul style="list-style-type: none"> - Larrazabal - VotaLarrazabal - PAN NL - FerLarrazabalNL - LarrazabalGobernador - Larrazabal 1200 millones - Larrazabal declina - aNLSeLeRespeta - PANNLMX
Clara Luz Flores Carrales	Juntos faremos história em Nuevo León (Juntos Haremos Historia en Nuevo León) (Coalizão: Morena, PT, PVEM, Nueva Alianza NL)	<ul style="list-style-type: none"> - clara luz nuevo león - claraluzflores - VotaClara - VotaMorenaNL - VotaPTNL - VotaNuevaAlianzaNL - VotaPartidoVerdeNL - ClaraGobernadora - NXIVM Clara Luz
Samuel Alejandro García Sepulveda	Movimento Cidadão (Movimiento Ciudadano, MC)	<ul style="list-style-type: none"> - Samuel García - samuel_Garcías - puro Nuevo León - movimiento ciudadano NL - MovCiudadanoNL - Movimiento Naranja - VotaNaranja - OlaNaranja - MovimientoCiudadano - Viejapolítica - Samuel NL - Ponte nuevo nuevo león
Adrian Emilio de La Garza Santos	Fique forte para Nuevo León (Va Fuerte por Nuevo León) (Coalizão: PRI e PRD)	<ul style="list-style-type: none"> - AdrianDeLaGarza - TodoVaAEstarBien - AdrianGobernador - Adrian NL - PRI NL - prinlmx

A **Figura 39** mostra o número de tweets por candidato ao longo do tempo. Uma visualização interativa do gráfico pode ser encontrada no site acima mencionado.

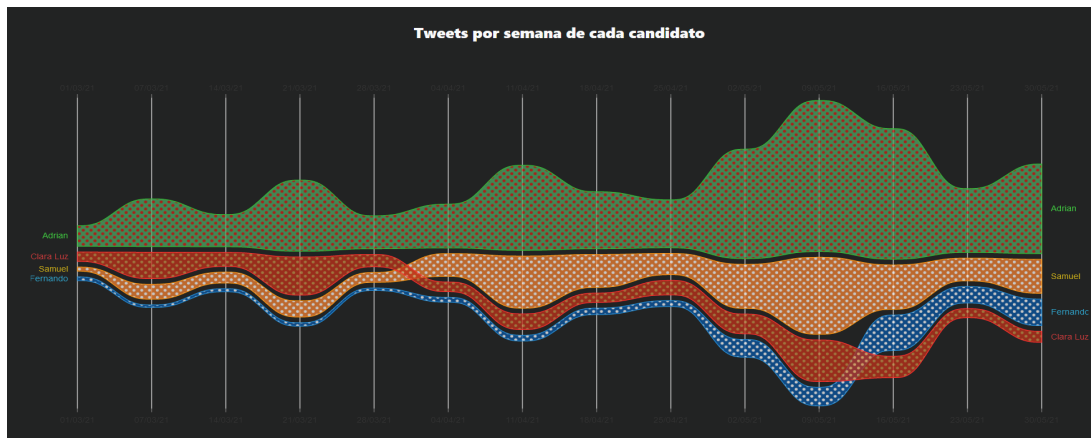


Figura 39. Número de tweets por semana e por candidato (1 de março a 30 de maio). Fonte: Trabalho dos próprios autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

A Figura 39 ilustra haver uma quantidade maior de conteúdo associado ao candidato do PRI, Adrián de la Garza. Seu pico mais alto ocorreu de 25 de abril a 23 de maio. Esse pico foi atípico e não foi encontrado entre os demais candidatos; **houve um crescimento exponencial e um efeito de bolha.**

O caso de Samuel García é interessante porque reflete um crescimento mais orgânico no número de menções do que o de Adrián de la Garza. Começa com uma presença modesta que vai crescendo gradativamente ao longo da campanha, sem bolhas ou mudanças exponenciais.

Clara Luz Flores começou com alguma presença no Twitter, mas a partir de 28 de março (data que coincide com os escândalos dos vídeos) a sua presença cai ao mínimo. Clara Luz experimentaria alguma recuperação em suas menções no último terço da campanha.

Fernando Larrazabal, em comparação com os outros três candidatos, teve uma presença menor no Twitter ao longo da campanha.

Com base no exposto, podemos concluir que o número de menções é um bom indicador para identificar comportamentos atípicos que podem estar relacionados a campanhas organizadas que visam gerar polarização ou desinformação. Por exemplo, chama a atenção a bolha do último mês da campanha de Adrián de la Garza, que teve um número atípico de menções. Em contrapartida, a tendência nas menções de Clara Luz e Samuel García foi mais orgânica, no sentido de que houve um aumento ou diminuição gradual que pode estar associada ao aumento e diminuição das preferências eleitorais durante a campanha.

Modelagem de Tópico

Para as análises apresentadas a seguir, tomamos uma amostra aleatória de um por cento dos textos baixados com palavras-chave, resultando em uma seleção de 46.000 tweets. A seleção foi feita para facilitar a tradução para o inglês e a visualização dos resultados.

A modelagem de tópico Alocação de Dirichlet Latente (LDA) é parte da estrutura de análise

que a equipe do TEC de Monterrey vem construindo; esta pesquisa está em andamento. Esta técnica pode ser usada para identificar automaticamente os tópicos associados a uma seleção de textos. Esta técnica classifica e atribui cada tweet a um tópico dos textos. Os tweets em cada grupo de tópicos compartilham semelhanças no uso da linguagem e combinações de palavras. Essa técnica foi aplicada na amostra aleatória de tweets, mas aplicada separadamente para cada candidatura. Ou seja, a análise foi realizada nas palavras-chave associadas a Samuel García, Clara Luz, Adrián de la Garza e Fernando Larrazabal para determinar os temas associados às menções de cada candidato. Os gráficos apresentados nesta seção mostram o número de tweets associados a cada tópico ao longo da campanha.

O conteúdo de Adrián de la Garza foi agrupado em cinco tópicos: a) promessas de ações governamentais; b) postagens demonstrando que Adrian foi o melhor candidato; c) participação nos debates e propostas de políticas; d) ataques a Samuel García, e) ataques de López Obrador a Adrián de la Garza. A **Figura 40** apresenta a evolução desses temas ao longo da campanha eleitoral. Os picos são um aumento nas menções associadas a um determinado tópico. As linhas representam um tópico diferente.

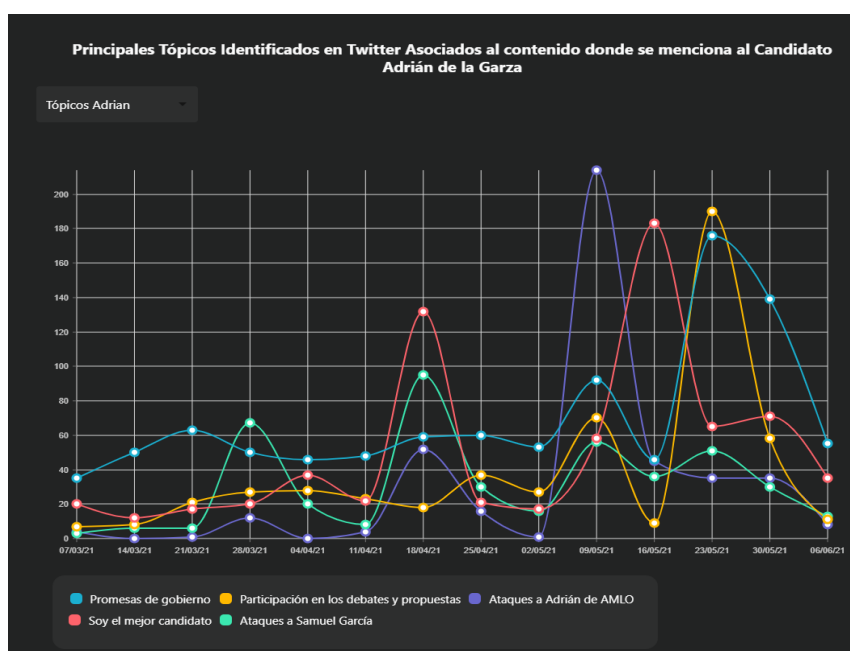


Figura 40. Evolução ao longo do tempo do número de tweets associados a cada tópico da campanha de Adrian de la Garza. Fonte: Trabalho dos próprios autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

O gráfico de Adrián de la Garza ilustra vários ciclos interessantes. Em primeiro lugar, os temas promessas de governo e participação em debates e propostas de políticas mostram um comportamento uniforme durante a campanha entre março e maio. No entanto, eles têm um pico muito importante entre as duas e três semanas anteriores à eleição. Isso esteve ligado aos debates e ao reforço da estratégia do candidato nas redes sociais com foco na divulgação de suas propostas políticas. Os ataques a Samuel García associados às palavras-chave de Adrián de la Garza também mostraram um comportamento uniforme durante a campanha.

O evento atípico que apresentou um pico de menções entre a primeira e a segunda semana de maio foram os ataques do presidente López Obrador a Adrián de la Garza. As redes sociais registraram os momentos mais emblemáticos da campanha do candidato do PRI, incluindo os ataques a Samuel García, os ataques recebidos de López Obrador e sua participação nos debates. O comportamento dos tópicos refletiu o da campanha. Abaixo, exploramos o que aconteceu com os outros candidatos.

A campanha da candidata do MORENA, Clara Luz Flores, apresenta um padrão particular que não encontramos em nenhuma das outras campanhas: há um tema dominante positivo que chamamos de “fazer política” que reúne textos relacionados às suas atividades de campanha e propostas de políticas públicas. Existem outros tópicos identificados em sua campanha, mas com um número consideravelmente menor de tweets, conforme mostrado na **Figura 41**.

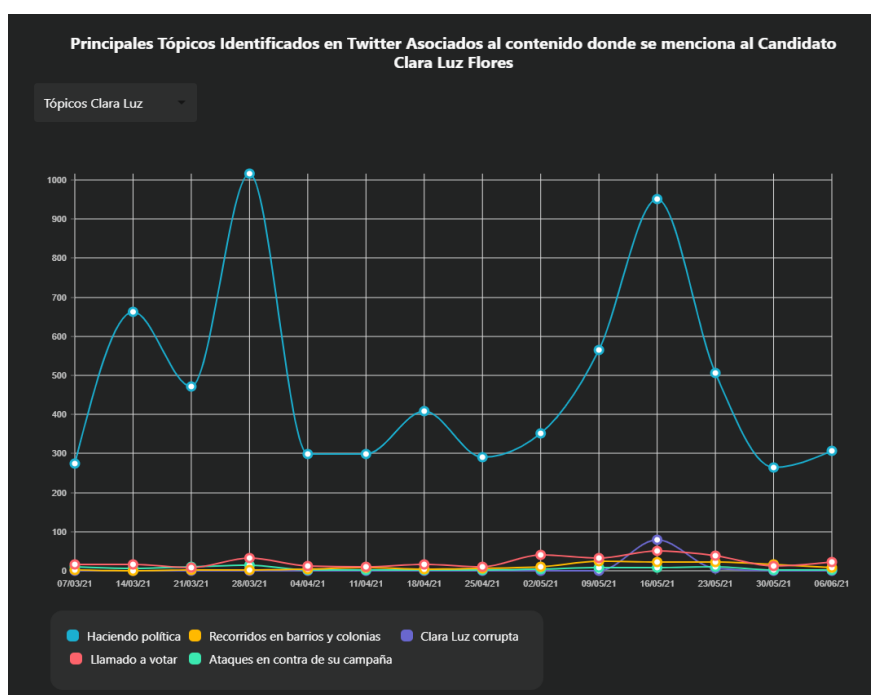


Figura 41. Evolução ao longo do tempo do número de tweets associados a cada tema da campanha de Clara Luz Flores. Fonte: Trabalho dos próprios autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

Vale ressaltar que, no caso de Clara Luz Flores, não foi identificado nenhum tema relacionado ao escândalo do vídeo no final de março que expôs sua participação no culto NXIVM. É importante esclarecer que a explicação mais plausível é a incapacidade do algoritmo LDA de identificar um padrão comum nos tweets que continham textos associados ao culto NXIVM e Clara Luz. A equipe continua investigando esse fato e calibrando os parâmetros para descartar outras hipóteses.

O caso de Fernando Larrazabal é interessante porque alguns tópicos são vistos, mas com presença limitada durante a maior parte da campanha (ver Figura 42). Há mais atividade em torno desses temas durante o último mês de campanha, principalmente em relação à participação de Larrazabal nos debates.

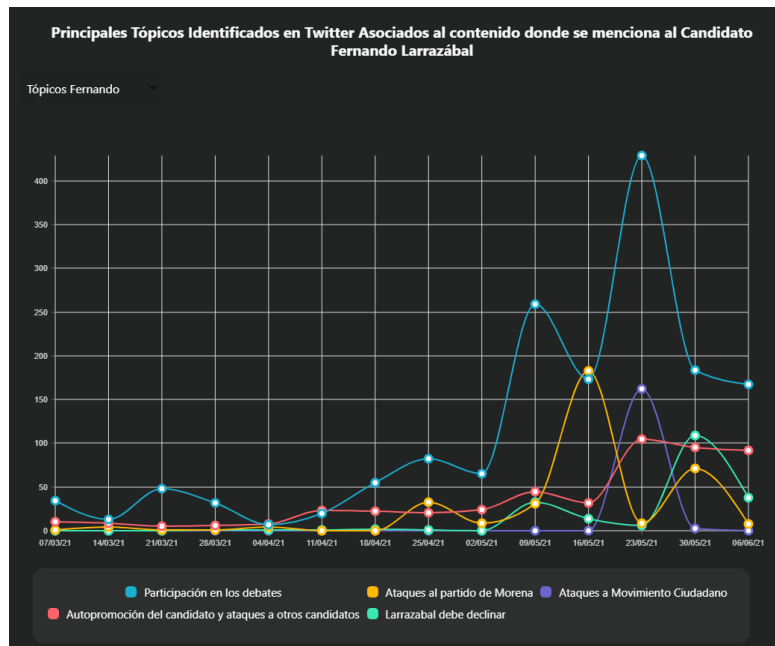


Figura 42. Evolução ao longo do tempo do número de tweets associados a cada tema da campanha de Fernando Larrazábal. Fonte: Trabalho dos próprios autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

No último mês da campanha de Fernando Larrazábal, houve uma frequência maior de textos atacando o partido MORENA, bem como pedidos de retirada de Larrazábal para que Adrián de la Garza pudesse enfrentar Samuel García com uma coalizão do PAN-PRI.

Fernando Larrazábal teve presença limitada nas redes sociais durante a campanha segundo a análise temática. Não são identificados padrões atípicos como nos tópicos de Clara Luz.

O caso de Samuel García é considerado o mais relevante na análise do tema (ver **Figura 43**). Os cinco temas predominantes em sua campanha são: a) acusações de não diferir de seus rivais; b) acusação de uso de dinheiro ilegal em sua campanha; c) ataques a Samuel alegando que ele é um candidato corrupto; d) propostas de campanha; e e) o debate dos candidatos.

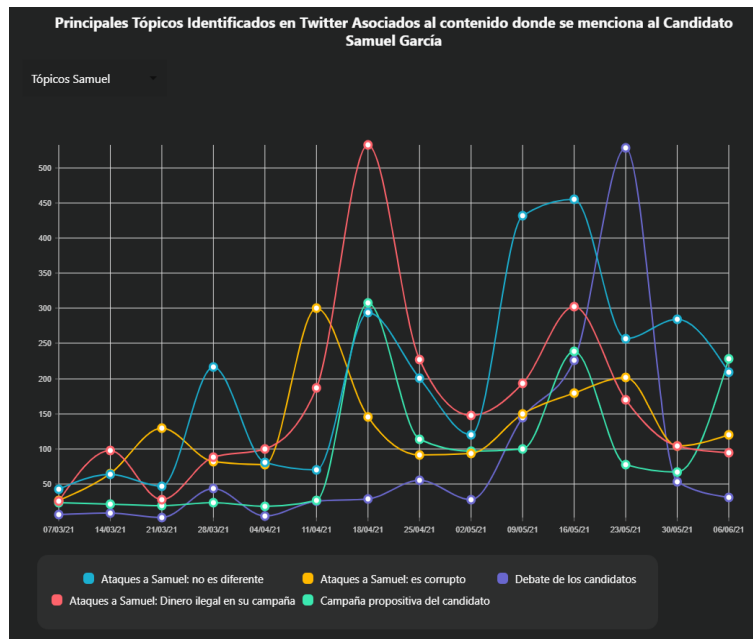


Figura 43. Evolução ao longo do tempo do número de tweets associados a cada tema da campanha de Samuel García. Fonte: Trabalho dos próprios autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

É notável a quantidade de ataques contra Samuel García e a quantidade de tópicos reconhecidos pelo algoritmo. Três dos tópicos mais importantes foram os ataques ao candidato. O gráfico mostra os picos que correspondem a eventos relevantes durante sua campanha, como quando ele foi vinculado a um parente envolvido com o tráfico de drogas e acusado de usar dinheiro ilegal em sua campanha. **É necessário enfatizar que os tweets positivos associados à sua campanha têm picos que coincidem com os picos dos ataques contra ele. Em outras palavras, a maior frequência de tweets positivos do candidato ocorreu nas mesmas semanas em que os ataques se intensificaram.**

Isso pode ser indicativo de um esforço por parte do candidato e contas relacionadas para neutralizar o conteúdo negativo expresso ou disseminado contra ele durante sua campanha. O debate dos candidatos foi um tema identificável e dominou a parte final da campanha; em particular, teve destaque o tema do comparecimento/não comparecimento ao debate organizado pelo jornal El Norte.

O que aprendemos com a modelagem de tópicos para identificar a polarização no Twitter? Ao comparar os padrões dos diferentes candidatos, podemos identificar algo atípico no caso de Clara Luz: os temas associados à sua campanha estão relacionados com conteúdos positivos e propostas de políticas. O algoritmo não consegue capturar os ataques contra ela como tópicos com um nível de coerência suficiente. A explicação mais plausível para esse interessante fenômeno é que os tweets que a vinculavam ao NXIVM não têm consistência suficiente para serem agrupados no mesmo tópico. Eles faltam coerência porque foram uma resposta orgânica e espontânea através de diversos conteúdos.

É necessário analisar este primeiro achado com mais detalhes (que será explorado nos próximos meses). Porém, no caso de Samuel e Adrián, os eventos mais importantes que marcaram

suas campanhas podem ser observados nos temas identificados. Samuel García foi o candidato mais atacado de todos e tinha temas identificáveis. A próxima parte desta análise é o exame dos sentimentos associados a cada tweet com base nas palavras-chave.

Análise de sentimento

Conforme mencionado acima, o “composto” é uma métrica que soma as pontuações positivas, negativas e neutras de cada texto para que a métrica seja normalizada em uma escala de -1 a 1. Valores positivos estão associados a sentimentos positivos associados a cada candidato e valores negativos a sentimentos negativos. A **Figura 44** representa a métrica composta para os quatro candidatos por data. Os dados neste gráfico foram processados da seguinte forma. A estrutura de análise de sentimento desenvolvida pela equipe do TEC de Monterrey foi usada e aplicada a cada um dos tweets na amostra aleatória.

Posteriormente, foi utilizada a média ponderada da dimensão composta de tweets por semana e por candidato (conforme a palavra-chave de download). A ponderação consistia no número de retweets — ou seja, o peso da dimensão composta de um tweet com mais retweets é maior que o de um tweet sem retweet. O objetivo da ponderação é dar maior peso na representação gráfica aos conteúdos que tiveram maior divulgação na rede. Devido à falta de espaço, nos concentramos em descrever o composto que funciona como um resumo de outras dimensões de sentimento.

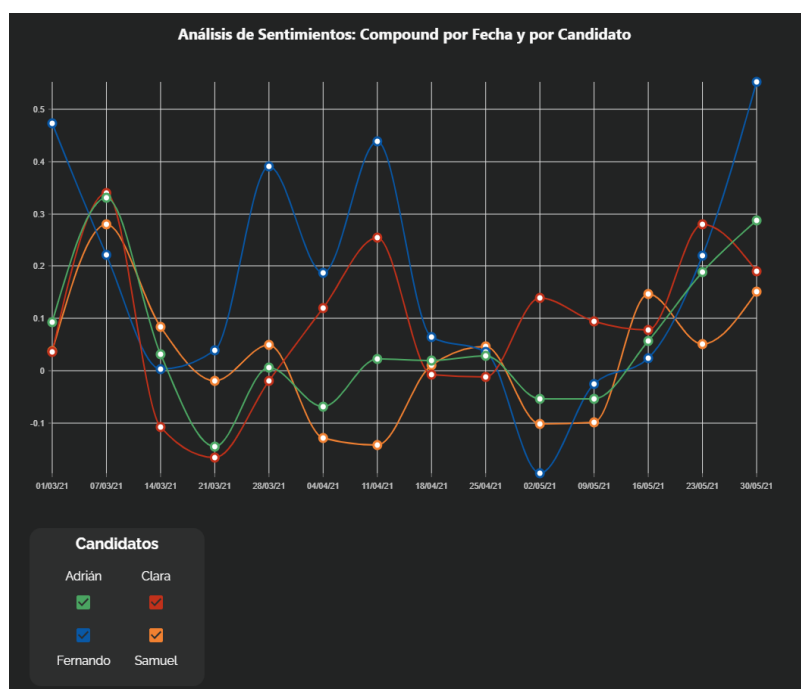


Figura 44. Análise de sentimento da métrica “composta” por data e por candidato. Fonte: Elaboração própria dos autores. O gráfico pode ser visualizado em <https://www.mexicovid19.app/sentiment-analysis>

O candidato com maior pontuação foi Fernando Larrazabal. Clara Luz também percorreu a

parte positiva do gráfico durante a campanha, com exceção da semana de 21 de março. No caso de Clara Luz, o escândalo do vídeo afetou sua classificação; ela caiu para o ponto mais negativo da escala. Os vídeos de Clara Luz não surgiram na análise de temas como um tema próprio, mas um efeito se registra na análise de sentimento. Samuel e Adrián tiveram mais movimento em uma escala próxima a zero. Samuel foi o candidato com maior conteúdo negativo. Isso é consistente com a análise de tópico; Samuel teve o maior número de tópicos identificáveis contra ele. As flutuações da medida de sentimento composta coincidiram com as datas dos principais ataques contra cada candidato durante a campanha.

Em conclusão, o caso de Nuevo León nos fornece vários insights sobre como a discussão no Twitter evoluiu durante o processo eleitoral. Essa rede social é um microcosmo que não necessariamente reflete a realidade: o candidato com mais avaliações positivas no Twitter ficou em terceiro lugar na eleição, e aquele que teve mais temas associados às suas propostas de campanha ficou em quarto lugar. Quando se trata dos dois principais candidatos, os tópicos e os sentimentos refletem os desenvolvimentos mais relevantes de suas campanhas. A polarização em torno do vencedor das eleições, Samuel García, é notável pelo número de ataques que recebeu, o que se reflete em seus temas identificados e níveis de sentimento negativo.

Além disso, a análise ilustra que a modelagem de tópicos e o sentimento são úteis para identificar os efeitos da polarização em torno de um tópico. A parte mais complexa desse tipo de análise é definir o escopo do estudo e selecionar as palavras-chave para download. No estudo de caso apresentado, não percebemos um efeito de polarização em torno do tema da eleição, nem em torno de todos os candidatos; a polarização é identificada nos dados dos dois principais candidatos e, em particular, do vencedor Samuel García.

Recomendações: o que fazer ao enfrentar desinformação, notícias falsas e propaganda política nas redes sociais.

Com base na ideia de que a desinformação afeta a sociedade como um todo, corrói as instituições públicas e o estado, prejudica a transparência e a responsabilização e prejudica a democracia, as recomendações devem ser apresentadas dentro de uma estrutura que permita a coordenação dos principais atores e esforços para “combater a desinformação de diferentes frentes”. Entendemos por atores-chave: governo, jornalistas e pesquisadores, verificadores de fatos, plataformas online, redes sociais, empresas e sociedade civil.¹⁰⁵ O estabelecimento de um plano de ação coordenado pode levar a melhorias significativas em relação à desinformação ao nível nacional e regional.

Outros elementos importantes a serem considerados ao elaborar recomendações devem ser: (i) distinguir entre conteúdo ilegal e conteúdo que é prejudicial, mas não ilegal. Esta distinção é fundamental para determinar a estratégia de resposta a ser implementada; (ii) para estabelecer

¹⁰⁵Esta ideia baseia-se na experiência do Grupo de Trabalho East StratCom, criado em 2015 através do [Serviço Europeu de Ação Externa](#) (SEAE) para combater as campanhas de desinformação vindas da Rússia.

se o conteúdo prejudicial, mas legal, tem a intenção de induzir ao erro, causar danos e/ou obter qualquer benefício econômico ou de outro tipo; e (iii) definir as áreas, temas, pessoas ou instituições que são diretamente afetadas pela desinformação. Essas considerações nos permitirão projetar respostas calibradas diretamente relacionadas com "a gravidade do dano, a intenção, a forma de propagação, os agentes envolvidos e sua origem".¹⁰⁶

Não é fácil cobrir essas bases, por isso a participação de atores-chave é necessária. Embora a falta de participação de atores-chave possa não impedir que os resultados desejados sejam alcançados, pode complicar e retardar o processo.

Enfrentando um aumento na desinformação e a disseminação de “notícias falsas”, os principais participantes intensificaram as discussões e análises para desenvolver estratégias que limitem a influência da desinformação na opinião pública, ao mesmo tempo em que protegem os benefícios da comunicação digital no século 21.

Identificamos três áreas principais dentro dessas recomendações:

- Propostas voltadas para a multiplicação e fortalecimento das fontes de informação e do jornalismo investigativo, que por sua vez podem ser complementadas com campanhas educativas que possibilitem aos cidadãos discernir entre as fontes com informação verificada e aquelas associadas à desinformação.
- Propostas que enfatizam a necessidade de fortalecer as regulamentações governamentais para monitorar a disseminação de notícias falsas e até mesmo ir mais longe a ponto de responsabilizar as principais redes sociais como Twitter, Facebook, YouTube, Instagram e TikTok pela disseminação em massa de conteúdo falso.
- Propostas que contam com a capacidade das principais redes sociais de se autorregular para evitar a disseminação de notícias falsas e desinformações, mas que por sua vez evitem os perigos da censura governamental que pode colocar em risco a liberdade de expressão sob o pretexto de regulamentação que supostamente busca para proteger os cidadãos contra este problema.

Diferentes iniciativas em todo o mundo começaram a trabalhar em cada uma dessas abordagens, tendo experimentado resultados mistos em termos de eficácia em conter a desinformação nas redes sociais.

1) Propostas voltadas para a formação de usuários de redes sociais, promovendo a compreensão das diversas fontes de informação e os desafios da psicologia política.

¹⁰⁶“A informação incorreta pode ser combatida através de iniciativas de refutação precisa, destruição de mitos e educação na mídia; a desinformação, por outro lado, deve ser combatida com outros instrumentos, incluindo a adoção de medidas pelas administrações públicas, como as estabelecidas no Plano de Ação contra a Desinformação”, na Comunicação Conjunta ao Parlamento Europeu, ao Conselho Europeu, ao Conselho, o Comitê Econômico e Social Europeu e o Comitê das Regiões Europeu. Comunicação sobre a resposta global da UE à COVID-19. <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/459ed2d1-7981-11ea-b75f-01aa75ed71a1>

Em 2017, Darrell M. West, da Fundação Brookings, publicou um relatório intitulado “How to combat fake news and disinformation”.¹⁰⁷ Este relatório sugere que as instituições educacionais priorizam o ensino de “alfabetização jornalística” ou o processamento da informação consumida. Além disso, é importante promover o financiamento do governo voltado para o fortalecimento de parcerias entre universidades, setor privado, mídia e organizações da sociedade civil, de modo a desenvolver estratégias para a “educação de notícias”.

Os esforços para promover a alfabetização jornalística são particularmente relevantes para os jovens. Em um experimento na Pesquisa de Política Participativa de Jovens, descobriu-se que os jovens expostos à educação para a mídia eram significativamente mais capazes de classificar com precisão as postagens baseadas em evidências e distingui-las das notícias falsas, independentemente do conteúdo ser consistente com suas predisposições ideológicas. Ou seja, aqueles jovens que aprenderam a importância de avaliar as evidências que apoiam uma opinião coletada em uma notícia e desenvolver exercícios para fortalecer as habilidades para avaliar a precisão das informações que encontraram online foram capazes de distinguir com mais precisão notícias falsas ou desinformação.¹⁰⁸

Em relação às estratégias educacionais para distinguir notícias reais de notícias falsas, é necessário fortalecer os mecanismos de verificação das informações veiculadas nas redes sociais. O jornalismo investigativo é uma estratégia fundamental para ganhar a confiança do público e abordar notícias falsas e desinformação sem legitimar as fontes que propagam essas informações. Além disso, a colaboração entre organizações profissionais de jornalismo, organizações da sociedade civil e redes sociais é fundamental para fortalecer os esforços relacionados à verificação de notícias. As iniciativas que buscam contribuir para essa estratégia incluem [Politifact](#)¹⁰⁹, [Factcheck.org](#) e [Snopes](#), que avaliam e relatam a veracidade das declarações feitas por líderes políticos.

2) Propostas e tentativas do governo de regular as redes sociais como estratégia para limitar a divulgação de notícias falsas e desinformação.

Entre os esforços das agências governamentais que tentam monitorar e limitar notícias falsas e desinformação, existem duas estratégias implementadas em diferentes países: (i) estabelecer definições claras de “discurso de ódio” e “desinformação na legislação ou critérios judiciais; e (ii) desenvolver legislação que exija que as plataformas digitais removam todo o conteúdo que se enquadre na descrição de “discurso de ódio” e alguns países sugerem que até mesmo conteúdo com a descrição de “desinformação” deve ser incluído.

¹⁰⁷ West, D. M. (2017, December 18). How to combat fake news and disinformation. Brookings Reports. <https://www.brookings.edu/research/how-to-combat-fake-news-and-disinformation/>

¹⁰⁸ Kahne, J., & Bowyer, B. (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. *American Educational Research Journal*, 54(1). <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>

¹⁰⁹ PolitiFact é uma plataforma criada por William Yang Wang, que contém um banco de dados com 12.836 declarações públicas de vários funcionários públicos aos quais foi aplicado um algoritmo de correspondência de padrões linguísticos, permitindo identificar histórias com base em informações falsas.

Essas propostas geram certos riscos aos direitos humanos; por exemplo, o fato de “discurso de ódio” ou “desinformação” não estarem bem definidos pode levar os governos governantes a estabelecer sua própria definição que joga com sua capacidade de punir, censurar e até eliminar jornalistas e meios de comunicação que se opõem ao governo.

A censura governamental unilateral à desinformação pode ter o efeito adverso de criminalizar o jornalismo investigativo e limitar a liberdade de expressão. Nesse sentido, vários defensores dos direitos humanos e ativistas pela liberdade de imprensa alertam para o perigo de que tais medidas possam ser abusadas e utilizadas por governos autoritários para censurar seus críticos e deter seus oponentes políticos. Isso pode prejudicar o jornalismo investigativo, considerado uma alternativa justa para a divulgação de notícias falsas e desinformação.

Um exemplo de regulamentação que visa reduzir a desinformação com efeitos aparentemente positivos é o [Sistema de Alerta Rápido](#) (RAS). O RAS¹¹⁰ é uma plataforma tecnológica criada em 2019 e gerida pela Comissão Europeia e pelo Serviço Europeu de Ação Externa. O RAS é alimentado por informações fornecidas pelos Estados-membros da UE através de contatos designados nos vários departamentos de comunicação do governo, instituições da UE, como a OTAN ou o G7, e outros atores, como universidades, empresas de tecnologia, organizações especializadas da sociedade civil e especialistas em áreas problemáticas.

Por meio do RAS, é feito um monitoramento permanente dos conteúdos veiculados nas mídias e redes sociais, através de uma plataforma que facilita a troca de dados e a divisão do trabalho entre os analistas, permitindo a emissão de alertas em tempo real quando da detecção de campanhas de desinformação. A RAS opera com base na exigência da UE para que as plataformas eletrônicas apliquem o Código de Boas Práticas de autorregulação contra a desinformação promulgadas pela Comissão Europeia em 2018. O Código não é vinculativo; no entanto, como resultado do trabalho e coordenação da RAS, várias plataformas decidiram aplicar o Código para aumentar os níveis de precisão e visualização.

A criação destes tipos de plataformas é recomendada desde que sejam desenvolvidas em colaboração com outros atores, nos quais a participação governamental desempenha um papel fundamental. A ausência de governo pode causar atrasos e resultados irrelevantes. Em outras palavras, uma resposta imediata à desinformação só pode ser alcançada se a cadeia de pesquisa, coleta de dados, sistematização e análise for concluída com a contribuição de um grupo diversificado de atores compartilhando seus ativos.

Apesar da importância das parcerias na implementação de esforços de verificação de fatos, é necessário considerar suas limitações. A disseminação da desinformação pode ser muito mais extensa do que a capacidade dos verificadores de fatos e pode tornar a avaliação da desinformação virtualmente impossível. Além disso, a pesquisa em psicologia política sugere ser improvável que os indivíduos mudem de ideia quando apresentados a informações alternativas, mesmo que o conteúdo seja verificado e verdadeiro. As predisposições ideológicas levam a descartar informações adicionais não consistentes com suas crenças ou mesmo a

¹¹⁰<https://wayback.archive-it.org/12090/20210728183340/https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/action-plan-against-disinformation>

acomodá-las de forma compatível.¹¹¹

Soluções que sugerem expor o público a fontes de informação contrárias ao seu sistema de crenças como um mecanismo de moderação para mitigar a polarização social e diminuir a probabilidade de consumo de notícias falsas não são muito promissoras. Recentemente, Chris Bail, da Duke University, descobriu que a resposta de indivíduos com fortes identidades partidárias acabou se tornando mais radicalizada quando apresentada a artigos de mídia contrários às suas preferências partidárias.

No entanto, também há evidências de que, ao invés de apresentar notícias para torná-las consistentes com predisposições ideológicas, as pessoas que acabam consumindo notícias falsas são aquelas que falham em seu pensamento analítico. Portanto, as políticas devem ser concebidas para fortalecer a capacidade de análise e reflexão do público.

Entre os esforços para fortalecer a autorregulação das redes, vale citar o caso do Facebook. O Facebook desenvolveu um sistema para estabelecer um rótulo que avisa quando uma notícia que aparece em sua plataforma está em disputa. Em 2016, essa ferramenta que facilita a sinalização de uma notícia como possivelmente falsa permite que o conteúdo que recebeu um número suficiente de sinalizações seja direcionado a uma coalizão de grupos de verificação de fatos. Colaboradores dessa coalizão de verificação de fatos incluem Snopes, PolitiFact, The Associated Press, FactCheck.org e ABC News.¹¹² Isso teve efeitos positivos, pois resultou em uma queda de 10 por cento no número de leitores de artigos "em disputa".¹¹³

Segundo o Facebook, por meio da cooperação com mais de 80 organizações de verificação de fatos e verificação de conteúdo, foi possível remover mais de 12 milhões de artigos com informações falsas relacionadas à COVID-19.¹¹⁴

3) A autorregulação das redes sociais como mecanismo para coibir a desinformação e as notícias falsas.

Como parte de uma audiência no Congresso dos EUA, os CEOs de três grandes conglomerados de mídia social (Facebook, YouTube e Twitter) apresentaram seus esforços de autorregulação para combater notícias falsas e incorretas.

Sundar Pichai, do YouTube, apontou que durante 2020, o YouTube fez um esforço para identificar e remover conteúdo enganoso para os eleitores. Nesse sentido, o Congresso dos Estados Unidos vem discutindo a possibilidade de retirar a Seção 230, a legislação aprovada no início da criação da internet, que permite aos proprietários de sites moderar seu conteúdo sem se preocuparem em estarem sujeitos a responsabilidades legais como a mídia impressa.

¹¹¹ Bail, 2021

¹¹² Isaac, M. Facebook mounts effort to limit tide of fake news. The New York Times. Retrieved 28, 2021, from <https://www.nytimes.com/2016/12/15/technology/facebook-fake-news.html>

¹¹³ Nyhan, B. (2017, October 23). Why the Fact-Checking at Facebook Needs to Be Checked. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2017/10/23/upshot/why-the-fact-checking-at-facebook-needs-to-be-checked.html>

¹¹⁴ Wakefield, J. (2021, March 25). Google, Facebook Twitter grilled in U.S. on fake news. BBC News. <https://www.bbc.com/news/technology-56523378>

No entanto, Pichai insistiu na audiência do Congresso que tal decisão poderia ter consequências indesejadas, pois poderia prejudicar a liberdade de expressão e a capacidade das plataformas de tomar ações responsáveis para proteger seus usuários na esteira de desafios em constante evolução.¹¹⁵

Destacam-se duas políticas criadas para limitar a concentração e disseminação de desinformação e notícias falsas no Twitter:

Birdwatch. No caso do Birdwatch, o Twitter anunciou recentemente uma colaboração com a Associated Press e a Reuters para expandir os esforços para identificar notícias falsas e aumentar a credibilidade das informações disseminadas por meio do Twitter. Inicialmente, essas duas agências de notícias concentrarão seus esforços em fontes em inglês. O Twitter afirmou que está “comprometido em garantir que, quando as pessoas acessarem o Twitter para ver o que está acontecendo, elas possam encontrar facilmente informações confiáveis. O Twitter conseguirá expandir a escala e aumentar a velocidade de nossos esforços para fornecer um contexto oportuno e confiável sobre a ampla gama de tópicos globais e conversas que acontecem no Twitter todos os dias”.¹¹⁶Essa estratégia de identificação de desinformação e notícias falsas conta com feedback individual de um grupo de 2.000 usuários do Twitter e é uma medida mais descentralizada, que, segundo gestores do Twitter, permite uma resposta mais rápida à disseminação de informações enganosas. Os participantes podem adicionar contexto, o que pode levar as pessoas a confiar e considerar o conteúdo mais valioso.

O Birdwatch está inicialmente focado nos Estados Unidos, mas eventualmente se tornará uma ferramenta para o público global do Twitter¹¹⁷. Esse esforço contrasta com as políticas do Facebook, que contam mais com suas parcerias com organizações independentes de verificação de fatos de conteúdo de notícias.

Bluesky é um protocolo de descentralização da web anunciado em 2019. Pouco se sabe sobre o Bluesky; no início pensava-se que permitiria o acesso e a contribuição para um espaço muito mais amplo de conversação pública, de modo que pudesse abrir a possibilidade de desenvolver algoritmos que promovessem uma conversação saudável e permitissem que o Twitter fosse ainda mais inovador. Segundo o CEO do Twitter, Jack Dorsey, a missão desse esforço é “encontrar um padrão descentralizado existente que possa ajudar a seguir em frente ou, na falta disso, criar um do zero”.

¹¹⁵ PBS NewsHour. (2021, March 25). Tech heads testify on misinformation in the aftermath of Jan. 6 riots. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=RGPIWPAMZFW>

¹¹⁶ <https://twitter.com/TwitterSafety/status/1422288755197726731>.

¹¹⁷Keith Coleman, “Introducing Birdwatch, a community-based approach to misinformation,” Twitter, January 25, 2021. Veja: https://blog.twitter.com/en_us/topics/product/2021/introducing-birdwatch-a-community-based-approach-to-misinformation, e Lucas Matney, “Introducing Birdwatch, a community-based approach to misinformation,” *Techcrunch*, June 2, 2021. Veja: <https://techcrunch.com/2021/06/02/twitter-starts-rolling-out-birdwatch-fact-checks-inside-tweets/>.

Resistência ao monitoramento externo: a autorregulamentação questionável do Facebook.

Das redes sociais, o Facebook é o mais questionado em suas ações para limitar a divulgação de informações falsas através de sua plataforma. Embora o FB tenha implementado principalmente uma estratégia mais centralizada trabalhando com organizações de verificação de informações, há uma série de ações que sugerem relutância em monitorar por terceiros desinteressados trabalhando para verificar a eficácia de suas políticas.

O caso mais notável ocorreu no início de agosto, quando foi divulgada a suspensão de contas de pesquisadores do projeto “The Cybersecurity for Democracy” da New York University (NYU), sob o argumento de violação dos termos de privacidade da plataforma. Este projeto começou a expor os principais problemas relacionados à transparência das ferramentas de publicidade política que aparecem para os usuários do Facebook. Descobertas preliminares sugerem que os algoritmos desta plataforma amplificam a desinformação. Esses pesquisadores também contribuíram recentemente com uma iniciativa em parceria com o Virality Project, que rastreia desinformação sobre vacinas e campanhas partidárias.

De acordo com pesquisadores da NYU, a decisão de suspender suas contas aconteceu depois que eles relataram estarem investigando a disseminação de desinformação sobre a coordenação dos distúrbios que ocorreram em Washington, D.C., em 6 de janeiro. Laura Edelson escreveu em um tópico em sua conta do Twitter:

“Nos últimos anos, usamos esse acesso para descobrir falhas sistêmicas na biblioteca de anúncios do Facebook, identificar informações incorretas em anúncios políticos, incluindo muitos que mostram desconfiança em nosso sistema eleitoral, e estudar a aparente amplificação do Facebook da informação incorreta partidária. Ao suspender nossas contas, o Facebook efetivamente encerrou todo esse trabalho. O Facebook também cortou efetivamente o acesso a mais de duas dezenas de outros pesquisadores e jornalistas com acesso aos dados do Facebook através de nosso projeto. O trabalho que nossa equipe faz para tornar os dados sobre desinformação no Facebook transparentes é vital para uma Internet saudável e uma democracia saudável”.¹¹⁸

O Facebook usou o argumento da ordem da Comissão Federal de Comércio dos Estados Unidos para proteger as informações privadas de seus usuários como o motivo da suspensão.¹¹⁹ No entanto, tanto legisladores quanto especialistas em internet apontaram que esse raciocínio é um pretexto e não tem base legal. As informações coletadas por meio do projeto NYU são

¹¹⁸ O tópico completo está disponível em: https://twitter.com/LauraEdelson2/status/1422736707485634563?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1422736707485634563%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.vice.com%2Fen%2Farticle%2Fn7bkg8%2Ffacebook-just-suspended-the-accounts-of-some-of-its-biggest-critics

¹¹⁹ Quando o escândalo Cambridge Analytica estourou, alguns pesquisadores conseguiram acessar informações de usuários do Facebook, incluindo dados de seus amigos. Esta informação foi compartilhada com Cambridge Analytica, uma empresa que usava o Facebook para disseminar mensagens políticas dirigidas especificamente a grupos de usuários.

compartilhadas voluntariamente por usuários que baixaram o Ad Observer, incluindo as informações que aparecem na seção “Por que estou vendo este anúncio?”. Com base nesses dados, os pesquisadores puderam inferir quais anúncios políticos estão sendo direcionados a grupos de usuários específicos (informações que o Facebook não divulga atualmente).

Para os críticos, o Facebook mais uma vez mostra relutância em dar conta de suas ações, resultando no controle da desinformação política em sua plataforma.¹²⁰ Até a Mozilla decidiu recomendar aos seus usuários o download do Ad Observer, após verificar com os pesquisadores da NYU que a privacidade das informações dos participantes não foi violada.¹²¹

Na esteira da resistência do Facebook, há uma pressão crescente para que os reguladores da Internet obriguem as plataformas a tornar públicas suas informações de anúncios. Por exemplo, a Mozilla escreveu uma carta à Comissão Europeia para exigir que, sob o Código de Prática sobre Desinformação, tornasse as informações de anúncios públicos para seus usuários. Os executivos da Mozilla argumentaram:

“A transparência não pode ser apenas nos termos com que as maiores e mais poderosas empresas de tecnologia do mundo se sentem mais confortáveis. Para ter verdadeira transparência neste espaço, a API Ad Archive precisa estar publicamente disponível para todos. Isso é o que é necessário para cumprir o espírito de compromissos do Código 5 de Prática. Além disso, para ser relevante para as próximas eleições parlamentares da UE, essa API deve estar disponível em breve, com tempo de espera suficiente para permitir que os desenvolvedores inovem e construam ferramentas de transparência com os dados que a API fornece. A disponibilidade pública desta API é ainda mais urgente agora que outras ferramentas de transparência pública que estavam disponíveis anteriormente pararam de funcionar. Insistimos para o Facebook desenvolver uma API aberta e funcional que possa ser usada por qualquer desenvolvedor, pesquisador ou organização para desenvolver ferramentas, percepções críticas e pesquisas destinadas a educar e capacitar os usuários a compreender e, portanto, resistir a campanhas de desinformação direcionadas.”

O incidente envolvendo o Facebook e os pesquisadores da NYU tem um precedente semelhante que ilustra que a análise do Facebook por terceiros é inaceitável. Dois anos atrás, o ProPublica relatou que, com a [Mozilla](#) e o [Who Targets Me](#), foi bloqueado pelo Facebook quando buscou coletar informações para revelar como a plataforma direcionava anúncios políticos. O Facebook então argumentou haver implementado uma atualização de rotina para interromper o bloqueio de anúncios e plug-ins de raspagem de anúncios.

O Guardian também relatou como o Facebook restringiu o Who Targets Me, um grupo britânico dedicado a examinar anúncios em redes sociais. O Facebook bloqueou a possibilidade de monitoramento externo da transparência dos anúncios veiculados através de sua

¹²⁰ Gilad Edelman, “Facebook’s Reason for Banning Researchers Doesn’t Hold Up,” *Wired*, August 4, 2021, <https://www.wired.com/story/facebooks-reason-banning-researchers-doesnt-hold-up/>.

¹²¹ Marshall Erwin, “Why Facebook’s claims about the Ad Observer are wrong,” *Mozilla*, August 4, 2021, <https://blog.mozilla.org/en/mozilla/news/why-facebooks-claims-about-the-ad-observer-are-wrong/>.

plataforma.¹²² Esses esforços são relevantes, principalmente à luz das investigações que apontam o Facebook sendo usado estrategicamente pelo Partido Conservador do Reino Unido na divulgação de mensagens políticas durante o referendo de 2017.

Recentemente, tem havido ênfase em como o Facebook tem falhado sistematicamente em conter o discurso de ódio, a informação incorreta e a retórica violenta em sua plataforma. O Facebook conseguiu alavancar o enorme valor econômico de suas operações de mineração de dados, por meio das quais coleta os dados de "curtidas" e "não curtidas" de seus usuários, que vende para aqueles que desejam anunciar em sua plataforma.¹²³ Deve-se lembrar que o Facebook tem atualmente 2,8 bilhões de usuários ativos por mês (a população mundial é de 7,8 bilhões).¹²⁴

Entre as recomendações recorrentes às plataformas está a recomendação de divulgar relatórios mensais sobre suas políticas e ações de combate à desinformação, incluindo iniciativas de promoção de conteúdo autorizadas por autoridades nacionais, dados sobre as medidas tomadas para divulgar informações junto a órgãos nacionais e internacionais, e o objetivo da transparência dessas iniciativas. Recomenda-se também que as plataformas divulguem os dados sobre as políticas de interação do usuário com desinformação. Outra recomendação é que divulguem relatos de casos comprovados de desinformação em sua plataforma, bem como de exclusão de contas de usuários. Recomenda-se que divulguem políticas destinadas a limitar a publicidade contendo desinformação em sites de terceiros, de modo a atrair receitas e dados publicitários.

O contexto mexicano e os desafios da implementação de ferramentas para limitar a desinformação

É importante considerar que, no contexto do México, existem múltiplas preocupações sobre a eficácia das políticas que podem ser implementadas para conter a desinformação e, acima de tudo, o crescente uso político das redes sociais em um contexto de crescente polarização social. Nesse ambiente, o comportamento do presidente López Obrador, que constantemente espalha mentiras através de suas entrevistas coletivas e ataca os meios de comunicação, complica ainda mais a possibilidade de delinear políticas eficazes para limitar a divulgação de informações políticas nas redes sociais que podem contribuir para a erosão da democracia jovem e frágil do México.

Por exemplo, o relatório do governo do presidente López Obrador apresentado em 1º de

¹²² James Waterson, "Facebook restricts campaigners' ability to check ads for political transparency," *The Guardian*, January 27, 2019. <https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/27/facebook-restricts-campaigners-ability-to-check-ads-for-political-transparency>

¹²³ Frenkel S., and Kan C., *An Ugly Truth: Inside Facebook's Battle for Domination*, (New York: Harper, 2021). Veja esta entrevista relacionada no PBS Newshour, "Is Facebook putting company over country? New book explores its role in misinformation," YouTube, July 22, 2021. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=37PdvmBcaSI>.

¹²⁴ John Naughton, "An Ugly Truth by Sheera Frenkel and Cecilia Kang review – Facebook's battle for domination," *The Guardian*, July 18, 2021. <https://www.theguardian.com/books/2021/jul/18/an-ugly-truth-inside-facebook-battle-for-domination-sheera-frenkel-cecilia-kang-review>.

setembro foi divulgado através de uma série de 13 anúncios na mídia nos quais ele declarou várias realizações de seu governo e usa informações questionáveis ou totalmente falsas. Animal Político e sua equipe chamada El Sabueso analisaram esses pontos. Em um desses locais, o presidente afirma que “60 por cento da população já foi vacinada”. El Sabueso @ElSabuesoAP afirma veementemente: “Falso. Segundo dados do Ministério da Saúde, até 27 de agosto, 57 milhões de pessoas tiveram acesso à vacina, mas apenas 32,8 milhões tiveram acesso à dosagem completa de vacinação, o que representa 36 por cento do total da população adulta”.¹²⁵

Além disso, uma empresa de consultoria de comunicação política, Spin Político, rastreou as declarações do presidente dadas durante suas coletivas de imprensa diárias. Ao longo de 1.005 dias de mandato, já realizou 684 conferências de imprensa com duração média de 108 minutos. Nesse período, o presidente fez 61.079 declarações falsas (89 em média por entrevista coletiva). Isso é duas vezes mais declarações falsas do que Trump fez durante sua administração, segundo o Washington Post, que documentou 30.573 declarações falsas por entrevista coletiva (uma média de 21 declarações erradas por dia).¹²⁶

Consistente com os repetidos ataques do presidente à mídia nacional e internacional, em 30 de junho ele anunciou em sua coletiva de imprensa um novo segmento chamado “*Quem é quem nas mentiras desta semana*”. Segundo o presidente, este é “o segmento dessas conferências destinadas a revelar as mentiras que se veiculam nos meios de comunicação convencionais e nas redes sociais, para haver cada vez mais informação sobre isto e para termos uma cidadania que é muito consciente e não passível de manipulação, e para prevalecer sempre a verdade, não a mentira... que haja jornalismo ético no jornalismo, na nobre profissão do jornalismo, que seja um imperativo ético e que assumamos a responsabilidade de respeitar as pessoas, que não podemos mentir impunemente.”¹²⁷

Cada vez que esse segmento começa, ele começa com o presidente prometendo que não estigmatizará jornalistas ou a mídia. No entanto, El Sabueso identificou pelo menos 25 ocasiões em que o presidente e o porta-voz do segmento usaram adjetivos como “hipócritas, sensacionalistas, preconceituosos, traidores, corruptos, mercantilistas, mentirosos” para se referir à imprensa. López Obrador desacreditou a imprensa nacional e internacional sob o argumento de que seus jornalistas são conservadores, que se beneficiaram dos governos neoliberais e que estão em campanha aberta contra seu governo.

Durante a elaboração deste relatório, ocorreu um incidente que ilustra os desafios de estabelecer políticas de controle da desinformação e a disseminação de mensagens que aumentam a polarização na sociedade mexicana, especialmente quando a fonte dessa desinformação é a

¹²⁵ Animal Político (@Pajaropolitico), “.@lopezobrador_ dará hoy su tercer informe de gobierno y para promocionarlo se difundieron 13 spots publicitarios,” Twitter, September 1, 2021. <https://twitter.com/Pajaropolitico/status/1433069113627267074>.

¹²⁶ “Trump's false or misleading claims-total 30573 over four years,” Washington Post, January 24, 2021. <https://www.washingtonpost.com/politics/2021/01/24/trumps-false-or-misleading-claims-total-30573-over-four-years/>.

¹²⁷ Pedro Villa y Caña and Alberto Morales, “AMLO presenta informe “Quién es quién en las mentiras de la semana”,” El Universal, June 30, 2021. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/amlo-presenta-informe-quien-es-quien-en-las-mentiras-de-la-semana>.

autoridade máxima do próprio país: a presidência.

Na quinta-feira, 2 de setembro, um dia após o relatório anual do governo do presidente, durante o segmento “Quem é quem”,¹²⁸ os jornalistas Leonardo Kourchenko e Carlos Loret foram descritos como sensacionalistas e preconceituosos; Kourchenko pelo artigo publicado no jornal *El Financiero* e Carlos Loret pelas opiniões sobre o seu programa de rádio, através do qual ambos questionaram o raciocínio que levou ao processo do ex-candidato presidencial do PAN Ricardo Anaya, acusado de ter recebido propina para votar a favor da reforma energética durante a gestão anterior. Isso é irônico quando comparado com a investigação dos irmãos do presidente, gravados recebendo grandes somas de dinheiro que teriam sido usadas para as campanhas políticas do MORENA.¹²⁹

O porta-voz de “Quem é quem” destacou que, tanto em relação ao artigo de Kourchenko quanto às opiniões de Loret, “ao invés de vermos um caso de justiça seletiva [referindo-se ao governo do presidente López Obrador], vemos um caso de jornalismo tendencioso e tablóide com o objetivo de criticar o governo.”

Na mesma conferência de imprensa, o porta-voz de “Quem é quem” referiu-se a um tweet divulgado a partir de uma conta que se fazia passar pelo jornal nacional *Excelsior*, e relatou a explosão de três tanques de gás da nova empresa nacional mexicana de gás, *Gás Bienestar*. A porta-voz ainda se deu ao trabalho de mostrar um vídeo anexado ao tweet mostrando uma explosão que aparentemente ocorreu no Oriente Médio. Após a exibição do tweet, das fotos e do vídeo, a porta-voz afirmou que esta notícia falsa foi distribuída de forma coordenada por uma série de contas verificadas que compartilhavam o mesmo endereço de e-mail vinculado à empresa “Tridente”, consultoria de comunicação composta por jornalistas. Ela chamou a atenção para Gabriela Warkentin, Sandra Romandia, Alejandro Rosas e outros jornalistas que replicaram a notícia falsa, cujo conteúdo “é um claro exemplo de uma guerra suja para desacreditar os esforços do governo mexicano para apoiar a economia doméstica com o fornecimento de gás a preços justos para famílias de baixa renda.”¹³⁰ O porta-voz acusou os citados jornalistas de fazerem parte de uma rede de conspiradores que tentam derrubar o governo López Obrador.

As redes de seguidores, trolls e bots a favor do presidente López Obrador passaram a perseguir, insultar, desacreditar e ameaçar os citados jornalistas. Dois dos desacreditados na coletiva de imprensa escreveram artigos rejeitando a acusação presidencial e condenando o linchamento público em consequência da declaração do porta-voz. Em seus editoriais, eles enfatizaram como ninguém, nem mesmo funcionários federais, procurou perguntar-lhes se eles teriam

¹²⁸O vídeo desta coletiva de imprensa está disponível em: <https://youtu.be/rnpJIYLcUu0?t=1190>

¹²⁹Os artigos questionam o duplo critério por parte das autoridades da Procuradoria-Geral da República nas investigações de supostos crimes de corrupção, dado que o caso contra Anaya se baseia exclusivamente na denúncia do ex-diretor da Pemex Emilio Lozoya, sem qualquer prova que sustente as denúncias. Enquanto isso, não houve progresso nas investigações contra os irmãos do Presidente López Obrador, filmados recebendo dinheiro em espécie que supostamente acabou indo para as campanhas políticas do MORENA. O presidente disse que os vídeos de seus irmãos fazem parte de uma trama e se tratava apenas de um acordo pessoal entre seus irmãos e aquele que lhe deu o dinheiro, um político de Chiapas ligado ao governo do estado na época e posteriormente um colaborador próximo do Presidente López Obrador.

¹³⁰A criação da estatal Gas Bienestar foi questionada por alguns quanto à sua capacidade de distribuir gás.

espalhado notícias falsas em suas redes de Twitter.¹³¹ Nas palavras de Warketin, “Alguma vez eles me ligaram para perguntar se isso era verdade? Para verificar as fontes? Não, eles apenas acusaram. Porque na intimidação que é Quem é Quem nas mentiras [desta semana], a vingança prevalece, não a metodologia.”

A apuração realizada por meios de comunicação como Animal Político com El Sabuseo e apoiada por diferentes organizações da sociedade civil começou durante a gestão anterior de Enrique Peña Nieto. Não pode ser descartado pelo atual governo como um ataque à sua atual administração. Além disso, essa verificação de fatos tem suas limitações em contextos de polarização porque o número de afirmações falsas do governo se multiplicou exponencialmente e é difícil ampliar a capacidade de verificação de fatos para uma escala semelhante à dos EUA ou da Europa.

A ideia de implementar mecanismos regulatórios pode aumentar a polarização observada nas redes sociais e pode ecoar os alertas de ataques à liberdade de expressão disfarçados como meios de proteger a opinião pública e prevenir a disseminação da desinformação. Além disso, a autorregulação das redes sociais, à luz das polêmicas acima mencionadas nos Estados Unidos, também é questionável porque não parece estar dando resultados que restrinjam com sucesso a disseminação de notícias falsas. Isso é particularmente preocupante, dado que o Facebook, sob o pretexto de proteger a privacidade das informações de seus usuários, está bloqueando terceiros que estão tentando verificar se as políticas do Facebook são realmente eficazes para lidar com a disseminação de desinformação e outras informações prejudiciais a sociedades democráticas.

É necessário promover esforços multidisciplinares que aprofundem a classificação das informações veiculadas nas redes sociais, para identificar claramente padrões de uso político das redes e mecanismos de republicação de propaganda para divulgação de notícias favoráveis ou críticas de autoridades. Essas mensagens, com notícias falsas e incorretas, estão contribuindo para a polarização ainda maior da discussão pública em redes sociais como o Twitter. Entender o impacto desse fenômeno na opinião pública é uma área fundamental de pesquisa que deve ser priorizada como parte de uma estratégia para conter a divulgação de notícias falsas e diminuir a polarização nas redes sociais.

Conclusões e Próximas Etapas

Embora este relatório não tenha encontrado evidências de influência de países estrangeiros, a onipresença das redes sociais permite a possibilidade de interferência de governos estrangeiros em questões de importância nacional. Isso é particularmente preocupante em um contexto de polarização crescente como o observado no México, que poderia ser alavancado por atores estrangeiros para contribuir ainda mais para tal polarização por meio da divulgação de conteúdo

¹³¹ Consultar Gabriela Warketin de la Mora, “Dejemos de reventar la conversación pública,” *El País*, September 5, 2021. Veja: <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/sandra-romandia/la-intachable-metodologia-del-quien-quien-de-amlo> and <https://elpais.com/mexico/2021-09-05/dejemos-de-reventar-la-conversacion-publica.html>

a favor ou contra atores políticos importantes. A intencionalidade deste tipo de campanha é decisiva para contribuir, por exemplo, para a desestabilização de um país, influenciando os seus eleitores ou polarizando as sociedades em todo o mundo.

Embora 130 tweets associados a informação incorreta-desinformação tenham sido detectados em uma amostra de 3.000 tweets analisados para entender a conversa sobre a COVID-19 no México, não houve evidências robustas de que esses tweets vieram das contas mais influentes da amostra analisada, ou que foram disseminados sistematicamente. No entanto, há evidências de polarização no Twitter em relação à forma como o governo está lidando com a pandemia. Existem duas facções identificáveis: contas que promovem mensagens em favor do governo federal e contas que veiculam críticas à atuação do governo federal nesse assunto.

A visualização das redes detectadas em uma amostra maior (20.036 tweets) permite identificar dois grandes grupos de interações: um girando em torno do Presidente López Obrador e outro associado ao caso do governador do estado do México, Alfredo del Mazo. Este último é consistente com análises anteriores que identificaram um padrão semelhante de contas operando em torno dessa figura política no Twitter.

Os resultados da pesquisa inicial confirmam ser necessário estabelecer um compromisso claro e multissetorial para preservar as redes sociais como um espaço de conversação pública, em vez de polarização e desinformação. Este artigo retrata a necessidade de integrar esforços coletivos e interdisciplinares para melhor compreender a intrincada dinâmica das redes sociais, especialmente quando se trata de eventos nacionais relevantes, como os exemplos retratados no relatório que incluem: COVID-19; o caso da vacina Sputnik V; e a dinâmica observada nos sentimentos difundidos no Twitter durante as eleições em Nuevo León.

No México, os recursos existentes para monitorar as redes sociais são atualmente insuficientes. A pesquisa e análise neutras, científicas e computacionais da conversa pública no Twitter com uma visão de longo prazo são limitadas. A disponibilidade de recursos financeiros e de capital humano é vital para gerar informações que permitam um diálogo intersectorial construtivo para a construção de melhores políticas públicas e transparência para os cidadãos.

Além disso, devido à falta de fronteiras no mundo digital, as campanhas em grande escala para disseminar conquistas ou criar polarização (intenções e emoções) requerem uma abordagem local, nacional e regional. O esforço regional realizado por meio deste projeto é um exemplo de um caminho a seguir. Embora os esforços colaborativos apresentem desafios significativos, é importante continuar este trabalho para gerenciar melhor o conhecimento e as ferramentas para detectar:

- Possível influência maliciosa de um país externo;
- A divulgação de notícias falsas;
- Campanhas artificiais para promover as realizações de um governo ou para atacar a oposição; e
- A propagação de um discurso polarizador resultando em radicalização e possível

violência.

Hoje temos mais perguntas do que respostas: qual é exatamente o modo de operação das campanhas que usam contas genéricas a favor ou contra um governo? Quem as coordena? Quanto custa para criar uma conta falsa? O número de contas artificiais deve ser reportado pelos partidos ou governos ao Instituto Nacional Eleitoral (INE)? E talvez a questão mais importante seja: qual é o futuro das campanhas direcionadas e da crescente polarização no contexto das democracias contemporâneas ou no cenário geopolítico internacional?

O que faremos se virmos uma escalada da polarização no México que pressagia um resultado violento? Como tornar o Twitter e outras redes sociais um espaço livre para a expressão de ideias e a construção de uma democracia participativa baseada em evidências, fatos, tolerância e respeito? Qual será o futuro das obrigações e responsabilidades das plataformas digitais como o Twitter no combate à desinformação, polarização e campanhas artificiais? Essas e outras questões precisam ser abordadas do ponto de vista de políticas públicas para fortalecer as democracias e garantir a liberdade de expressão.

Entre os muitos desafios a serem enfrentados em breve está a consolidação de algoritmos de verificação de conteúdo. Este, com grupos especializados e multidisciplinares como os que já operam no México, pode aprofundar de forma independente e competente os mecanismos de divulgação que estão contribuindo para a crescente polarização, desinformação e notícias falsas para responder a interesses políticos e/ou econômicos.

Chris Ball alerta que, em um ambiente de polarização, ambas as facções assumiram as rédeas da discussão nas redes sociais, o que minimiza as vozes dos usuários que não se identificam com nenhuma das facções (aqueles que consideram que em uma sociedade heterogênea há espaço para um amplo espectro de pensamento, e nem tudo o que existe é “preto” ou “branco”). A neutralidade, assim como o pensamento crítico e objetivo, são enfraquecidos em sociedades com um alto nível de polarização. Entender a dinâmica das redes sociais que está gerando resultados dessa natureza é fundamental para limitar as tensões sociais que podem prejudicar gravemente a democracia.

É necessário multiplicar e consolidar esforços no sentido de desenvolver observatórios permanentes de redes sociais com os recursos tecnológicos e as capacidades de capital humano especializado, bem como basear esses observatórios em evidências empíricas para oferecer oficinas práticas, seminários e consultorias que compartilhem ferramentas para a análise de redes sociais. Esses observatórios também podem aumentar a conscientização sobre os perigos da desinformação e da polarização e sobre o impacto negativo das conversas públicas na sociedade democrática. Dessa forma, monitorar a veracidade das redes sociais torna-se um empreendimento multissetorial e coletivo que pode ser fortalecido por esses observatórios de redes sociais. A criação deste tipo de instituição pode contribuir para a documentação e análise do comportamento empírico dos usuários, permitindo uma melhor compreensão dos efeitos de longo prazo da polarização em democracias relativamente jovens como o México.

Como acontece com todas as novas tecnologias, levará algum tempo para entender o efeito que as redes sociais têm em nossa sociedade. Do ponto de vista histórico, é importante não ser alarmista ou complacente quando surgem fenômenos atípicos nas redes sociais, e é preciso

promover o diálogo e o conhecimento para estar mais bem informado e agir de acordo com cenários de desinformação e polarização. Grande parte do medo que vem das redes sociais está relacionado ao invisível ou incompreensível. Como parte das contribuições deste relatório, mostramos a importância de visualizar as redes que atuam na divulgação de postagens no Twitter.

Em um esforço para compreender a dinâmica da disseminação de mensagens no Twitter sobre o tratamento da pandemia da COVID-19 no México, nossa pesquisa confirma a necessidade de promover uma abordagem de longo prazo para os esforços de educação continuada e alfabetização digital, bem como fortalecer a colaboração entre acadêmicos, verificadores de fatos independentes, jornalistas e organizações da sociedade civil para aprofundar a compreensão deste fenômeno. Uma maior colaboração também apoiará medidas que limitem a desinformação e a polarização que vem com ela.

Os apêndices A, B e C podem ser acessados em: <https://theglobalamericans.org/disinformation-appendices/>.

Universidad del Rosario - Colômbia

A Colômbia tem sido alvo de desinformação tanto da China quanto da Rússia. A estratégia do governo chinês baseia-se no uso do *sharp power* (definido a seguir), que retrata o país asiático de maneira positiva e como uma grande oportunidade aberta para parcerias em comércio, investimento e diplomacia, ao mesmo tempo em que apresenta seu modelo de desenvolvimento digno de emulação. Em termos de COVID-19, o governo chinês busca minimizar seu papel na pandemia como um ponto de origem e assumir sua posição como um parceiro prestativo e benevolente através de doações de recursos médicos e vacinas, enquanto lança vacinas ocidentais e esforços em uma luz negativa. Em contraste, a abordagem da Rússia é mais direta e focada em inflamar a agitação social, tentando debilitar a Colômbia por seu papel como aliada dos Estados Unidos e ator-chave na região.

Introdução e Estrutura Teórica

Hoje em dia, a preocupação com a desinformação tornou-se um fenômeno de destaque. Em vários campos, as estratégias de comunicação tornaram-se mais sofisticadas, assim como o desenvolvimento e a disseminação da desinformação. Conforme observado por Alice Marwick e Rebecca Lewis (2017, p. 3), “Aproveitando a oportunidade que a Internet apresenta para colaboração, comunicação e produção em pares, esses grupos [que geram desinformação] visam vulnerabilidades no ecossistema da mídia de notícias para aumentar a visibilidade e o público de suas mensagens”.¹³² A dinâmica da desinformação tem sido mais complexa a ponto de confundir a linha entre informações falsas e verificáveis, e envolve diferentes tipos de atores na disseminação e amplificação de mensagens.

Com base no ponto acima, Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017, pp. 5-6) classificam os tipos de mensagens que não se qualificam como verdadeiras.¹³³ Os autores descrevem três categorias principais: informação incorreta, referente à transmissão de informações falsas que não têm a intenção de causar danos; desinformação, descrevendo informações falsas com a intenção de causar danos; e uso indevido de informações, referindo-se ao uso de informações verdadeiras com a intenção de causar danos.

Além disso, Wardle e Derakhshan (2017) destacam um processo necessário no que chamam *desordem de informação*.¹³⁴ A primeira etapa desse processo é a criação da mensagem, que, como mencionado anteriormente, pode ter a intenção de causar danos ou não, podendo até ser verdadeira. A segunda etapa é a replicação da mensagem, que consiste em convertê-la em um produto de informação para transmissão pela mídia. Por fim, a mensagem é disseminada e se torna pública. Essas etapas descritas podem ser realizadas por diferentes atores, mas também é

¹³² Marwick, A., and Lewis, R. (2017). “Media Manipulation and Disinformation Online,” *Data & Society*, 3.

¹³³ Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder. Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Strasbourg: Council of Europe, 5-6.

¹³⁴ *Ibid.*

possível que um ator seja responsável por mais de uma dessas etapas. Uma última característica desse processo é o questionamento de como essas mensagens são recebidas. Em outras palavras, a mensagem recebida é igual à original ou é modificada ao longo do processo de transmissão?

O termo *sharp power* pretende abranger este novo fenômeno que muitas vezes é empregado por países autoritários com o objetivo de atrair, distrair e manipular públicos em países democráticos por meio de seus meios de comunicação, centros culturais e aprendizagem global de línguas (Walker, 2018).¹³⁵ O *sharp power* não cria apenas uma imagem positiva no nível internacional, ele também tem influência no nível nacional e pode criar divisão política e manipular o público, criando polêmica na sociedade ou com outros países. Essas interferências são conhecidas como operações de informação, que consistem na criação de campanhas de desinformação presumivelmente orquestradas por meios de comunicação filiados a esses países e que carecem de total transparência.

Muitos esforços de desinformação online vindos de Estados e outros atores não estatais foram caracterizados por “comportamento coordenado e não autêntico” (CIB), que pode abranger diferentes estágios do processo de desinformação (criação, produção e disseminação). Isso pode se referir a sites, contas de redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram, entre outros) de humanos ou bots que trabalham juntos para tentar influenciar ou manipular conversas online publicando ou reproduzindo estrategicamente mensagens premeditadas em momentos específicos (North, 2020; Howard & Bradshaw, 2019).¹³⁶

Embora sites e redes sociais façam parte da Internet, eles funcionam de forma diferente. Portanto, para identificar o CIB, é necessário focar a atenção em determinados elementos dependendo da natureza de cada plataforma. No Twitter, o comportamento inautêntico é visto por meio da interação do usuário com o conteúdo disponível. Isso é conhecido como manipulação de tráfego (“MDT”, usando sua sigla em espanhol), definida como uma tentativa de um grupo de usuários de gerar um grande fluxo de tráfego para um conteúdo específico na plataforma com um número desproporcionalmente grande de postagens. Em outras palavras, esse fenômeno gira em torno da desproporcionalidade, que se caracteriza por um nível de atividade que pode ser considerado inautêntico em comparação aos fluxos normais determinados pelo Twitter (Nimmo & Atlantic Council, 2019).¹³⁷

A MDT é gerada principalmente por tropas cibernéticas, ou seja, atores do governo e partidos políticos que manipulam a opinião pública online criando desinformação (Bradshaw & Howard, 2017).¹³⁸ No entanto, muitas tropas cibernéticas também são alimentadas pela

¹³⁵ Walker, C. (2018). What Is «Sharp Power»? *Journal of Democracy*, 29(3), 9-23. <https://doi.org/10.1353/jod.2018.0041>.

¹³⁶ Howard and Bradshaw (2019); North, S. (Sept. 19, 2020). Three Easy Ways to Spot Coordinated Inauthentic Behavior Online. North Cyber Research. <https://samanthanorth.com/three-easy-ways-to-spot-coordinated-inauthentic-behavior-online/>.

¹³⁷ Nimmo, B. & Atlantic Council. (2019). Measuring Traffic Manipulation on Twitter. Computational propaganda research project. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/measuring-traffic-manipulation-on-twitter/>.

¹³⁸ Bradshaw, S., & Howard, P. N. (Dec. 2017). *Troops, Trolls and Troublemakers: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford University Press.

participação de atores do setor privado e da sociedade civil, bem como subculturas da Internet, como grupos de jovens, hackers, grupos marginalizados, influenciadores e voluntários que apoiam uma causa ou ideologia (Howard & Bradshaw, 2019).¹³⁹ O Projeto de Propaganda Computacional da Universidade de Oxford (Howard & Bradshaw, 2019) criou uma classificação das tropas cibernéticas de acordo com sua composição: órgãos governamentais, líderes políticos e partidos, empreiteiros privados, cidadãos e influenciadores.¹⁴⁰ O projeto considera a falta de autenticidade dos usuários encarregados de disseminar a desinformação no debate público como uma estratégia essencial da MDT. North (2020) afirma que essa estratégia é realizada por contas falsas geridas por bots, humanos ou Cyborgs, de modo a manipular os níveis normais de tráfego nas redes sociais.¹⁴¹

Os **bots** podem ser definidos como contas altamente automatizadas projetadas para imitar o comportamento humano online (Ferrara, 2016).¹⁴² Seu objetivo é frequentemente posicionar hashtags nas listas de “Trending” ou silenciar ou intimidar os usuários. Em momentos de agitação política, eles podem ser usados para inundar as discussões online com conteúdo não relacionado. Alguns bots influenciadores parecem operar individualmente, obtendo impacto ao publicar grandes volumes de conteúdo diariamente.

Os **cyborgs**, em comparação com bots, operam em um grau inferior de automação, publicando comentários e respostas frequentes, fazendo com que seu comportamento pareça menos com o de uma máquina e mais humano. Essas contas automatizadas se comportam de forma semelhante aos bots que publicam grandes volumes de informações, muitas vezes 100 a 250 vezes por dia, e com uma alta proporção de retweets, normalmente variando de 75 a 90 por cento da quantidade total de tweets (Nimmo & Atlantic Council, 2019).¹⁴³

Contas falsas gerenciadas por humanos/orgânicos não usam automação e participam ativamente das redes sociais com uma persona, usando ferramentas como as do Twitter, incluindo comentários, envio de mensagens privadas e reação a comentários de terceiros. No entanto, eles operam com identidades falsas. Os “trolls” se enquadram nesta categoria sendo caracterizados por contas gerenciadas por um usuário real com uma identidade falsa, que participam ativamente de postagens provocativas (Jankowicz, 2020).¹⁴⁴

A combinação precisa de humanos, bots e cyborgs usada em cada operação pode variar. Entretanto, a maioria das campanhas tem o mesmo objetivo: gerar grandes volumes de postagens, criando uma falsa impressão de um movimento orgânico e em larga escala. Para fazer isso, os usuários do Twitter apresentam o seguinte comportamento:

- Cada conta tuita muitas postagens aprovadas pela plataforma (no máximo 2.400 por

¹³⁹ Howard and Bradshaw (2019).

¹⁴⁰ Ibid.

¹⁴¹ North (2020).

¹⁴² Ferrara, E. O. V. (July 1, 2016). The Rise of Social Bots. Communications of the ACM. <https://cacm.acm.org/magazines/2016/7/204021-the-rise-of-social-bots/fulltext>.

¹⁴³ Nimmo & Atlantic Council (2019).

¹⁴⁴ Jankowicz, N. (July 16, 2020) How to Lose the Information War. Australian Institute of International Affairs. <https://bit.ly/3qaQSsq>.

dia);

- Cada conta tuita um pequeno número de postagens e um grande número de retweets; e
- Um grande número de bots ou cyborgs retuitam postagens específicas.

O Projeto de Propaganda Computacional da Universidade de Oxford (Howard & Bradshaw, 2019) criou uma classificação de contas falsas usadas por tropas cibernéticas em todo o mundo.¹⁴⁵

- Para as tropas cibernéticas **chinesas**, o uso de bots e contas gerenciadas por humanos são fundamentais para sua estratégia de disseminação.
- A **Rússia** usa quatro tipos de contas: bots, humanos, cyborgs e contas hackeadas.
- As tropas cibernéticas **cubanas** são limitadas a bots.
- A **Venezuela** usa bots e contas gerenciadas por humanos.

Tabela 1. Tipos de contas falsas

País	Bots	Humanos	Cyborgs	Hackeado
China				
Rússia				
Cuba				
Venezuela				

Elaboração do autor com base no relatório de Bradshaw & Howard 2019, p.12.¹⁴⁶

O Projeto de Propaganda Computacional da Universidade de Oxford (Howard & Bradshaw, 2019) criou uma classificação das tropas cibernéticas de acordo com sua composição: órgãos governamentais, líderes políticos e partidos, empreiteiros privados, cidadãos e influenciadores.¹⁴⁷ Levando esta classificação em consideração, este projeto revela o seguinte:

- Tropas cibernéticas usadas por agências governamentais chinesas como o Ministério de Segurança Pública, o Escritório Nacional de Informações na Internet, o Ministério da Indústria e Tecnologia da Informação e o Partido Comunista. A atividade de tropas cibernéticas também foi detectada em organizações da sociedade civil e empreiteiros privados (Bradshaw & Howard, 2017);¹⁴⁸

¹⁴⁵ Howard and Bradshaw (2019).

¹⁴⁶ Howard and Bradshaw (2019), 12.

¹⁴⁷ Howard and Bradshaw (2019).

¹⁴⁸ Bradshaw and Howard (2017).

- Na Rússia, as tropas cibernéticas são usadas por órgãos governamentais como o GRU e o Kremlin, bem como por certas organizações da sociedade civil e empreiteiros privados;
- Em Cuba, o CIB é controlado por agências governamentais e organizações da sociedade civil; e
- Finalmente, os atores que lideram a manipulação de informações online na Venezuela incluem o Ministério da Comunicação, bem como empreiteiros privados e organizações da sociedade civil (Howard & Bradshaw, 2019).¹⁴⁹

Análise de Redes Sociais (ARS)

Uma análise de redes sociais foi realizada para caracterizar os usuários que reproduzem as informações veiculadas pelos veículos de comunicação incluídos neste estudo, no contexto de cada país. Foi realizada uma metodologia interdisciplinar para, de acordo com Linton Freeman (2004, p. 2),¹⁵⁰ focar nas relações entre os indivíduos (ou no contexto das ciências sociais, atores sociais) ao invés de analisar os indivíduos como casos isolados.

Nas ciências sociais, a abordagem estrutural que se baseia no estudo da interação entre os atores sociais é chamada de análise de redes sociais. Os relacionamentos que os analistas de redes sociais estudam são geralmente aqueles que ligam seres humanos individuais. Mas relações sociais importantes podem ligar indivíduos sociais que não são humanos, como formigas, abelhas, veados, girafas ou macacos. Ou eles podem ligar atores que não são indivíduos de nenhuma forma. Os analistas de rede costumam examinar os vínculos entre grupos ou organizações — mesmo entre Estados-nação ou alianças internacionais. A abordagem da rede social é baseada na noção intuitiva de que a padronização dos laços sociais nos quais os atores estão inseridos tem consequências importantes para esses atores. Os analistas de rede, então, procuram descobrir vários tipos de padrões. E tentam determinar as condições sob as quais esses padrões surgem e descobrir suas consequências.

Esta metodologia é aplicada para desenvolver análises a partir das conexões entre os atores e para identificar indivíduos, equipes e unidades que desempenham um papel central nos contextos em observação (Serrat, 2017).¹⁵¹ Existem programas que permitem a visualização de dados extraídos de várias redes e o posicionamento de atores em cada plataforma. Gephi é um software de código aberto utilizado como ferramenta para criar visualizações de grandes conjuntos de dados de redes sociais a fim de descobrir e revelar tendências entre essas conexões entre os atores (Bastian, 2009).¹⁵² Para entender essas representações gráficas, é essencial

¹⁴⁹ Howard and Bradshaw (2019).

¹⁵⁰ Linton Freeman (2004, p. 2).

¹⁵¹ Serrat, 2017.

¹⁵² Bastian, M., Heymann, S., Jacomy, M. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. AAAI Publications, Third International AAAI Conference on Weblogs and Social Media. <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/09/paper/view/154>

considerar os termos abaixo.

- *Vértices* são a representação gráfica dos atores da rede. Eles são representados como círculos ou pontos.
- *Arestas* são as linhas ou conexões entre os vértices (atores). Elas podem ser direcionadas (por entradas e saídas), unilaterais ou combinadas (duas vias) (Rodríguez-Rojas, 2020, p. 49).¹⁵³
- *Clusters* referem-se a aglomerações de vértices nas proximidades. *Boundary spanners* são vértices que conectam diferentes grupos na rede. (Brand & Gómez, 2006, p. 7).¹⁵⁴
- *Centralidade de degrau*: os pesquisadores de redes sociais medem a atividade de um vértice usando a *centralidade de grau* para identificar o número de conexões diretas com um vértice. Este número determina a importância do vértice no gráfico (Rodríguez-Rojas, 2020, p. 49).¹⁵⁵

Metodologia

Este estudo busca explicar as fases do processo de desinformação, enfocando os meios de comunicação de alcance internacional financiados pela China, Rússia, Venezuela e Cuba como parte de suas agendas de *sharp power*. O estudo analisa 86.615 postagens no Twitter publicadas em espanhol por nove agências de notícias entre 1º de setembro de 2019 e 30 de setembro de 2020. Por meio da análise dessas postagens, o estudo visa detectar comportamentos irregulares de usuários que conduzem a uma replicação desproporcional do conteúdo. 1.464 perfis foram revisados manualmente para relatar o processo de desinformação, incluindo a criação, produção e disseminação de mensagens. Esta pesquisa foi dividida em duas etapas:

- Etapa 01: (Relatórios 1 e 2) Identificação da estratégia de país de cada Estado, com seus temas centrais e principais postagens da mídia afiliada, a fim de explorar as duas primeiras fases do processo de desinformação: criação e produção de mensagens.
- Etapa 02: (Relatórios 3 e 4) Análise e observação dos usuários que replicam as postagens definidas na etapa 1, para abordar a última fase do processo de desinformação: a disseminação.

O primeiro relatório dá conta das etapas de criação e produção. Assim, foi identificada a estratégia de país para cada Estado e a partir daí foram traçados e analisados os temas centrais apresentados pelos governos dos países. Foram identificados temas particulares promovidos pelos governos por meio da agenda global de notícias, em linha com a lógica do *sharp power*. Em primeiro lugar, foi elaborada uma revisão da literatura de modo a identificar os temas

¹⁵³ Rodríguez-Rojas (2020, p. 49).

¹⁵⁴ Brand and Gómez (2006, p. 7).

¹⁵⁵ Rodríguez-Rojas (2020, p. 49).

predominantes abordados nos conteúdos utilizados pelos países em questão para distrair e manipular o público. A seguir, veremos postagens de veículos de notícias oficiais vinculados a governos.

Para a coleta de dados do Twitter, foram utilizadas duas ferramentas digitais: Karma Fanpage e Python. Karma Fanpage, uma página de marketing, foi usada para coletar tweets produzidos por veículos de comunicação afiliados aos países selecionados. O uso de Python facilitou a coleta, gerenciamento e organização de dados, e mais tarde foi usado para organizar dados do Karma Fanpage. A análise do texto foi então realizada através de um repositório de código aberto denominado ConTexto Library. Primeiramente, os textos foram limpos para regularizar todas as palavras e evitar erros gramaticais e de sintaxe. Palavras vazias, ou palavras irrelevantes que obscurecem termos-chave, foram eliminadas. Uma compilação existente de palavras listadas no repositório GitHub foi usada. Finalmente, nuvens de palavras foram geradas com base em dados previamente processados para apoiar uma análise relevante.

Como esperado, os resultados marcaram uma priorização quase absoluta das questões relativas à COVID-19. Por esse motivo, o código foi reprogramado em Python para ignorar tweets nos quais as palavras: "covid", "coronavirus", "pandemia", "isolamento" ou "confinamento" aparecem. Isso foi feito para rastrear temas que, embora não tenham a mesma importância que o vírus, continuam a ter um papel dominante na criação de mensagens por meios de comunicação filiados aos governos selecionados.

A pesquisa realizada com base na revisão da literatura possui as seguintes características:

- Delimitação temporal: o estudo foi realizado ao longo de treze meses, de 1º de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2020. Além de abordar informações sobre a COVID-19, diferentes questões que foram priorizadas antes da pandemia estão incluídas.
- Uma análise das contas do Twitter geridas por meios de comunicação internacionais de língua espanhola financiados pelos governos da China, Rússia, Venezuela e Cuba.

a. China: Xinhua e China Global Television Network (CGTN)

b. Rússia: Actualidad RT (e sua conta alternativa RT ÚltimaHora) e Mundo Sputnik

c. Venezuela: TeleSur

d. Cuba: Granma, Prensa Latina e Cubadebate

O segundo relatório continua analisando as etapas de criação e produção da desordem da informação, enfocando o exercício de *sharp power* na Colômbia pelos governos da China, Rússia, Cuba e Venezuela. Foi realizada uma revisão do estado da arte para interpretar a estratégia desenvolvida por esses países no contexto de questões relacionadas à Colômbia. Os temas prioritários foram então definidos com base na revisão da literatura. Posteriormente, uma análise quantitativa das postagens do Twitter — publicadas pelos meios de comunicação de 1º de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2020, e incluindo a palavra “Colômbia” — foi realizada para contrastar e corroborar os resultados com os achados da primeira etapa. As

mesmas ferramentas usadas para gerar descobertas no primeiro relatório (Karma Fanpage e Python) também foram usadas para o segundo relatório. Primeiramente, foram utilizadas as bases de dados em formato CSV obtidas no site Karma Fanpage. Desta vez, os dados excluíram postagens que não mencionam a palavra “Colômbia” e foi compilada uma lista de *hashtags* utilizadas pelos veículos de comunicação.

Para identificar as taxas de publicação, ou seja, os picos e quedas do número de tweets publicados pelos meios de comunicação estudados, foi criada uma linha do tempo para mapear o número total de tweets publicados a cada mês. Considerando os picos, uma revisão do banco de dados foi conduzida para selecionar as postagens relevantes para os tópicos prioritários e foram geradas durante um período de atividade intensificada. Os tweets mais relevantes foram selecionados com base nos picos e no maior número de retweets. Para analisar essas informações, foi realizada uma revisão das bases de dados CSV produzidas pelo Karma FanPage, visto que permitiu aos pesquisadores localizar facilmente os tweets. No entanto, esse banco de dados carece das informações detalhadas de cada tweet, pois mostra apenas o número de retweets e comentários, e não inclui o número de interações.

Por fim, foram escolhidos 118 casos entre 86.615 tweets baixados, com base nos três critérios de seleção anteriores — temas de interesse do poder nítido de cada Estado, picos de postagens em veículos afiliados e maior número de retweets. Foi realizada uma análise para identificar os alegados fenômenos de desinformação na Colômbia. Com esse objetivo em mente, foi feita uma revisão das postagens que abordavam temas prioritários gerados pelos veículos de comunicação durante os picos de atividade. Uma parte dos tweets selecionados foi identificada e representada de acordo com sua magnitude durante os picos mais pronunciados. Foram selecionados 20 tweets por país, 10 contendo cobertura de notícias gerais e 10 referenciando a Colômbia, totalizando 80 tweets. Ressalta-se que as questões relacionadas à COVID-19 se limitaram aos relatórios 2 e 4. Outros 39 tweets foram baixados para o quarto e último relatório, que prioriza a busca de postagens cobrindo a pandemia e a Colômbia para analisar a cobertura do assunto em questão por meios de comunicação selecionados que tratam da Colômbia.

Segundo Estágio

Na segunda etapa, os pesquisadores realizaram uma análise do comportamento inautêntico coordenado com foco na manipulação do tráfego do Twitter para usuários que interagem com os tweets referentes à Colômbia, COVID-19 e tópicos gerais. Era preciso identificar e caracterizar como e quais contas de usuários reproduzem e divulgam postagens de veículos de comunicação filiados aos Estados sob escrutínio. Isso exigiu três fases sequenciais: a revisão da literatura, a análise da rede e a caracterização do usuário. Na primeira fase, foi desenvolvido um glossário para definir os conceitos comumente utilizados no processo de desinformação, tais como: comportamento inautêntico coordenado, tropas cibernéticas, manipulação de tráfego, bots, cyborgs e humanos. Além disso, a metodologia de análise de redes sociais (ARS) foi escolhida para facilitar a visualização das conexões entre os usuários.

É importante mencionar que os metadados dos tweets que mencionam temas gerais e “Colômbia” foram fornecidos pelo TEC de Monterrey (TEC), enquanto os metadados dos

tweets que mencionam COVID-19 foram baixados por uma biblioteca de código aberto também fornecida pelo TEC. A partir dessa coleta de dados, optou-se pela metodologia ARS, que facilitou a visualização das conexões entre os usuários. O software de código aberto Gephi foi utilizado para a visualização dos dados. Este programa permitiu mapear as relações entre os diferentes tipos de usuários (mídias afiliadas e as contas que reproduzem suas informações) com base exclusivamente nos estudos de caso do período de 1º de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2020, selecionados e sistematizados no segundo relatório. A análise foi focada em interações como retweets e curtidas, dado que essas foram as interações mais numerosas e nos permitiram demonstrar o CIB e as tropas cibernéticas. Para visualizar os dados no Gephi, foi necessário organizar os dados em um documento CSV. No total, nove gráficos foram criados para incluir as seguintes informações:

- Gráfico 1: China, Colômbia (CGTN em espanhol e Xinhua em espanhol. Vértices: 374)
- Gráfico 2: Rússia, Colômbia (Actualidad RT e Sputnik. Vértices: 23.505)
- Gráfico 3: Venezuela e Cuba, Colômbia (TeleSur, Granma Digital, Cubadebate e Prensa Latina. Vértices: 5118)
- Gráfico 4: Geral (Incluso todos os veículos de comunicação mencionados. Vértices: 50.654)
- Gráfico 5: COVID-19, Colômbia (Incluso todos os veículos de comunicação mencionados. Vértices: 16.171)
- Gráfico 6: China, geral (CGTN em espanhol e Xinhua em espanhol. Vértices: 568)
- Gráfico 7: Rússia, geral (Actualidad RT e Sputnik. Vértices: 55.716)
- Gráfico 8: Venezuela e Cuba, Geral (TeleSur, Granma Digital, Cubadebate e Prensa Latina. Vértices: 11.933)
- Gráfico 9: Geral (Incluso todos os veículos de comunicação mencionados. Vértices: 68218)

A análise proveniente de cada uma dessas visualizações incluiu propriedades ARS incluindo vértices, arestas, clusters, grau de centralidade e *boundary spanners*. Por fim, foi realizado um processo de identificação e seleção dos usuários mais representativos em cada gráfico; os selecionados tiveram maior pontuação e maior número de interações segundo Gephi. *Boundary spanners*, ou usuários conectados aos meios de comunicação de acordo com suas interações demonstradas no gráfico, foram identificados manualmente. Os critérios manuais permitiram observar quando os usuários estavam conectados a dois, três ou até quatro veículos de comunicação.

Uma vez selecionados os usuários mais importantes, eles foram avaliados através de dois aplicativos de aprendizado de máquina, de modo a evitar vieses e realizar a triangulação com os dados em observação. Vale ressaltar que a revisão dessas contas foi realizada no período de 1º de abril a 15 de abril de 2021, e há alterações diárias nos dados conforme o comportamento

do usuário.

Primeiro, usamos o Botometer (<https://botometer.osome.iu.edu>) para classificar as contas do Twitter como prováveis bots ou humanos, analisando seus últimos 200 tweets, que a API do Twitter permite. As diferentes características do perfil identificadas pelo Botometer foram consideradas na descrição das contas. Esses elementos incluem 1. classificação geral; 2. ano de criação da conta; 3. número de seguidores; 4. o número de listas às quais a conta pertence; 5. número de dias com postagens; e 6. o número de tweets por semana (ver Tabela 1: Critérios de identificação).

Em segundo lugar, a ferramenta Pegabot (<https://pegabot.com.br>) também foi usada para classificar contas do Twitter como prováveis bots ou humanos, analisando seus últimos 200 tweets conforme a API. Dois critérios foram escolhidos para complementar as informações sobre as interações do usuário, respostas e retweets, além da pontuação da conta (ver Tabela 1: Critérios de identificação). Por fim, para complementar a análise, foram selecionados manualmente os seguintes critérios para identificação e ampliação do seu comportamento, a saber: 1. Verificação, 2. Nome, 3. Localização, 4. Foto da biografia, 5. Foto do perfil, 6. O tópico da publicação e 6. Profissão.

Tabela 1. Critérios de identificação

Botometer https://botometer.osome.iu.edu		- Pegabot - https://pegabot.com.br		Critérios Manuais	
Bot %	Pontuação do Botometer (Mais de 2,9, provavelmente bot) (Abaixo de 2,9, provavelmente humano)	Bot %	Pontuação Pegabot (Mais de 50 por cento, provavelmente bot) (Menos de 49 por cento, provavelmente humano)	V	Verificado Não verificado
				Localização	Localização geográfica dos usuários
Ano	Contas criadas desde 2009	R	Número de respostas Apenas os últimos 200 tweets foram revisados conforme o regulamento da API	Nome	Características do nome
Total T	Total de tweets desde sua criação			Foto da Biografia	Descrição geral da foto da biografia
Seguidores	Número total de seguidores no momento da revisão	RT	Número de retweets Apenas os últimos 200 tweets foram revisados conforme o regulamento da API	Foto do Perfil	Descrição geral da foto do perfil
Lista	O número de listas às quais a conta pertence, não o número de listas criadas pelo usuário.				
# D P	O número de dias com postagens. O número de dias (até 7) em que o usuário tweetou suas últimas 200 postagens.				
TPS	O número de tweets por semana.				

Por fim, para identificar e caracterizar o comportamento das tropas cibernéticas, os usuários foram observados para determinar se eram alegados cyborgs, usuários altamente suspeitos ou usuários suspeitos com base nos seguintes critérios:

Supostos cyborgs

Segundo o trabalho de Ben Nimmo como parte do Projeto de Propaganda Computacional da Universidade de Oxford e do Atlantic Council (2019),¹⁵⁶ contas de cyborgs são aquelas cujas interações combinam automação com operação humana sendo caracterizadas por:

- Alto volume de postagens. Eles postam cerca de 100 a 250 vezes por dia, o que significa entre 700 a 750 postagens semanais, incluindo tweets, retweets e respostas.
- As postagens incluem uma alta porcentagem de retweets (normalmente mais de 75 por cento de suas postagens são retweets).

Usuários altamente suspeitos

Essa categorização também foi desenvolvida por Ben Nimmo do Atlantic Council DRFLab (2016),¹⁵⁷ que classifica usuários altamente suspeitos nas redes sociais com as seguintes características:

- Grande volume de postagens, até 72 vezes por dia, totalizando até 504 postagens semanais entre tweets, retweets e respostas.
- As postagens incluem uma alta porcentagem de retweets.
- Costumam ser contas anônimas, ou seja, suas fotos de perfil e biografias não mostram o rosto, mas sim outras informações visuais que não permitem que sua identidade seja revelada.

¹⁵⁶ Nimmo, B. & Atlantic Council. (2019). Measuring Traffic Manipulation on Twitter. Computational propaganda research project. <https://demtech.oii.ox.ac.uk/research/posts/measuring-traffic-manipulation-on-twitter/>.

¹⁵⁷ Nimmo, B. (Dec. 23, 2016). Human, Bot or Cyborg? Three clues that can tell you if a Twitter user is fake. Atlantic Council. Available at: Human, Bot or Cyborg?. Three clues that can tell you if a... | by @DFRLab | Medium.

Usuários suspeitos

Esta classificação foi desenvolvida isoladamente, considerando as sugestões de Ben Nimmo (2016) e a automação de redes sociais oferecidas por empresas de Buffer que configuram contas de usuários para publicação automática.¹⁵⁸ Usuários suspeitos têm as seguintes características:

- Grande volume de postagens, mais de 14 vezes por dia, ou mais de 98 postagens por semana.
- As postagens incluem uma alta porcentagem de retweets (normalmente mais de 75 por cento de suas postagens são retweets).
- Costumam ser contas anônimas, ou seja, suas fotos de perfil e biografias não mostram o rosto, mas sim outras informações visuais que não permitem que sua identidade seja revelada.
- Os tópicos das postagens tendem a ser exclusivamente políticos.

Tabela 2. Resumo da metodologia do relatório

Primeira fase: Estratégia do país — análise do processo de desinformação (criação e produção)					
Relatório 1			Relatório 2		
Passos	Objetivo	Identificar a estratégia de país dos Estados sob escrutínio	Passos	Objetivo	Identificar a estratégia de país dos Estados sob escrutínio na Colômbia
S01	Revisão da literatura	<i>Sharp Power</i> (Walker, 2018) ¹⁵⁹ Desinformação (Wardle, 2019) ¹⁶⁰	S01	Revisão da literatura na Colômbia	<i>Sharp Power</i> (Walker, 2018) ¹⁶¹ Disinformation (Wardle, 2019) ¹⁶²
S02	Identificação e seleção de meios de comunicação internacionais financiados por Estados (GEC, 2020)	Rede social Twitter (espanhol) China (2), Rússia (3), Venezuela (1), Cuba (2)	S02	Identificação de tópicos através de comunicação	Nuvens de palavras e hashtags 2. Colômbia 3. COVID-19

¹⁵⁸ Ibid.

¹⁵⁹ Walker (2018).

¹⁶⁰ Wardle, C. (December 10, 2017). Fake news. It's complicated. - First Draft Footnotes. Medium. Available at: <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>.

¹⁶¹ Walker (2018).

¹⁶² Wardle (2017).

S03	Delimitação temporal	13 meses (1º de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2020)	S03	Identificação de taxas de publicação	Gráficos de picos de publicação
S04	Distinção analítica	1. Geral 2. Colômbia 3. Covid	S04	Seleção de estudos de caso (lógica)	40 geral (40 downloads) 40 Colômbia (39 downloads)
S05	Baixar Tweet	Karma FanPage / Python - Total: 130.711	S05	Downloads de tweets	Ferramenta de download (TEC)
S06	Identificação de tópicos através de comunicação	Nuvens de palavras e hashtags	S06	Identificação de tópicos através de comunicação	Nuvens de palavras e hashtags
Segunda etapa: usuários - análise do processo de desinformação (disseminação)					
Relatório 3			Relatório 4		
Passos	Objetivo	Identificação de tropas cibernéticas, geral	Passos	Objetivo	Identificação de tropas cibernéticas, Colômbia e COVID-19
S01	Revisão da literatura	Transtorno de Informação (Wardle, 2019) ¹⁶³ Tropas cibernéticas (Bradshaw & Howard, 2019) ¹⁶⁴ Manipulação/Coordenação no Twitter (Nimmo, 2019) ¹⁶⁵	S01	Revisão da literatura	Transtorno de Informação (Wardle, 2019) ¹⁶⁶ Tropas cibernéticas (Bradshaw & Howard, 2019) ¹⁶⁷ Manipulação/Coordenação no Twitter (Nimmo, 2019) ¹⁶⁸
S02	Identificação de usuários	Usuários com comportamento inautêntico	S02	Seleção de estudos de caso (Picos-Mensal-Retweets)	Seleção de casos sobre a COVID-19.
S03	Criação de gráficos	Análise de Redes Sociais (ARS)	S03	Identificação de usuários	Usuários com comportamento inautêntico

¹⁶³ Wardle and Derakshan (2017).

¹⁶⁴ Bradshaw and Howard (2019).

¹⁶⁵ Nimmo & Atlantic Council (2019).

¹⁶⁶ Wardle and Derakshan (2017).

¹⁶⁷ Bradshaw and Howard (2019).

¹⁶⁸ Nimmo & Atlantic Council (2019).

		Redes de usuários (Gephi)			
S04	Classificação do usuário	Cyborgs - Usuários altamente suspeitos - Usuários suspeitos	S04	Criação de gráficos	Análise de Redes Sociais (ARS) Redes de usuários (Gephi)
S05	Localização geográfica dos usuários		S05	Classificação do usuário	Cyborgs - Usuários altamente suspeitos - Usuários suspeitos
S06			S06	Localização geográfica dos usuários	

Suposições (com base na literatura)

Estados como Cuba, China, Rússia e Venezuela promovem a desinformação em todo o mundo através de seus afiliados à mídia. Limitadas por sua estratégia, as atividades de desinformação de cada Estado refletem interesses particulares. Nesse sentido, embora uma linha de estilo rígido possa ser reconhecida na mensagem, essa linha terá nuances específicas dependendo do país onde a mensagem se destina a ser disseminada. Embora a Colômbia não pareça ser um país prioritário para essas atividades de desinformação, os Estados mencionados mantêm um discurso particular nos postos que chegam ao país. No caso único da Rússia, a Colômbia é um vértice relevante. Moscou tem um interesse particular em usar as conjunturas colombianas para deslegitimar as correntes políticas dos Estados Unidos e minar as instituições liberais, distanciando Bogotá de Washington.

Resultados: Colômbia e COVID-19

China

Estratégia de País


No contexto particular da América Latina, a estratégia chinesa é baseada no *sharp power* e é consistente com seus objetivos globais. O interesse da China em limpar a imagem do Partido Comunista e promover uma Pequim que seja ao mesmo tempo respeitosa e apoiadora da ordem mundial liberal é mantido através de seus esforços na região. A China gerou confiança na região ao se posicionar como benfeitora dos países menos desenvolvidos. Nesse sentido, embora não

desafie as estruturas econômicas que surgiram após o Acordo de Bretton Woods de meados do século XX, destaca as falhas que pretende ajudar a resolver. José Ignacio Martínez (2013, p. 9)¹⁶⁹ explica:

O sistema internacional que surge após a Conferência de Bretton Woods [...] é constituído pelo interesse hegemônico dos Estados Unidos, que utilizou a superestrutura para se consolidar como a potência máxima. Esta é a principal crítica que a China faz ao atual regime internacional e manifesta, principalmente após a crise financeira de 2008, que as regras emanadas da Segunda Guerra Mundial deveriam ser modificadas.

Com isso, a China vem conquistando seu lugar como aliada dos países menos desenvolvidos. Parte desse esforço tem sido estruturar relações econômicas sem condições baseadas em valores, como faz o Ocidente. Pequim facilitou as interações comerciais sem requisitos políticos e sociais, como respeito pelos direitos humanos, democracia, boa governança etc. Por outro lado, apresenta-se como a grande potência ascendente, pronta para ajudar no crescimento dos países em atraso (Zhao, 2015, p. 38),¹⁷⁰ o que é marcante para os países do terceiro mundo em geral e, em particular, para os da América latina.

Meios de Comunicação Afiliados ao Governo

	<p>China Global Television Network (CGTN), anteriormente conhecida como parte da CCTV, foi lançada em 31 de dezembro de 2016 como um grupo de mídia multiplataforma (televisão e redes sociais) em diferentes idiomas, incluindo o espanhol (Peilei & Albornoz, 2018).¹⁷¹ De acordo com Sun (2018),¹⁷² este meio de comunicação afiliado ao governo busca informar e/ou contar ao mundo a partir da perspectiva chinesa, bem como se posicionar como um meio de comunicação mundialmente reconhecido.</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @cgtnespanol - Criado em 5 de agosto de 2016 - Total de tweets: 48.768 - Seguidores: 593.209
<p>Link</p>	<p>CGTN en Español (@cgtnespanol) / Twitter</p>

¹⁶⁹ José Ignacio Martínez (2013, p. 9).

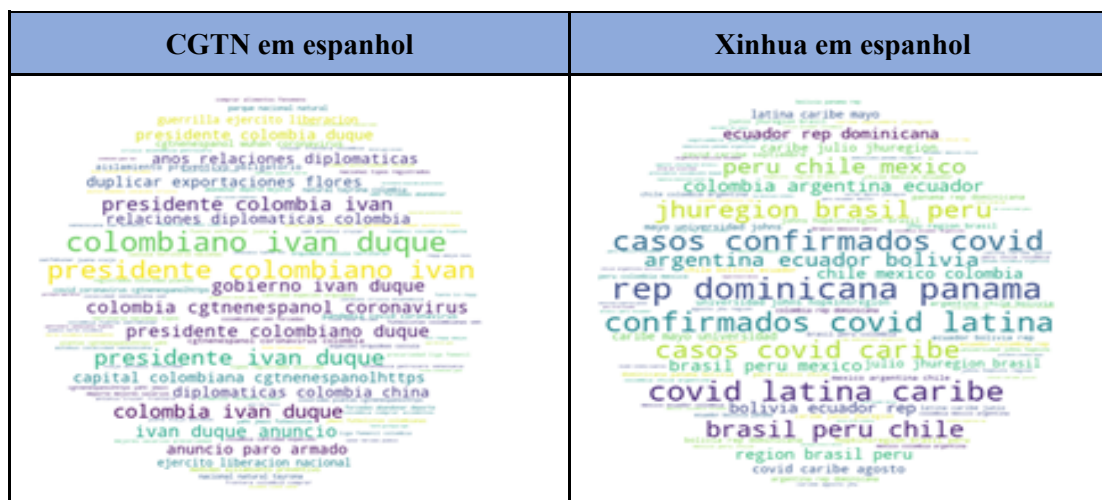
¹⁷⁰ Zhao, S. (2015). The China model: an authoritarian state-led modernization. En C. Freeman, Handbook on China and Developing Countries (pp. 21-50).

¹⁷¹ Peilei and Albornoz (2018).

¹⁷² Sun L. (2018) Developments and New Approaches of Internationalizing China's Media: A Case Study of China Global Television Network (CGTN) in Witness Perspective. Global Media Journal. <https://bit.ly/35XfL31>.

 <p>China Xinhua Español ✓ 93.9K Tweets</p> <p>China Xinhua Español ✓ @XHespanol Medios afiliados al gobierno, China</p> <p>Cuenta oficial en español de la Agencia de Noticias Xinhua Translate bio</p> <p>北京, 中华人民共和国 spanish.xinhuanet.com Joined July 2012</p> <p>22 Following 116.9K Followers</p>	<p>Desde a sua criação em 1937, a Xinhua tornou-se a figura mais significativa para a geração de informações na China. Este meio de comunicação é uma instituição governamental que dá o tom para outras mídias. O Partido Comunista decidiu exercer sua influência por meio da Xinhua. A Xinhua depende do Estado e é administrada inteiramente pelo governo e pelo Partido Comunista (Príncipe, 2010).¹⁷³ Em fevereiro e julho de 2012, a Xinhua criou uma conta em inglês (@XHnews) e outra em espanhol (@XHespanol) para expandir sua influência por meio da publicação diária de conteúdo informativo.</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @XHespanol - Criado: 28 de julho de 2012 - Total de tweets: 93.960 - Seguidores: 593.209
<p>Link</p>	<p>China Xinhua Español (@XHespanol) / Twitter</p>

Quais são os tópicos mais publicados sobre a Colômbia?

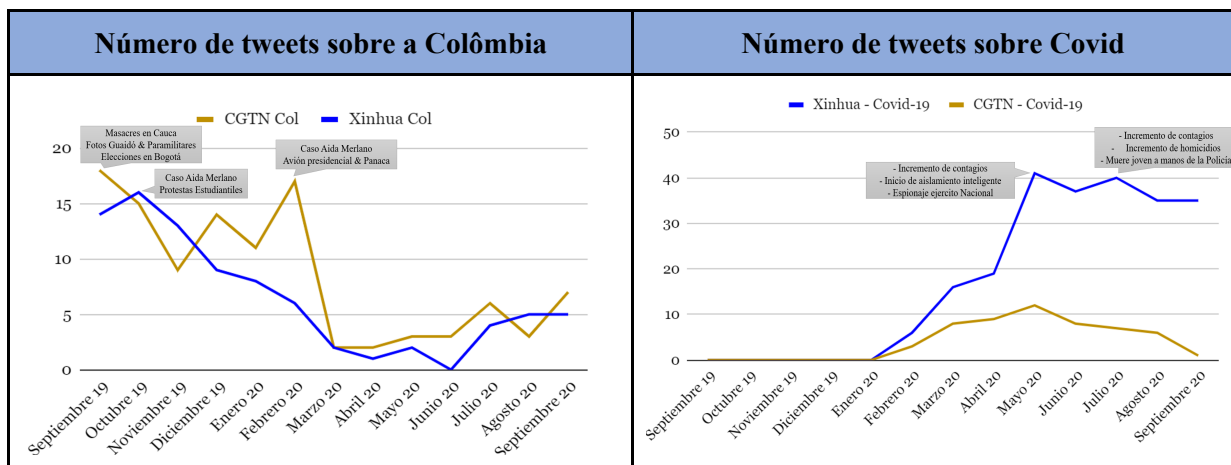


De 1º de setembro de 2019 a 30 de setembro de 2020, os meios de comunicação afiliados ao governo do Partido Comunista Chinês diferem significativamente quando se trata de abordar a

¹⁷³ Príncipe Hermoso, S., Real Rodriguez, E., & Aguidez Calvo, P. (2010). The Chinese media structure in the context of globalization: between the market perspective and mechanisms to protect the system. Complutense University of Madrid, 153. <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/view/HICS1010110149A>.

Colômbia. Por um lado, a Xinhua deu prioridade à COVID-19, destacando principalmente o número de infecções na América Latina. Por outro lado, a CGTN abordou a pandemia em menor grau, e simultaneamente fez inúmeras menções ao presidente Ivan Duque, e usou hashtags e palavras como "café", "economia chinesa", "cultura chinesa" e "relações diplomáticas".

Em que meses teve o maior número de postagens da CGNT e da Xinhua sobre a Colômbia?



Para a Xinhua em espanhol, os picos mais pronunciados foram durante maio e julho de 2020, quando cobriu o tópico Covid na Colômbia. Curiosamente, é observada uma diminuição no volume de postagens com cobertura geral da Colômbia, caindo de mais de 15 para 5, e chegando a 0 em junho. Além de mostrar uma cobertura bastante limitada da Colômbia, isso confirma que a maior parte do conteúdo da Xinhua foi focada na pandemia. Ao gerar cobertura sobre a Covid, a maioria dos tweets informa os usuários sobre o número de casos na América Latina com base em dados fornecidos pela Johns Hopkins University (JHU), enquanto um conjunto menor de postagens aborda a gestão da pandemia pelo governo colombiano e as solicitações, e problemas dos setores da saúde e da economia. Finalmente, o impacto das postagens da Xinhua não é muito alto; isso é visto no número de interações que os usuários têm com seu conteúdo. Por exemplo, dentro do período de análise, o tweet que teve mais interação obteve no máximo 367 retweets e 60 comentários.

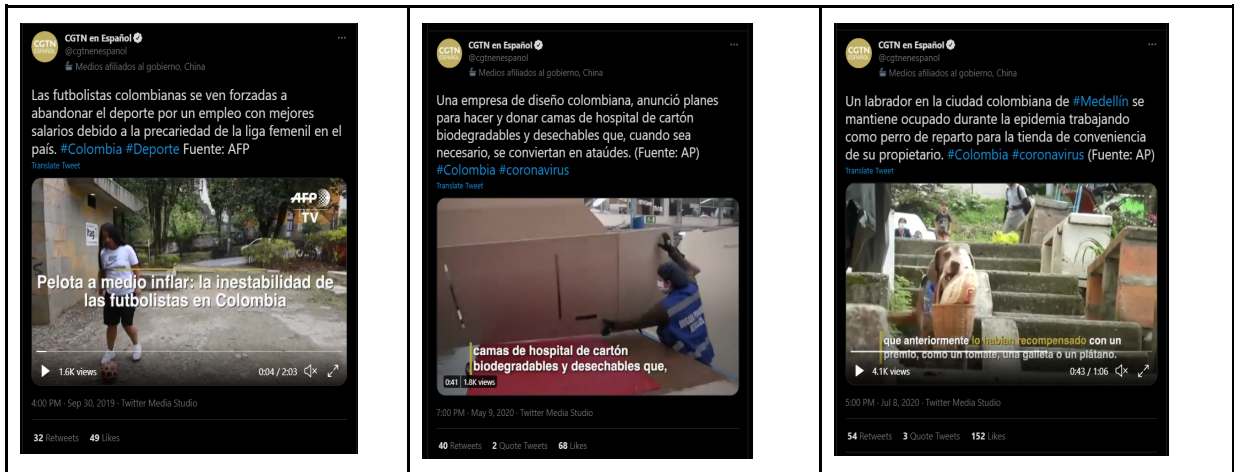
Em comparação, a cobertura da CGTN da pandemia é significativamente menor em comparação com a da Xinhua. Seu pico mais alto foi em maio de 2020, durante o qual atingiu 10 tweets ao longo do mês. Esses tweets referiam-se a um empreendimento colombiano de fabricação de caixões descartáveis para atender às mortes devido à pandemia. No entanto, sua cobertura de tópicos gerais é semelhante à da Xinhua, exceto pelos picos entre dezembro de 2019 e fevereiro de 2020, durante os quais questões econômicas, esportivas, políticas e militares foram discutidas. Essas questões incluíram: o congresso mundial do abacate; o sucesso dos empreendimentos decorrentes do acordo de paz; notícias sobre ciclistas colombianos no exterior; a luta contra o narcotráfico; os 40 anos de relações diplomáticas entre os dois países; e a participação do governo colombiano em reuniões multilaterais, bem como em algumas postagens sobre os avanços tecnológicos da China. As informações sobre o coronavírus foram apresentadas através de lentes comunitárias e institucionais. O conteúdo centrado na comunidade destacou notícias relevantes sobre a diáspora asiática na Colômbia, incluindo postagens sobre empresas, cidadãos e organizações da sociedade civil na Colômbia

que enviaram suprimentos médicos para apoiar seu país de origem. O conteúdo centrado na instituição incluiu uma entrevista anunciando a nomeação do novo embaixador chinês na Colômbia, Lan Hu, bem como postagens sobre como a Colômbia pode ajudar outros países da região a detectar Covid, mas também como precisa se concentrar primeiro para conseguir à frente.

É importante mencionar que o conteúdo (vídeos) de algumas dessas postagens da CGTN não foi elaborado pelo veículo, mas sim pela mídia independente AP-Associated Press. A CGTN também recorreu à reprodução das estatísticas da Universidade Johns Hopkins (JHU) sobre a pandemia e apontou os problemas sociais e médicos que surgiram quando o presidente Ivan Duque declarou a quarentena nacional. Por fim, a CGTN tem menos interações em comparação com a Xinhua; seu conteúdo mais interativo publicado durante o período de análise atingiu no máximo 55 retweets e apenas 10 comentários.

Quais foram as postagens de “estudo de caso” mais retuitadas sobre Colômbia ou Covid na Colômbia?

Maio de 2020	Julho de 2020	Julho de 2020
 <p>China Xinhua Español @XHespanol Medios afiliados al gobierno, China</p> <p>Casos confirmados de #COVID19 en A. Latina y el Caribe a las 04:00 GMT del 14 de mayo: Universidad Johns Hopkins Región: 423.188 Brasil: 190.137 Perú: 76.306 México: 38.324 Chile: 34.381 Ecuador: 30.486 Colombia: 12.930 Rep. Dominicana: 11.196 Panamá: 8.944 Argentina: 6.879</p> <p>12:26 AM · May 14, 2020 · app-xinhua-news-espanol</p> <p>40 Retweets 2 Quote Tweets 43 Likes</p>	 <p>China Xinhua Español @XHespanol Medios afiliados al gobierno, China</p> <p>#VIDEO Catorce gremios médicos de #Colombia piden al presidente @IvanDuque y a la administración de la alcaldesa @ClaudiaLopez, decretar una cuarentena total de dos semanas en Bogotá, tras el vertiginoso aumento de contagios de #COVID19. ¿Qué opinas?</p> <p>9:30 AM · Jul 18, 2020 · Twitter Media Studio</p> <p>33 Retweets 1 Quote Tweet 18 Likes</p>	 <p>China Xinhua Español @XHespanol Medios afiliados al gobierno, China</p> <p>Casos confirmados de #COVID19 en A. Latina y el Caribe a las 04:00 GMT del 20 de mayo: Universidad Johns Hopkins Región: 576.369 Brasil: 271.885 Perú: 99.483 México: 54.346 Chile: 49.579 Ecuador: 34.151 Colombia: 16.935 Rep. Dominicana: 13.223 Panamá: 9.867 Argentina: 8.809</p> <p>12:06 AM · May 20, 2020 · app-xinhua-news-espanol</p> <p>35 Retweets 10 Likes</p>
Setembro de 2019	Maio de 2020	Julho de 2020



Como são as interações do usuário nesses estudos de caso?

Este gráfico visualiza a rede chinesa na Colômbia e é composto por 374 perfis - vértices. Ao observar o comportamento dos usuários que mais interagiram (retweets e comentários) com o conteúdo da mídia chinesa sobre a Colômbia, forma-se um gráfico polarizado. Existe apenas um usuário que atua como o *boundary spanner*. Este usuário é: @OJOVENE

Quem são os usuários que divulgam o conteúdo da mídia chinesa e onde estão

localizados?

Um total de 184 usuários que disseminam conteúdo da mídia chinesa sobre a Colômbia foram revisados manualmente. Devido ao seu comportamento desproporcional, 19 contas foram classificadas como supostos cyborgs. Essas contas tiveram taxas de publicação muito altas, variando de 750 a 3.800 semanais (TPS), e tiveram um alto percentual de retweets (R-RT). Esses supostos cyborgs estão localizados¹⁷⁴ em: Venezuela (6), Argentina (3), Colômbia (2), Uruguai (2), Chile, México, El Salvador e Brasil, entre outros (1). Além disso, três perfis localizados na Venezuela (2) e no México (1) foram classificados como **usuários altamente suspeitos**, pois tinham 620 a 680 postagens semanais e uma alta porcentagem de retweets.

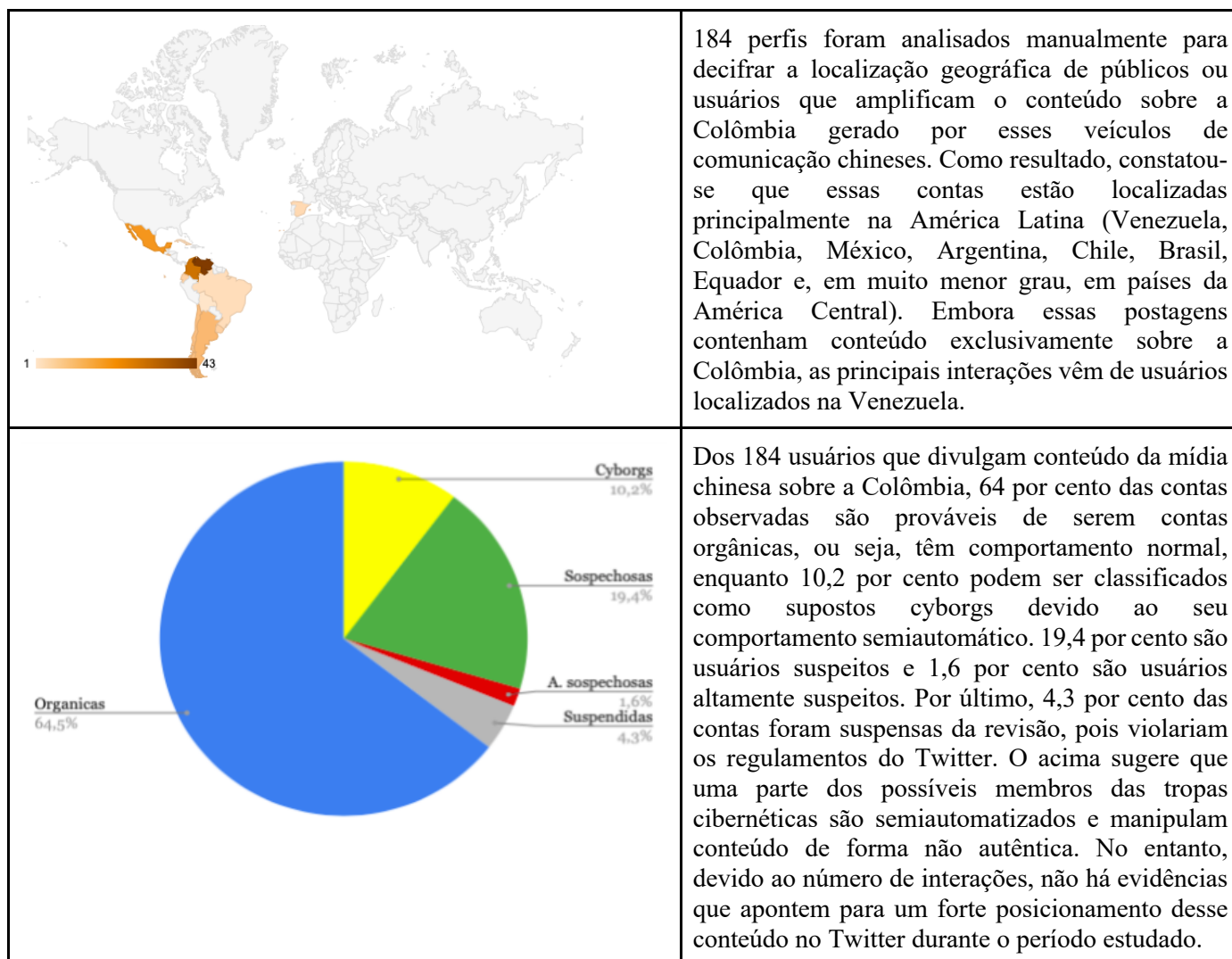
Supostos cyborgs							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
BRASIL_ACABOU	3800	78	Brasil	JuanBFMartinez	1200	99	Argentina
Gonzafalso564	2400	97	Uruguai	mgamba58	1200	100	Colômbia
AlejandroSig	2300	80	Chile	lalobernal1	1100	100	México
alitapaz	2000	96	Argentina	mundoennoticias	1100	88	El Salvador
OJOVENE	1600	66	Venezuela	barcosthomas192	1100	100	Venezuela
machadodz	1500	92	Venezuela	gustavocrespo73	960	94	Uruguai
LupeMohawk	1400	80	P. Colômbia	PMATABASTARDO	790	69	Venezuela
PrometeoNews	1400	99	Venezuela	Ivanelov	770	100	Venezuela
VirgilioPonce	1400	99	P. Cuba	ChiofaloOk	750	96	Argentina
Usuários altamente suspeitos							
geniuslawyer	680	89	P. Venezuela	JPEREGRINO3	620	89	P. México
mariyu64	640	93	P. Venezuela				

¹⁷⁴ É necessário esclarecer que nem todas as contas apresentam sua geolocalização. Para aqueles que não o fazem, inferimos sua origem através de observações sobre seu conteúdo e perfil. Classificamos estes últimos como presuntivos e, na tabela, são rotulados com um "P" que vem antes do nome do país onde estavam localizados.

No entanto, um total de 36 usuários classificados como **usuários suspeitos** foram encontrados nas postagens mais retuitadas sobre a Colômbia publicadas pela mídia chinesa. Esses perfis são caracterizados por: 1. Eles geram um grande volume de postagens, pois ultrapassam 14 postagens por dia, ou seja, mais de 98 postagens por semana; 2. Suas postagens incluem uma alta porcentagem de retweets (normalmente mais de 75 por cento de suas postagens são retweets) e vêm de vários países latino-americanos: Colômbia (9), Venezuela (8), Equador (4), México (3), Peru, Chile, Nicarágua e Cuba, entre outros (1).

Usuários Suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
ethienyren	690	93	P. Venezuela	AbgBorys	300	98	Equador
ramedugonzalez	630	96	Equador	ElsaMendez23	290	98	P. Venezuela
elespejoc	580	87	Colômbia	Lorena38827676	280	91	P. Colômbia
fabfashionista8	530	90	Colômbia	perrogente	260	93	Venezuela
yesadecipo	520	100	Argentina	MariaAdrianaT	250	79	Equador
luismoralejafin	520	100	Venezuela	diogenesherdez1	240	86	Venezuela
LeoJarBar	520	87	Colômbia	omar67p	220	95	P. México
JonasGunnes	520	63	México	otrebopretell	220	79	P. Peru
observadortwits	480	93	Colômbia	destruir-la	220	100	S.I
gumerpastor	470	93	Rep. Dominicana	1ffe0c2d05b44ff	220	100	S.I
JESUSALFONSO P3	460	79	P. Colômbia	NSceroKG	200	100	P. Colômbia
AlemanAngulo	420	91	P. Bolívia	GARCÍAJej	170	100	Venezuela
diegobriceno77	380	87	P. Colômbia	Elis29Yuly	160	99	P. Equador
Carlos_tmk	380	96	Chile	oscartigre2019	140	96	P. Colômbia
Victor31340213	340	100	S.I	hachadetoqui	130	100	P. Chile
Kaleno87	330	91	Nicarágua	CIPI Cuba	130	75	Cuba
CrazyHourse	320	98	Venezuela	lourdes_cris	120	100	P. México
jgonzaca	320	99	P. Venezuela	geolize	100	98	Venezuela

Quem são os possíveis membros das tropas cibernéticas da China na região e onde estão localizados?



Conclusões

Tópicos

Segundo a literatura, a China usa sua mídia para disseminar propaganda como parte do processo de desinformação, ou seja, conta sua própria história e, simultaneamente, aborda os países em desenvolvimento como aliados, respeitando os problemas internos de cada país. Isso concorda com os achados do presente estudo. Após analisar o conteúdo da mídia ao longo de 13 meses, constatou-se que as postagens das contas da CGTN e da Xinhua em espanhol promovem conteúdo relacionado ao seguinte: oportunidades de negócios decorrentes do acordo de paz; ações governamentais contra o narcotráfico; pesquisas; tópicos ambientais; e, em menor grau, as tensões em torno da política interna da Colômbia e a disposição da China em apoiar os países da região em tempos de crise.

Covid

Foram encontradas diferenças no conteúdo publicado pela CGTN e pela Xinhua. Por outro lado, a Xinhua reportou exclusivamente sobre o coronavírus, postando constantemente sobre o número de casos na América Latina com base nos dados fornecidos pela Universidade Johns Hopkins (JHU), bem como em decisões relevantes do governo colombiano sob a liderança de Ivan Duque, alcançando um total de 229 tweets em 8 meses. Por outro lado, a CGTN abordou a pandemia focalizando os aspectos comunitários e institucionais com um total de 54 tweets no mesmo período. No entanto, nenhum dos dois meios gerou conteúdo popular, visto que o número máximo de interações através de retweets foi de 367 e 55, respectivamente. Concluindo, a propaganda relacionada à COVID-19 visava manter uma imagem positiva da China, porém seu impacto foi limitado.

Manipulação do usuário

Como resultado da análise de 184 possíveis contas de tropas cibernéticas chinesas trabalhando para amplificar o conteúdo sobre a Colômbia, a maioria dos usuários foi classificada como orgânica. No entanto, 19 contas foram classificadas como supostos cyborgs e três foram classificadas como usuários altamente suspeitos por seu comportamento não autêntico. Isso sugere uma manipulação mínima do tráfego no Twitter, que consiste principalmente na reprodução excessiva de conteúdo. Além disso, esses públicos estão localizados principalmente na Venezuela (43), Colômbia (29), México (20) e Argentina (12), embora o conteúdo seja exclusivamente sobre a Colômbia.

Coordenação do usuário

No processo de desinformação, geralmente há coordenação entre os usuários na disseminação da informação para reproduzir estrategicamente determinado conteúdo. Encontramos pouca coordenação entre os possíveis membros das tropas cibernéticas chinesas que disseminam conteúdo sobre a Colômbia. Após observar o comportamento de 374 usuários, apenas um usuário está conectado à CGTN e à Xinhua durante o período de estudo. O usuário do Twitter @OJOVENE foi classificado como um presumível cyborg, dado que ultrapassou 700 interações por semana, a maioria delas sendo retweets.

Rússia

Estratégia de país

O crescimento da presença da Rússia na América Latina nos últimos anos deve-se à sua estratégia de se posicionar como potência mundial com capacidade de minar a liderança tradicional dos Estados Unidos e de enfrentar a China como potência emergente (Rouvinski, 2017; Milosevich-Juarist, 2019).¹⁷⁵¹⁷⁶ A Rússia tem trabalhado para fortalecer seus laços econômicos com o Brasil e o México como seus principais parceiros comerciais. Além disso, a Rússia mantém relações mais estreitas com a Venezuela, Cuba e Nicarágua devido à sua afinidade política. Para diminuir a influência de Washington, a Rússia usou a venda de armas militares como estratégia para se aproximar de outros países da região, como a Colômbia, que adquiriu algumas dessas armas graças à estatal russa Rosoboronexport.

No entanto, criar um desequilíbrio no relacionamento próximo da Colômbia com os EUA não tem sido fácil. Segundo Arias-Retana (2020),¹⁷⁷ a Colômbia é o novo alvo da desinformação russa devido à sua proximidade geográfica com a Venezuela e a América Central. O forte poder russo supostamente entra em jogo por meio do conteúdo produzido por seus veículos de comunicação em espanhol, que destaca as fraquezas democráticas e institucionais da Colômbia, como corrupção, clientelismo e violações dos direitos humanos pela polícia durante protestos sociais. Isso é consistente com narrativas usadas nos meios de comunicação do Kremlin em todo o mundo, que destacam os desafios enfrentados pelas sociedades democráticas nas tentativas de inclusão em decorrência de sua decadência e superioridade moral (EUvsDisinfo, 2019).¹⁷⁸ Desde 2019, os meios de comunicação russos coordenam a produção de conteúdo online durante os protestos civis. Além disso, contas de supostos espões e aviões russos na Colômbia causaram grande agitação ao nível nacional; O governo de Ivan Duque afirmou que esta suposta ingerência visa desestabilizar o país e convertê-lo em uma nova Venezuela e/ou Cuba.

Meios de Comunicação Afiliados ao Governo

¹⁷⁵ Rouvinski (2017).

¹⁷⁶ Milosevich-Juarist, M. (2019). Working document. Russia in Latin America: repercussions for Spain. Elcano Royal Institute. <https://bit.ly/3eFFeBH>

¹⁷⁷ Arias-Retana, G. (April 9, 2020). New Target of Russian Disinformation. Diálogo Digital Military Magazine. <https://bit.ly/3rKK9HF>.

¹⁷⁸ EUvsDisinfo (2019).

	<p>O avanço da mídia na Rússia na região de língua espanhola ocorreu em um nível multiplataforma (televisão e redes sociais como Twitter, Facebook e YouTube). Tudo começou em 2009 com o Canal de TV InterRussia (ITR TV), o primeiro canal de televisão direcionado ao telespectador latino-americano. As operações vêm do Panamá e incluem 12 estabelecimentos russos, incluindo o Russia Today (RT). RT em espanhol atinge Argentina, Venezuela, Bolívia, Equador e Cuba. (Milosevich-Juarist, 2019).¹⁷⁹</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @ActualidadRT - Criado: 31 de dezembro de 2009 - Total de tweets: 707.658 - Seguidores: 3.501.642
<p>Link</p>	<p>RT en Español (@ActualidadRT) / Twitter</p>
	<p>Sputnik é a agência de notícias e transmissão de rádio russa fundada em 10 de novembro de 2014 (Missiroli, Andersson, Jan & Gaub, 2016).¹⁸⁰ Sua presença atinge 130 cidades e 34 países, e seu conteúdo é publicado em 30 idiomas (Singer, 2018; Perez, 2020).^{181,182} Ele tem uma conta alternativa menor no Twitter, @Sputnik_Report (Sputnik Reporteros (@Sputnik_Report) / Twitter), criada em 13 de junho de 2018.</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @SputnikMundo - Criado em: 16 de fevereiro de 2011 - Total de tweets: 315.888 - Seguidores: 144.503
<p>Link</p>	<p>Sputnik Mundo (@SputnikMundo) / Twitter</p>

¹⁷⁹ Milosevich-Juarist, M. (2019). Working document. Russia in Latin America: repercussions for Spain. Elcano Royal Institute. <https://bit.ly/3eFFeBH>

¹⁸⁰ Missiroli, Andersson, Jan, and Gaub (2016)

¹⁸¹ Singer (2018).

¹⁸² Perez (2020).



RT Última Hora é uma conta alternativa do Twitter da Actualidad RT em espanhol, que se concentra em notícias internacionais de última hora.

- Detalhes da conta do Twitter:
- Usuário: @RTultimahora
 - Criado em 9 de fevereiro de 2018
 - Total de tweets: 22.634
 - Seguidores: 359.008

Link

[RT Última Hora \(@RTultimahora\) / Twitter](https://twitter.com/RTultimahora)

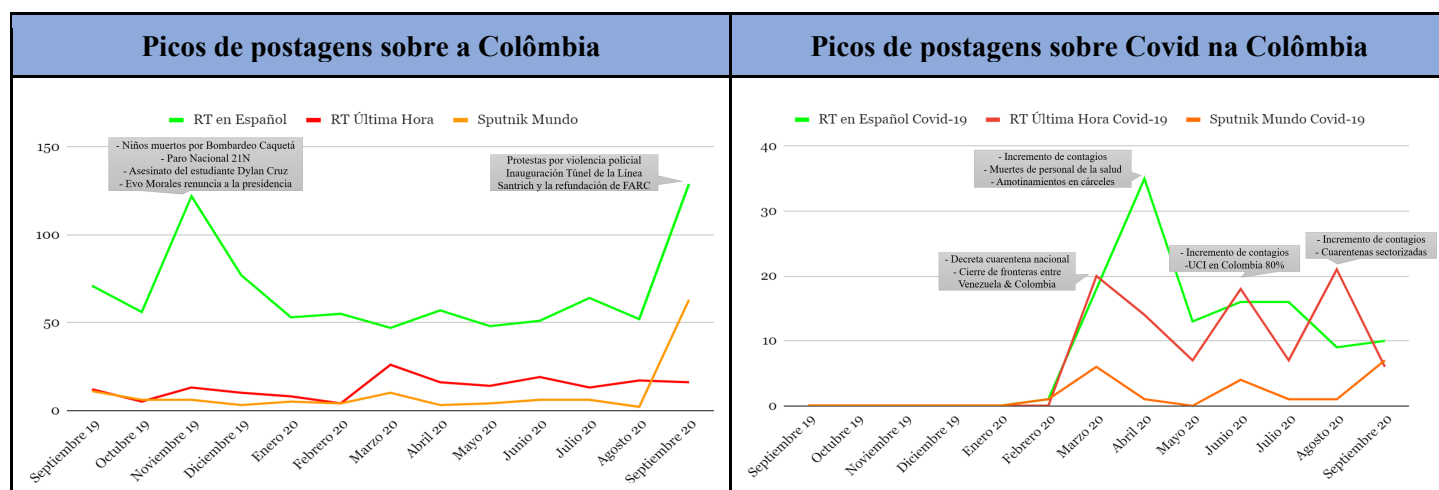
Quais são os tópicos colombianos mais publicados pela mídia russa?

RT em espanhol	RT Ultima Hora	Sputnik Mundo

Os três tópicos sobre a Colômbia mais publicados por Actualidad RT e Mundo Sputnik são 1. o governo nacional de Ivan Duque e seu partido político; 2. o governo da Venezuela e 3. protestos sociais, lideranças da sociedade civil e violações dos direitos humanos. Em contraste, a RT UltimaHora publicou informações principalmente sobre a pandemia da COVID-19 e notícias sobre o presidente brasileiro Jair Bolsonaro. Os dois primeiros veículos concentram-se no governo de Ivan Duque e no ex-senador e presidente Álvaro Uribe. Mundo Sputnik

menciona repetidamente a conexão do governo com o paramilitarismo, evidente no uso das hashtags #ñeñepolitica e #losrastrajos. O segundo tópico mais publicado são os protestos sociais de 2019 e 2020. Tanto a Actualidad RT quanto a Mundo Sputnik publicam conteúdo destacando as violações dos direitos humanos por meio do polêmico uso da força pública nas ruas, especialmente pela Polícia Nacional. Isso é evidente através do uso de hashtags como #paronacional, #21n, #27n, #21paronacional e #21somostodosyoparoel21nsinmiedo. Isso coincide com Rodriguez-Rojas (2020),¹⁸³ que afirma que uma das ferramentas utilizadas pela RT em sua cobertura da Colômbia é o uso das hashtags designadas. Actualidad RT usa #dilannomuriolomatados para comemorar o assassinato de Dilan Cruz pelo Esquadrão Móvel Anti-Perturbações (ESMAD) (durante esses protestos). No entanto, ambos os meios de comunicação destacam as ações pacíficas da sociedade civil, em particular os *panelaços* e protestos artísticos que demonstram o descontentamento social com as atuais políticas do governo nacional. Isso se alinha ao objetivo da mídia de “contar as verdades que os outros não contam”, o que distingue esses veículos da mídia colombiana tradicional, como Semana Magazine e El Tiempo, e assim atrai novos seguidores da chamada “nova esquerda” (Ter Ferrer, 2018).¹⁸⁴

Quais meses tiveram mais postagens russas sobre a Colômbia?



É evidente que a mídia russa oferece uma cobertura escassa da COVID-19 na Colômbia, enquanto sua cobertura de outras questões é maior: até 125 tweets nos meses de pico. Actualidad RT é o meio mais prolífico que cobre questões colombianas, considerando que seu volume de postagens é consideravelmente maior em comparação com o Sputnik Mundo e sua conta alternativa Última Hora (RTU). Este meio teve picos de publicação relativamente altos em novembro de 2019 e setembro de 2020, quando seu conteúdo era mais focado em protestos sociais, violações de direitos humanos e críticas ao governo de Ivan Duque. As postagens mais

¹⁸³ Rodriguez-Rojas (2020)

¹⁸⁴ Ter, M. (2018). Propaganda for foreign audiences. In Tarín, A., Ter, M. & Vázquez, M. (Ed). The media system and propaganda in Putin's Russia. Social communication editions and publications (p. 109-134).

virais são da YouTuber Inna Afinogenova (@inafinogenova), conhecida por sua análise política da região no canal “Here it goes”. Essa abordagem para analisar a situação do país é consistente com a forte estratégia de poder da Rússia, que se concentra em abordar as deficiências dos governos democráticos. Sua cobertura da COVID-19 reduziu significativamente, com picos pronunciados em abril e julho de 2020 devido ao conteúdo focado em crises sociais e de saúde decorrentes do impacto da pandemia em determinadas comunidades. Por exemplo, em março de 2020, Actualidad RT usou uma narrativa marcada por humor e sarcasmo, conforme observado por EUvsDisinfo (2019).¹⁸⁵ Um tweet sobre um cidadão colombiano bêbado que não cumpriu as medidas de bloqueio e estava zombando e discutindo com a polícia se tornou viral. Essa história foi caracterizada pela hashtag #LadyCuarentena. Embora seu alcance tenha sido bastante baixo (com apenas 826 retweets e 166 comentários) em comparação com outros conteúdos, a hashtag ganhou maior força em outras redes sociais, como YouTube e TikTok.

O segundo meio com mais postagens sobre a Colômbia é a RTU, que cobre constantemente a situação do país com uma média de 10 tweets mensais. No entanto, ele experimentou um ligeiro aumento em março de 2020, quando tratou de questões judiciais e distúrbios ocorridos nas prisões de Bogotá. RTU é o meio russo que mais gera conteúdo sobre a COVID-19. Tem três picos pronunciados — março, junho e agosto de 2020 — durante os quais informou sobre o número de casos de COVID-19 e decisões governamentais sobre medidas de quarentena. Vale ressaltar que em julho de 2020 (um mês com poucas postagens), a RTU tuitou o anúncio de que México, Colômbia, Peru e Brasil vão adquirir o Avifavir, fármaco russo usado no combate aos sintomas da COVID-19. Embora esta publicação não tenha tido um alcance amplo (com apenas 680 retweets e 83 comentários), veículos da mídia colombiana como a Revista Semana, entre outros, responderam com um conjunto de comunicados e tweets com declarações oficiais do Ministério da Saúde que negam essas notícias (desenvolveremos esse caso mais adiante no relatório).

O Sputnik Mundo é o terceiro meio de comunicação russo com mais postagens sobre a Colômbia. Ele teve um surto de crescimento abrupto em setembro de 2020, passando de 2 a 10 postagens por mês para 108. Há pouca interação com o conteúdo do Sputnik Mundo sobre a Colômbia; comentários e retweets não ultrapassam 100 interações. No entanto, as postagens durante seu pico em setembro de 2020 concentraram-se em duas questões. Em primeiro lugar, política externa: incluía conteúdo sobre a relação da Colômbia com os EUA e estratégias para enfrentar o tráfico de drogas, bem como a migração de venezuelanos; violação dos direitos humanos; e tensões com a Organização dos Estados Americanos e o Conselho de Segurança das Nações Unidas. Em segundo lugar, a política de segurança interna: incluía postagens sobre os ataques das FARC e do ELN; corrupção; paramilitarismo relacionado ao ex-presidente Álvaro Uribe; e a violação dos direitos humanos de minorias, civis e estudantes. Isso coincide mais uma vez com a narrativa de Moscou, destacando os problemas existentes com as instituições democráticas da Colômbia. Existem apenas sete postagens sobre a COVID-19, o que é significativamente baixo. Esses postos abordam o número de casos infecciosos, as

¹⁸⁵ EUvsDisinfo (2019).

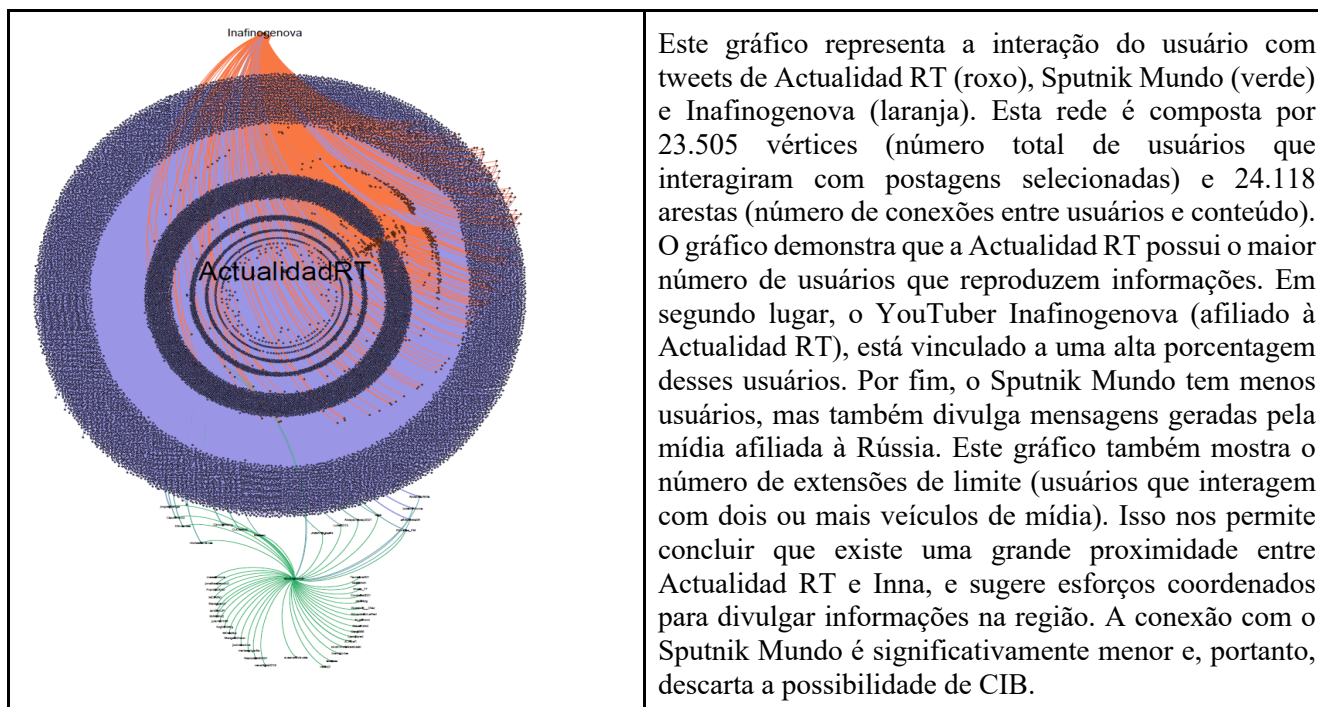
relações de fronteira com a Venezuela e a estratégia do governo para lidar com a pandemia¹⁸⁶.

¹⁸⁶Apesar de possuir o banco de dados com tweets do Sputnik Mundo, a API do Twitter não permitia seu download completo. Ao pesquisar manualmente as informações, apenas alguns tweets foram encontrados. Isso sugere que os dados dessas postagens foram excluídos.

Quais postagens de “estudo de caso” tiveram mais retweets?

Setembro de 2019	Novembro de 2019	Setembro de 2020
Março de 2020	Março de 2020	Abril de 2020

Como são as interações do usuário nos estudos de caso mais retuitados?



Quem são os usuários que divulgam conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?

Um total de 247 usuários que disseminam conteúdo da mídia russa sobre a Colômbia foram revisados manualmente. Destes usuários, 40 contas podem ser classificadas como **supostos cyborgs** devido ao seu comportamento desproporcional; suas taxas de publicação são muito altas, variando de 720 a 12.000 semanais (TPS), e têm um alto percentual de retweets (R-RT). Esses usuários estão localizados principalmente nas Américas: (32) Colômbia; (2) Venezuela; (1) Argentina; (1) Equador; (1) EUA; e dois usuários adicionais cuja origem não foi identificada.

Supostos cyborgs

Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
CmarcaFederal	12000	96	Colômbia	Vistacha	1300	84	P. Colômbia
Efraindlrda	9900	98	Colômbia	CortizJ_	1300	88	Colômbia
DuroBelinda	6800	100	Colômbia	sandrayamilec	1300	100	Colômbia
NoraArrubla	4900	81	P. Colômbia	andfabian18	1200	97	Sem ID
Aemon3428	4600	80	P. Colômbia	quiopraxiacv	1200	91	Colômbia
HefzibaInes	3800	87	P. Colômbia	GoVladymir	1100	100	Colômbia
fransuarezq	3000	100	P. Equador	elprofecandanga	1100	70	Venezuela
anturio06	3200	78	P. Colômbia	zulmaroquera	1200	100	P. Colômbia
AlvaroPoGonzlez	2900	98	Colômbia	zulmaroquera	1200	100	P. Colômbia
Elecel1942	2800	86	Argentina	Flondonosua	1100	100	Colômbia
NoraArrubla	2800	75	Colômbia	susananbrizuela	940	97	P. Colômbia
diligitis19	2700	91	P. Colômbia	CaroGC	810	81	P. Colômbia
juanyepes3	2700	98	P. Colômbia	alejanaliza	770	88	P. Colômbia
JairoGarcíaXXI	2400	100	P. Colômbia	mariposafyf	750	96	P. Colômbia
MaryAco92165707	2400	99	P. Colômbia	davidroman82	720	93	Colômbia
RubenSelvaYMar	1900	94	Colômbia	MechasCar	710	100	Sem ID
pachos1973	1500	99	Colômbia	CortizJ_	1400	87	Colômbia
OJOVENE	1500	75	Venezuela	Bonice71	1400	86	Colômbia
				23ALZAT	1400	100	Colômbia

Dez contas de usuário foram classificadas como altamente suspeitas porque publicam uma quantidade desproporcional de conteúdo a cada semana, variando de 580 a 750 postagens. Além disso, 75 por cento desse conteúdo foi retuitado de outros usuários. Essas contas estão localizadas na (5) Colômbia, (2) Argentina, (1) Chile e 2 são sem origem.

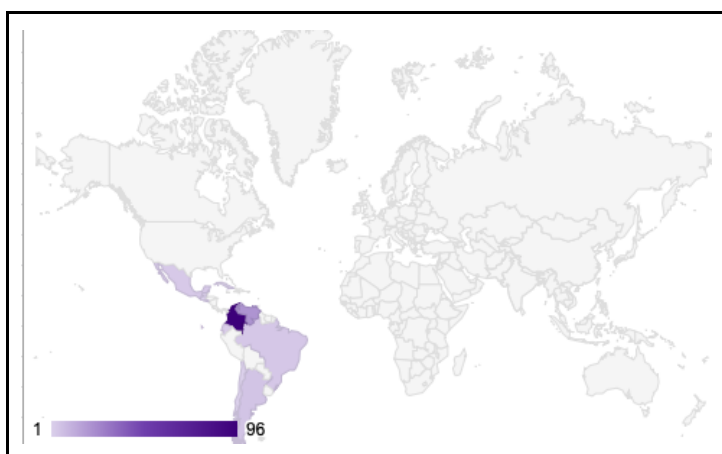
Usuários altamente suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
Baldor2014	750	97	Colômbia	MoeSzyslacks	640	98	Sem ID
AlmeidaCesar12	730	100	Colômbia	AlidaDiazBrilla	640	97	Argentina
maasannons	680	92	Chile	IngEdalvarez	620	98	P. Colômbia
ClauSilvero2	650	100	Argentina	LuisOrlandoS	580	96	Colômbia
alejomoreno1972	650	78	Colômbia				

Por outro lado, um total de 25 perfis foram classificados como usuários suspeitos quando analisaram as postagens mais recentes sobre a Colômbia feitas pela mídia russa. Esses usuários são caracterizados por seu grande volume de postagens, já que ultrapassam 14 postagens por dia ou mais de 98 postagens por semana. Nesse caso, variam de 120 a 480 postagens no período de análise. Suas interações são principalmente retweets (mais de 75 por cento). Esses usuários estão localizados na (17) Colômbia, (4) Venezuela, (2) México e seis contas eram sem origem.

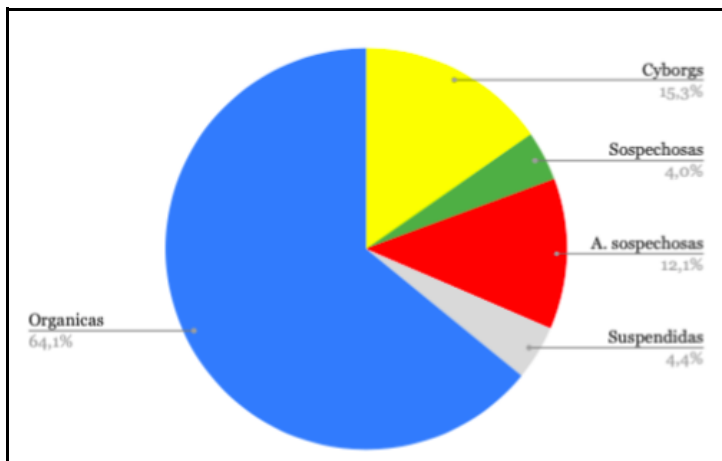
Usuários suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
eccedeo	480	85	Colômbia	Gustavo__Diaz	300	80	Venezuela
AndresE436	470	81	Sem ID	GiovanyMeza1	270	71	Sem ID
jonathanperozo2	450	86	Venezuela	koglomberg	240	82	México
SurCristobal	430	84	P. Colômbia	cely_marlene	210	87	Colômbia
AER10Rosales	430	100	P. Venezuela	Juan_Pablo_dm1	180	82	P. Colômbia
Jose_Yonier	420	100	Colômbia	ROBINSON7s7	170	86	Colômbia
David_Parallax	420	82	México	Jaime_Hernan1	160	94	Colômbia
eccedeo	390	80	Colômbia	Reggaebqj	160	98	Colômbia
julio140166	390	83	Venezuela	AndresRengMej	160	86	Sem ID
DonDieg37117385	370	72	Sem ID	oscartigre2019	160	99	Sem ID
MechasCar	370	100	Colômbia	bee4nei	150	59	P. Colômbia

Daniel_Bello28	370	96	P. Colômbia	GONNEST	120	92	Sem ID
guaquitas	360	87	Colômbia	OtroDiegoSoy	140	82	P. Colômbia
lisanvilla	350	96	Colômbia	iamDonJP	300	77	Sem ID
YmarZenon	300	100	P. Colômbia				

Quem são os possíveis membros das tropas cibernéticas da Rússia na região e onde estão localizados?



Um total de 247 perfis foram revisados manualmente para identificar a localização geográfica de públicos e usuários que ampliam o conteúdo da mídia russa sobre a Colômbia. Esses usuários estão localizados principalmente na Colômbia, Venezuela, Argentina, Brasil, México, Equador, Chile e países da América Central. No entanto, não foi possível rastrear a localização de cerca de 80 usuários. Embora seja esperada uma participação em grande escala de usuários na Colômbia, há um número significativo de usuários na região que interagem com o conteúdo sobre a Colômbia.



Das 247 contas que divulgam conteúdo da mídia russa sobre a Colômbia, 64,1 por cento exibem comportamento orgânico e têm baixas taxas de publicação. Enquanto 15,3 por cento têm características de supostos cyborgs e 12,1 por cento são usuários altamente suspeitos, esses meios de comunicação têm uma porcentagem relativamente alta de usuários suspensos (4,4 por cento). Esses dados sugerem que mais de 35 por cento dos possíveis membros das tropas cibernéticas são semiautomáticas e manipulam conteúdo de forma não autêntica.

Conclusões

Tópicos

- A Colômbia foi identificada como o novo alvo da desinformação russa na região devido à sua proximidade geográfica com a Venezuela e a América Central e a oportunidade de desestabilizar sua relação com os EUA (Arias-Retana, 2020; Barnett e Kamp, 2019).¹⁸⁷ Essa narrativa foi reforçada pelo governo de Ivan Duque, opinião pública e meios de comunicação nacionais como a Revista Semana e RCN. Cerca de 56.011 posts publicados no Twitter pelos três veículos de mídia russos mencionados em espanhol nos 13 meses de estudo foram analisados. As descobertas sugerem que a cobertura na Colômbia é um tanto alta, considerando que 1.135 postagens sobre a Colômbia foram postadas no mesmo período. Houve um aumento significativo de postagens em novembro de 2019 e setembro de 2020, durante os quais a Actualidad RT ultrapassou 100 tweets por mês. Esses picos de atividade coincidem com protestos sociais no país e com postagens da Actualidad RT sobre as deficiências das instituições democráticas colombianas, como repressão cidadã e violação dos direitos humanos pelo uso da força pública.
- A literatura sugere que a conta Actualidad RT em espanhol é menos politizada do que sua contraparte em inglês (Bush, 2020).¹⁸⁸ No entanto, o Actualidad RT é o meio de comunicação russo com mais interações, totalizando 42.990 postagens em comparação com o RT Ultimo Hora que teve 7.692 interações, e o Sputnik Mundo com 5.329 interações durante o período de estudo. Embora os três veículos tratem da situação política e social de vários países latino-americanos, como Venezuela, Colômbia, Chile, México e Argentina, é evidente que a Actualidad RT se destaca. Quando se trata de conteúdo sobre a Colômbia, duas narrativas foram identificadas: ameaças aos valores democráticos, e humor e sarcasmo ao falar sobre agitação social e a pandemia.
- A Actualidad RT, além de ser consistente com suas postagens sobre a Colômbia, tem o apoio da YouTuber Inna Afinogenova (@inafinogenova) que tem um canal chamado “Here it goes” onde faz análises políticas da região. Ela criou alguns vídeos sobre a Colômbia nos quais menciona a paisagem social e política do país, comentando sobre as ligações do governo colombiano com o paramilitarismo e os protestos sociais de novembro de 2019 e setembro de 2020. Esses vídeos foram publicados pela Actualidad RT no Twitter e se tornaram o conteúdo de maior interação, com mais de um milhão de retweets. Esses vídeos foram considerados conspiratórios por veículos tradicionais da mídia colombiana, como a Revista Semana. No entanto, os dados sugerem que o público colombiano respondeu bem ao conteúdo de Inna; recebeu mais de 900 comentários de usuários parabenizando Inna por “falar a verdade que os outros não

¹⁸⁷ Arias-Retana (2020); Barnett, K. & Kamp, A. (2019). Divergent Axes of Russian Influence in Colombia and Latin America. In *The Age of Disruption: How Power Shifts Create More Conflict* <https://nsiteam.com/the-age-of-disruption-how-power-shifts-create-more-conflict/>.

¹⁸⁸ Bush, D. (July 30, 2020). Two faces of Russian information operation disinformation to their sites in the Russia-aligned information space. Freeman Spogli Institute (FSI). <https://fsi.stanford.edu/news/two-faces-russian-information-operations-coronavirus-coverage-spanish>

contam”. Este é um claro diferenciador da mídia tradicional colombiana, resultando em um aumento de seguidores pertencentes à chamada “nova esquerda” (Ter Ferrer, 2018).¹⁸⁹

Covid

Há uma distinção clara nos tópicos priorizados pelos meios de comunicação russos quando se trata de conteúdo na Colômbia. Embora a Actualidad RT tenha um alto número de postagens sobre protestos sociais e violações dos direitos humanos, as postagens sobre COVID-19 foram significativamente menores (apenas 118 postagens em 8 meses) e contaminadas com humor e sarcasmo ao relatar casos de cidadãos que não seguiram a quarentena medidas. Um dos tweets mais populares da Actualidad RT atingiu apenas 826 retweets e 166 comentários. Em contraste, a RT Ultima Hora se concentrou na publicação de conteúdo sobre a pandemia e a resposta do governo, com 93 tweets durante o mesmo período. Depois de revisar o conteúdo deste veículo com o do TeleSur, encontramos apenas uma publicação que sugeria desinformação - uma postagem sobre a compra do medicamento farmacêutico russo Avifavir- que não teve grande impacto, pois atingiu apenas 44 retweets e 7 comentários no TeleSur e 680 retweets e 93 comentários na RTU. Por fim, o Sputnik Mundo mal cobre a COVID-19, considerando que apenas 21 dos 129 posts em oito meses eram sobre a pandemia. No entanto, o Sputnik Mundo experimentou um crescimento abrupto em setembro de 2020, passando de 2 ou 10 postagens para 108 em um mês, devido à sua narrativa sugerir ameaças à democracia ao reportar sobre as relações exteriores da Colômbia com as Nações Unidas, Organização dos Estados Americanos, os EUA e Venezuela, além de reportar sobre mortes de lideranças sociais, paramilitarismo e violações dos direitos humanos de minorias e estudantes.

Manipulação do usuário

Os 247 possíveis membros das tropas cibernéticas russas que disseminam conteúdo sobre a Colômbia estão localizados principalmente em dois países: Colômbia (96) e Venezuela (21). Além disso, um grupo de contas foi classificado como supostos cyborgs (40), usuários altamente suspeitos (10) e usuários suspeitos (25) por seu comportamento desproporcional, que em alguns casos chegava a 12.000 postagens por semana. Isso sugere que o número de perfis que trabalham para manipular o tráfego do Twitter em torno do conteúdo sobre a Colômbia é baixo, já que a maioria dos usuários (118) que interagiram com esse conteúdo foi classificada como orgânica devido às baixas taxas de publicação.

Coordenação do usuário

A coordenação entre os usuários costuma fazer parte do processo de desinformação, que visa posicionar estrategicamente o conteúdo no debate online. Após observar as conexões entre 23.505 usuários e meios de comunicação russos, concluímos que há pouca coordenação entre os possíveis membros das tropas cibernéticas russas disseminando conteúdo sobre a Colômbia, visto que encontramos apenas 17 usuários postando em paralelo e compartilhando simultaneamente os tweets de Actualidad RT e Sputnik Mundo. Esses usuários foram classificados anteriormente como altamente suspeitos devido ao seu comportamento

¹⁸⁹ Ter (2018).

desproporcional.

Venezuela e Cuba

Estratégia de País

Ambos os países querem melhorar a imagem de seus governos e respectivas revoluções no cenário internacional e, assim, eventualmente reduzir o descrédito do comunismo pelas nações democráticas. Para isso, Cuba tem participado ativamente do processo de paz da Colômbia com as FARC e o ELN, além de enviar brigadas médicas a outros países em tempos de crise. Seus meios de comunicação tornaram visíveis os gestos de boa vontade política ao nível internacional. Além disso, sua mídia prioriza a condenação permanente das sanções econômicas impostas pelos EUA.

A Venezuela também usou a mesma estratégia. Participou do processo de paz colombiano e utiliza seu sistema de mídia para destacar suas intervenções e destacar os aspectos positivos de tais eventos. No entanto, isso foi ofuscado pelas diferenças de ideologia política e atritos pessoais entre os presidentes em exercício. Postagens sobre a Colômbia têm sido menos populares devido ao descrédito constante de seus líderes políticos e aos holofotes sobre problemas sociais, violações dos direitos humanos e tratamento inadequado da população de migrantes e refugiados venezuelanos.

Meios de Comunicação Afiliados ao Governo





A Agência de Imprensa Latina (Prensa Latina) é o meio de comunicação mais emblemático de Cuba. Foi fundada em 17 de abril de 1959, por Jorge Ricardo Masetti e Rodolfo Walsh, que buscavam difundir o jornalismo anti-hegemônico e acabar com a difamação da revolução (Arrosagaray, 2004).¹⁹⁰

Detalhes da conta do Twitter:

- Usuário: @PLprensalatina
- Criado em: 24 de março de 2020
- Total de tweets: 21.641
- Seguidores: 3.282

¹⁹⁰ Arrosagaray E. (2004) Rodolfo Walsh in Cuba: Latin Press Agency, militia, rum, and cryptography. Buenos Aires, Catalogs.

Link	PL Agencia Prensa Latina (@PLprensalatina) / Twitter
	<p>O Jornal Granma é o meio de comunicação oficial do Partido Comunista Cubano. Foi fundado em 1965 e está protegido pelo artigo 52 da constituição, que proíbe a existência de meios de comunicação privados (Carty e Terry, 1976).¹⁹¹ Em 2020, sua conta no Twitter, além de suas contas em outras redes sociais, foi fechada pelos EUA por violar leis sancionatórias. No entanto, eles foram restaurados pelo Google (Juanes, 2020).¹⁹²</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @Granma_Digital - Criado: 14 de junho de 2010 - Total de tweets: 10.5481 - Seguidores: 21.7107
Link	Periódico Granma (@Granma_Digital) / Twitter
	<p>Cubadebate também faz parte da rede de mídia do partido comunista cubano. Foi fundada em 2005 para posicionar e defender o projeto político cubano no cenário internacional. Este meio de comunicação conseguiu criar um espaço para as vozes dos cidadãos ao nível nacional. (Ramírez Hernández e Salgueiro-Marques, 2019).¹⁹³</p> <p>Detalhes da conta do Twitter:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Usuário: @cubadebatecu - Criado em 3 de outubro de 2019 - Total de tweets: 17.380 - Seguidores: 80.770
Link	Cubadebate (@cubadebatecu) / Twitter

¹⁹¹ Carty & Terry (1976).

¹⁹² Juanes, W. (August 22, 2020) Google reactivates Diario Granma's account and all services on Youtube. Periodico Granma. <http://www.granma.cu/mundo/2020-08-22/google-reestablece-cuenta-del-diario-granma-en-youtube-y-todos-los-demas-servicios-22-08-2020-08-08-45>

¹⁹³ Ramírez Hernández & Salgueiro-Marques, (2019).



O TeleSur foi criado em 24 de junho de 2005. Seu objetivo é integrar as notícias de toda a América Latina, contrariando as informações supostamente tendenciosas das potências ocidentais e promovendo os valores da revolução bolivariana (Arcila, 2005).¹⁹⁴ Este meio de comunicação estatal busca desenvolver sua agenda informativa, que consiste em definir e divulgar os valores da região (Carballal-Cano, 2009; Suppo, 2017; Henkel, 2021).¹⁹⁵¹⁹⁶¹⁹⁷

Detalhes da conta do Twitter:

- Usuário: @cubadebatecu
- Criado em 5 de junho de 2009
- Total de tweets: 133.2861
- Seguidores: 1.982.990

Link

[TeleSur TV \(@TeleSurtv\) / Twitter](https://twitter.com/TeleSurtv)

Quais são os tópicos mais publicados sobre a Colômbia?

CubaDebate	Periódico Granma	Prensa Latina	TeleSur

¹⁹⁴ Arcila (2005).

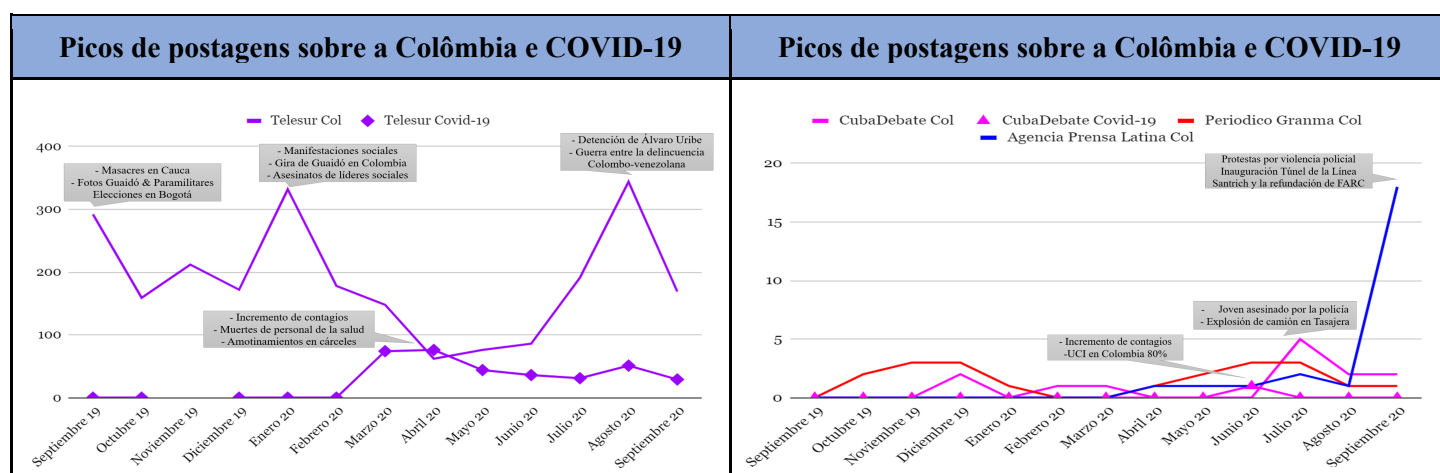
¹⁹⁵ Carballal-Cano (2009).

¹⁹⁶ Suppo, H (2017) TeleSur: counter-hegemonic soft power? Rosario.

¹⁹⁷ Henkel, C. (2021) TeleSur, communication and chavismo: limits to a Latin America state communication project. Eudeba.

As nuvens de palavras acima mostram que palavras como “processo de paz”, “Pablo Beltran” e “violência” se destacam nas postagens dos veículos Cubadebate, Prensa Latina e Granma. Isso sugere uma ampla cobertura do acordo de paz entre o ELN e o governo colombiano, em que Cuba desempenhou um papel central na facilitação do diálogo. Isso é consistente com a revisão da literatura, que aborda o papel de Cuba nas negociações com o ELN, bem como com as FARC. Palavras como “massacre”, “lideranças sociais” e “violência” são usadas no Granma e na Prensa Latina para se referir ao assassinato de líderes da sociedade civil e cidadãos durante 2020, destacando as deficiências do governo colombiano. A TeleSur fez muitas postagens relacionadas à Colômbia, ultrapassando 2.000 tweets no período de estudo. As postagens incluem a cobertura do assassinato de líderes da sociedade civil na Colômbia e a constante violação dos direitos humanos. A Venezuela também é um tema recorrente. Isso não está de acordo com os achados da revisão da literatura; o conteúdo relacionado à revolução bolivariana não é evidente. A maior inconsistência reside no fato de que a literatura não mencionou a cobertura da mídia venezuelana sobre a Colômbia; o número de postagens dessa natureza é muito maior se comparado ao da mídia cubana, chinesa e russa.

Em que meses houve o maior número de postagens cubanas e venezuelanas sobre a Colômbia?



Os tweets da TeleSur mencionando a Colômbia ultrapassaram os 300 por mês, especialmente em janeiro e agosto de 2020, quando a atenção foi direcionada para os assassinatos de civis, as críticas ao governo de Ivan Duque pelo presidente Nicolás Maduro e o julgamento do ex-presidente Álvaro Uribe. Em comparação, o TeleSur mal cobriu a pandemia, com apenas 314 tweets em 8 meses, em comparação com 2.775 tweets sobre a Colômbia no geral. No entanto, o TeleSur gerou a maior parte do conteúdo sobre a pandemia, sem causar maior impacto no público. Os tweets enfocavam as tensões e os problemas sociais emergentes nas fronteiras da Colômbia com a Venezuela e o Brasil, e criticavam a maneira como Iván Duque lidava com a crise humanitária.

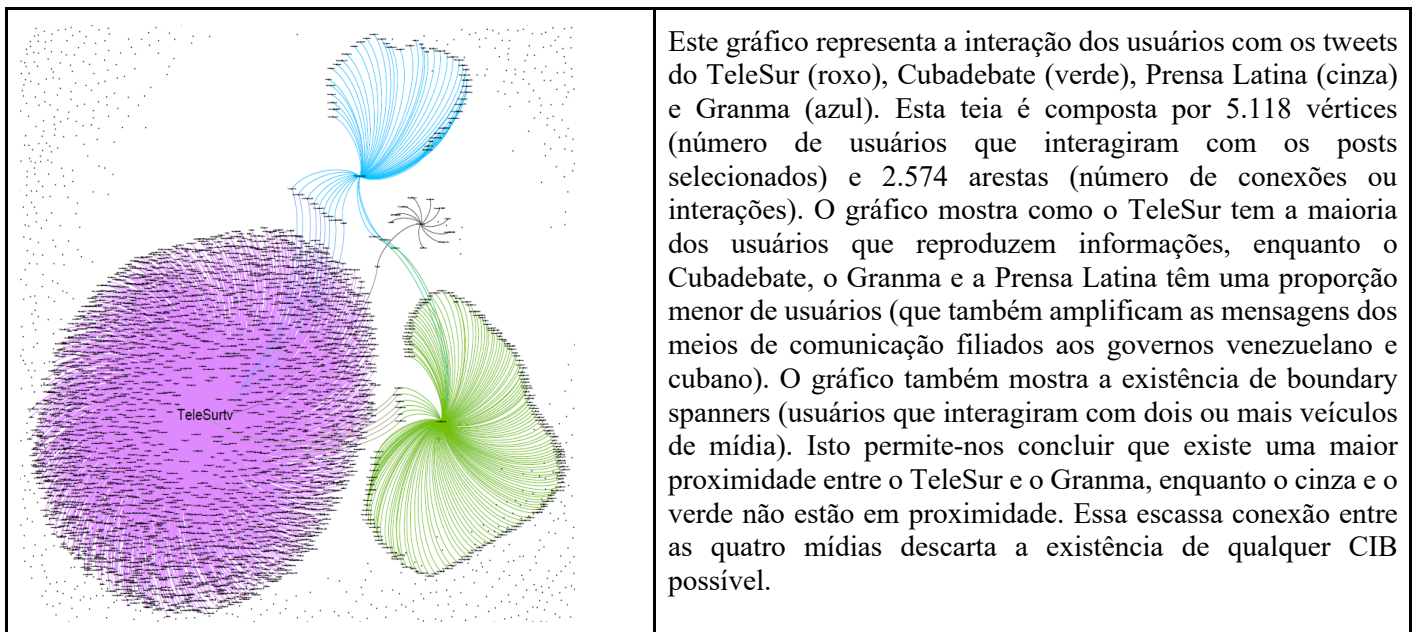
Os meios de comunicação cubanos Granma, Prensa Latina e Cubadebate têm uma dinâmica completamente diferente da TeleSur. Suas taxas de publicação são baixas e não passam de 5 posts sobre a Colômbia por mês, exceto para Prensa Latina que alcançou 20 posts sobre a Colômbia em setembro de 2020. Durante aquele mês, os tópicos incluíram protestos e violência policial contra os cidadãos. O Granma teve dois pequenos picos: o primeiro em novembro e dezembro de 2019, e o segundo em junho e julho de 2020, durante os quais mencionou questões muito específicas. O interesse decrescente na Colômbia é evidente. O primeiro tweet foi sobre o cancelamento dos voos da Avianca para Havana, e o segundo foi uma declaração do governo cubano dizendo que o governo colombiano investe mais tempo e dinheiro para desestabilizar a Venezuela do que para cuidar de seus cidadãos devido a suas políticas neoliberais. Finalmente, Cubadebate tem o menor número de postagens sobre a Colômbia de todos os meios de comunicação cubanos analisados. No entanto, houve um ligeiro pico de postagens em dezembro de 2019 e julho de 2020. Essa variação se deve a tweets sobre o pedido do prefeito de Medellín, Daniel Quintero Calle, de ajuda aos médicos cubanos no controle da pandemia. A cobertura da COVID-19 na Colômbia é quase nula, já que foi a única publicação sobre o assunto (isso será expandido posteriormente no relatório).

Quais postagens de “estudo de caso” tiveram mais retweets durante os meses de pico?

Novembro de 2019	Julho de 2020	Setembro de 2020
		
Janeiro de 2020	Março de 2020	Abril de 2020



Como são as interações do usuário nos estudos de caso mais retuitados?



Quem são os usuários que divulgam o conteúdo dos veículos venezuelanos e cubanos e onde estão localizados?

As contas com maior número de interações foram revisadas manualmente. No total, foram

revisadas 225 contas, das quais 18 são classificadas como **supostos cyborgs** devido ao seu comportamento desproporcional. Suas taxas de publicação são muito altas - variando de 730 a 15.000 postagens semanais (TPS) - e eles têm uma alta porcentagem (superior a 75 por cento) de retweets (R-RT). Esses usuários estão localizados principalmente nas Américas: (7) Venezuela, (4) Colômbia e (4) Cuba.

Das 225 contas analisadas, 48 foram classificadas como usuários suspeitos porque publicam um número desproporcional de postagens semanais, variando de 99 a 504, e 75 por cento deste conteúdo são retweets de conteúdo criado por outros usuários. Esses usuários suspeitos estão localizados principalmente na (7) Venezuela, (6) Colômbia, (14) Cuba.

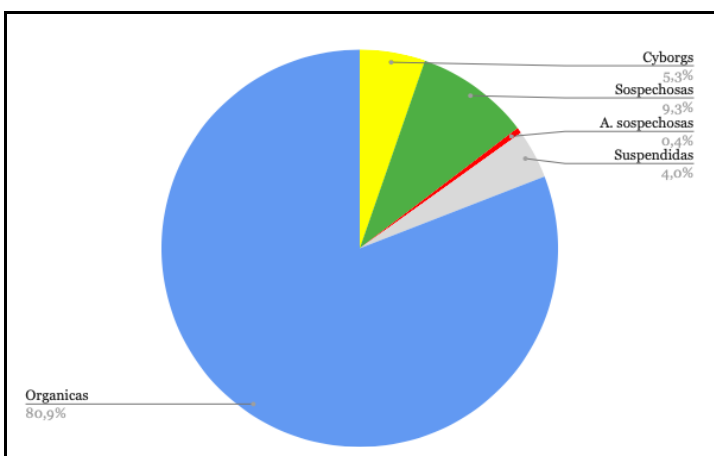
Supostos cyborgs							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
ArnulfoVanegas5	15000	100	Venezuela	AbrazoRebelde	1200	70	Venezuela
CmarcaFederal	2100	100	P. Colômbia	mane523	1100	100	P. Colômbia
Monyrica	1400	83	Colômbia	Elbolocandanga	1000	100	Cuba
guver2008	1300	83	P. Venezuela	Diego99902702	790	100	Cuba
LuisAlf82940568	1300	50	P. Colômbia	ErnestoAriasRo1	790	100	Cuba
MediaGuerrillaV	1300	77	Venezuela	Harkonen	740	79	Sem ID
VirgilioPonce	1200	99	Venezuela	LisandroAlgtterr	740	71	P. Venezuela
remv73	1200	100	Venezuela	NunezBela	730	91	Cuba
Usuários Suspeitos							
emiliolagos1	504	59	Colômbia	jpaischanfrau1	200	100	Equador
Maria_E_Medina	501	64	Venezuela	exaguerrido	200	83	Colômbia
mamas_fritas	490	87	P. Colômbia	chirikayen29	200	96	P. Venezuela
saura_victoria	4450	99	Sem ID	feucho2010	200	100	Venezuela
MonchoRiva	430	99	Equador	jpaischanfrau1	200	100	Equador
oscaredondo	410	89	Cuba	maldanav2012	190	61	Cuba

ESanchezcub	340	87	Cuba	foto_abreu	190	86	Sem ID
LuisMachn1	340	98	Cuba	colombiafree1	180	51	Austrália
frenadeso	330	63	P. Panama	Gilbert86661070	180	96	P. Cuba
alexanderlrvr	320	96	Venezuela	valdes_eros	180	100	P. Cuba
Ricardo66809310	300	70	Cuba	DaniloM46041162	180	87	Cuba
jmab1982	290	92	P. Colômbia	abzymamalia	170	95	Venezuela
alejo_maykel	320	96	Venezuela	AlejoBrunoMejia	170	96	Cuba
Ricardo66809310	300	70	Cuba	CarlosL28684663	160	100	Cuba
jmab1982	290	92	P. Colômbia	NestorA56139528	160	95	Cuba
alejo_maykel	290	100	P. Cuba	Keilis98	160	93	Cuba
FriolMaribel	290	100	Sem ID	luisrey88	160	99	México
NKo50	280	91	México	sica2021	140	64	Venezuela
perrogente	260	96	P. Venezuela	robertoblanco14	130	59	Sem ID
Zaucor	240	96	México	VigoaDe	130	93	Sem ID
Lufer2013	220	57	Colômbia	GladysCeciliaH3	130	92	Cuba
AiSawaka	210	100	P. Venezuela	JulianP44626255	120	83	Sem ID
mccr036	210	86	Venezuela	Margaruz	100	92	Venezuela
npmedellin	210	96	P. Colômbia	danielopezjah	100	99	P. Colômbia

Quem são os possíveis integrantes das tropas cibernéticas venezuelanas e cubanas na região e onde estão localizados?



225 contas foram revisadas manualmente e identificamos o país de origem da maioria dos usuários. Isso nos permitiu concluir que as audiências dos tweets selecionados estão localizadas principalmente na Venezuela e em Cuba, o que faz sentido, considerando que os meios de comunicação pertencem a esses países. No entanto, como são tweets nos quais a Colômbia é mencionada, seria de se esperar que os usuários colombianos fossem mais ativos.



Das 225 contas que divulgam conteúdo da mídia venezuelana e cubana, 80,9 por cento apresentam comportamento orgânico com baixas taxas de publicação. Enquanto 5,3 por cento apresentam características de supostos cyborgs, 9,3 por cento exibem comportamento suspeito. Isso sugere que, embora a maioria dos usuários apresente características normais, ainda há uma proporção deles com comportamento semiautomático que leva à manipulação inautêntica.

Conclusões

Tópicos

- Os três meios de comunicação cubanos analisados apresentam tendências semelhantes em suas postagens sobre a Colômbia. Embora insistam em mostrar a participação de Cuba nos processos de paz da Colômbia com as FARC e o ELN, também apontam problemas sociais na Colômbia, como assassinatos de líderes da sociedade civil, protestos e violações dos direitos humanos por meio do uso da força pública. O Granma publica mais tweets sobre problemas sociais (que recebem mais interações) e demonstra mais críticas ao governo colombiano e suas políticas neoliberais. Apesar disso, o número de postagens é significativamente baixo, já que em alguns casos não ultrapassa 10 tweets. O tweet mais popular durante os 13 meses de estudo não ultrapassa 200 retweets, e o conteúdo deste tweet não aparece na mídia colombiana local. Finalmente,

há três tópicos mencionados em postagens de veículos de comunicação cubanos que permanecem consistentes: 1. condenar as sanções econômicas impostas pelos Estados Unidos; 2. destacar os aspectos positivos da revolução, como as brigadas de educação e médicas e 3. comemorar os marcos da revolução.

- As postagens da Telesur sobre a Colômbia são caracterizadas por mensagens críticas e consistentes, totalizando 2.775 tweets durante os 13 meses. Suas postagens se concentram em problemas sociais e de fronteira, corrupção e questões de segurança nacional, como assassinato de líderes da sociedade civil, protestos, migração, líderes políticos da oposição e violações dos direitos humanos. Apesar de abordar temas recorrentes com grande número de postagens e com grande número de seguidores, essa informação teve um impacto limitado na Colômbia. Isso fica evidente tanto nas interações do usuário (que não ultrapassam 600 retweets e 20 comentários) quanto na escassez de menções pela mídia colombiana. Finalmente, o TeleSur forneceu cobertura mínima da pandemia em comparação com sua cobertura geral da Colômbia. A TeleSur postou apenas 314 tweets sobre a pandemia na Colômbia em oito meses. No entanto, a TeleSur produziu mais conteúdo sobre a pandemia do que os outros veículos da mídia venezuelana, mas não teve um impacto maior sobre o público. Esses tweets se concentraram em criticar as relações de fronteira da Colômbia com a Venezuela e o Brasil, bem como a má gestão de Ivan Duque nas crises humanitárias que emergiram da agitação social.

COVID-19

Os três meios de comunicação cubanos não priorizaram o conteúdo sobre a pandemia na Colômbia. Destaca-se apenas um caso: o do prefeito de Medellín, Daniel Quintero Calle, que escreveu uma carta ao embaixador de Cuba na Colômbia solicitando a ajuda de brigadas médicas para o tratamento de pacientes em estado crítico. Cubadebate e Telesur noticiaram esta notícia, assim como a mídia colombiana Revista Semana. No entanto, as interações do usuário com essas postagens e seu impacto foram significativamente baixos.

Coordenação do usuário

A coordenação entre os usuários para posicionar o conteúdo no debate online geralmente faz parte do processo de desinformação. Após analisar as conexões de 5.118 usuários aos meios de comunicação venezuelanos e cubanos, foi identificado um baixo nível de coordenação entre os possíveis membros das tropas cibernéticas. Detectou-se que apenas 19 usuários amplificaram o conteúdo do Telesur, Cubadebate, Prensa Latina e Granma. Esses usuários são classificados como suspeitos devido ao seu comportamento desproporcional.

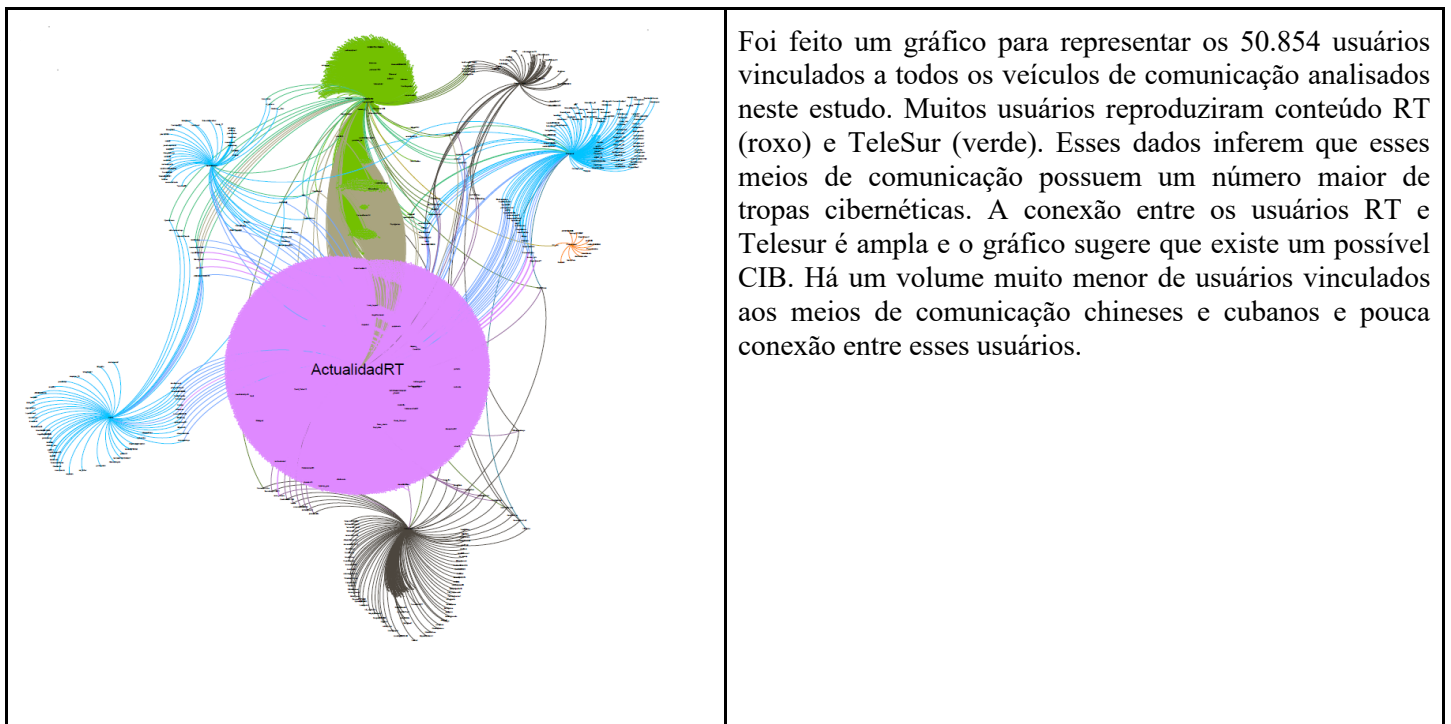
Manipulação do usuário

Após analisar as 225 contas de possíveis membros das tropas cibernéticas venezuelanas e cubanas disseminando conteúdo sobre a Colômbia, descobrimos que os usuários estão localizados principalmente em Cuba (67), Venezuela (54) e Colômbia (15). Como resultado dessa análise, classificamos um grupo de contas como supostos cyborgs (18) e usuários suspeitos (48) que apresentam comportamento semiautomático e desproporcional e produzem

15.000 postagens semanais. Da mesma forma, encontramos 182 usuários orgânicos, que constituem a maioria das contas que reproduzem conteúdo e apresentam baixas taxas de publicação. Isso sugere que a manipulação do tráfego em torno do conteúdo sobre a Colômbia é limitada porque o número de usuários orgânicos é significativamente maior do que o de usuários suspeitos.

Cobertura Geral da Colômbia

Como são as interações dos usuários da mídia que cobrem a Colômbia?



Quem são os usuários que interagem e divulgam conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?

Uma revisão foi conduzida de 174 contas, das quais 28 são classificadas como **supostos cyborgs** devido ao seu comportamento desproporcional, altas taxas de publicação atingindo 730 a 3.800 postagens semanais (TPS), e uma alta porcentagem (mais de 75 por cento) de retweets (R- RT). Esses usuários estão localizados na (4) Colômbia, (12) Venezuela, (2) Equador e (1) Argentina.

Supostos cyborgs							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
sucesabanero	3800	100	Sem ID	Virgilio Ponce	1200	99	França
a_subversivo	2600	100	Venezuela	mane523	1200	96	Sem ID
Alitapaz	2000	96	Argentina	PRC2021	1100	94	P. Equador
hectorrCagua	1900	36	Venezuela	JuanBFMartinez	990	100	Cuba
OJOVENE	1600	66	Venezuela	DANCARXXI	970	100	Venezuela
machadodz	1500	92	Venezuela	gustavocrespo73	960	96	Uruguai
chamo_arias	1400	97	Equador	Libertaria120	920	91	Espanha
PrometeoNews	1400	99	Venezuela	Edgartm12	800	100	Colômbia
MediaGuerrillaV	1300	77	Venezuela	rayleon1515	770	81	Colômbia
MIguelc791	1300	99	P. Venezuela	Ivanelov	770	100	Venezuela
guver2008	1300	83	P. Venezuela	jcmateus86	760	97	P. Colômbia
GriseldaMafalda	1200	75	Argentina	Sanchezbrujito	730	69	Venezuela
elchamocandanga	1200	93	Venezuela	NunezBela	730	91	Cuba
mgamba58	1200	100	Colômbia				

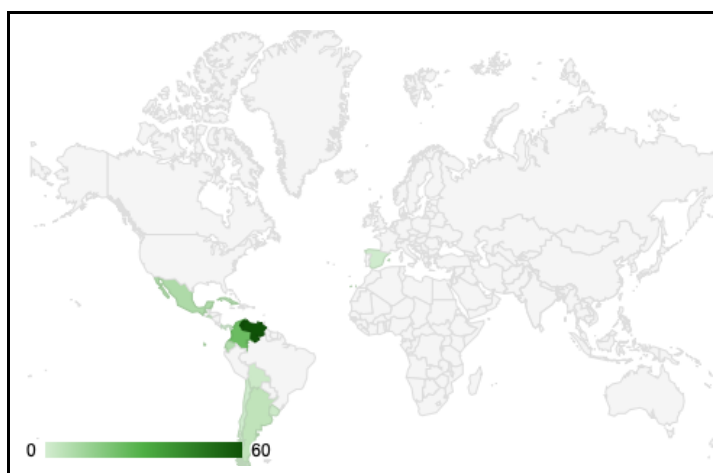
Treze usuários foram classificados como **altamente suspeitos** devido à alta taxa de publicação que varia de 99 a 504 tweets por semana, dos quais 75 por cento são retweets. A maioria desses usuários está localizada na (7) Venezuela, (6) Colômbia e (2) Equador.

Um total de 48 usuários foram considerados **suspeitos** por suas altas taxas de publicação, que variam de 100 a 500 postagens semanais. Esses usuários estão localizados principalmente na (15) Venezuela, (7) Colômbia, (1) México, (1) Argentina e (1) Nicarágua.

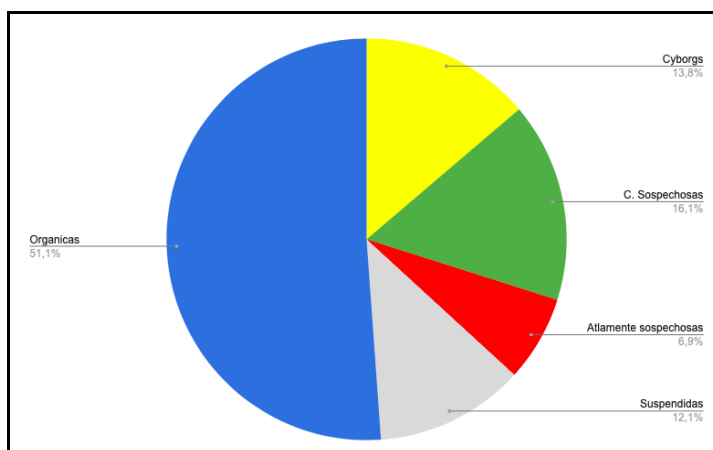
Usuários altamente suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
ethienyren	690	93	P. Colômbia	mundoenoticias	620	95	Sem ID
observadortwits	690	93	P. Colômbia	Jjcguz	560	89	P. Colômbia
Roldandpv	680	100	P. Colômbia	Beacandanga	530	65	P. Venezuela
ClauSilvero2	650	100	Argentina	Cantante777	520	100	Equador
EfrainCamacho13	620	63	Sem ID	samario	520	98	Sem ID
carlitosecheve	620	100	P. Colômbia	favubus	504	100	Equador
Usuários suspeitos							
elpedroski	500	100	Venezuela	luismoralejafin	230	99	Venezuela
jgonzaca	480	98	Venezuela	librenqn	210	81	Argentina
asoguardas	460	98	Sem ID	chirikayen29	200	96	P. Venezuela
diogenesherdez1	430	42	Sem ID	iangulochacon	200	71	P. Venezuela
fabfashionista8	410	96	Sem ID	palosj	200	98	Sem ID
Kaleno87	410	95	Nicarágua	jchaconroa	180	98	Sem ID
mariju929	400	100	Sem ID	CrissRiosM	180	100	Colômbia
diegobriceno77	380	100	P. Colômbia	KIKEpelado1	180	100	Sem ID
marlonr2002	360	100	P. Venezuela	Lorena38827676	180	96	Sem ID
OcaesarD	350	82	P. Colômbia	ocixneros	170	100	México
comandanteful	340	97	Venezuela	oscartigre2019	160	99	Sem ID
Yanesky	320	100	Venezuela	ColmGuillermina	160	100	Venezuela
CeciliaConcilio	320	98	Venezuela	NestorA56139528	160	95	Cuba
CrazyHourse	320	98	Venezuela	1ffe0c2d05b44ff	150	100	Sem ID
javidelro	310	97	P. Colômbia	lenmaryv	140	92	Venezuela
edferobayo	300	100	P. Colômbia	GARCÍAJej	140	99	Venezuela

Gustavo__Diaz	300	80	Venezuela	FlorDePitaya	130	94	P. México
ddavidperez22	250	92	Colômbia	MariBelandria1	130	100	Venezuela
keyanavi	250	76	Sem ID	JosLuis25848363	120	68	Sem ID
MiriamH31	240	98	Sem ID	geolize	100	98	Venezuela

Quem são os possíveis integrantes de tropas cibernéticas que reproduzem conteúdo sobre a Colômbia e onde estão localizados?



A maioria desses usuários está localizada na América Latina, principalmente na Venezuela, seguida da Colômbia e, por último, outros países da região como México, Cuba, Bolívia e Argentina.



Das 174 contas revisadas manualmente, 51,1 por cento parecem ser orgânicas, o que é alto em comparação com os 12,8 por cento classificados como supostos cyborgs, 16,1 por cento como usuários suspeitos e 6,9 por cento como usuários altamente suspeitos. Semelhante aos casos da China, Venezuela, Cuba e Rússia, há uma porcentagem significativa de contas normais, mas uma porcentagem de usuários desproporcionais foi identificada ao analisar posteriormente as interações do usuário com a mídia.

Conclusões Gerais Colômbia

Coordenação do usuário

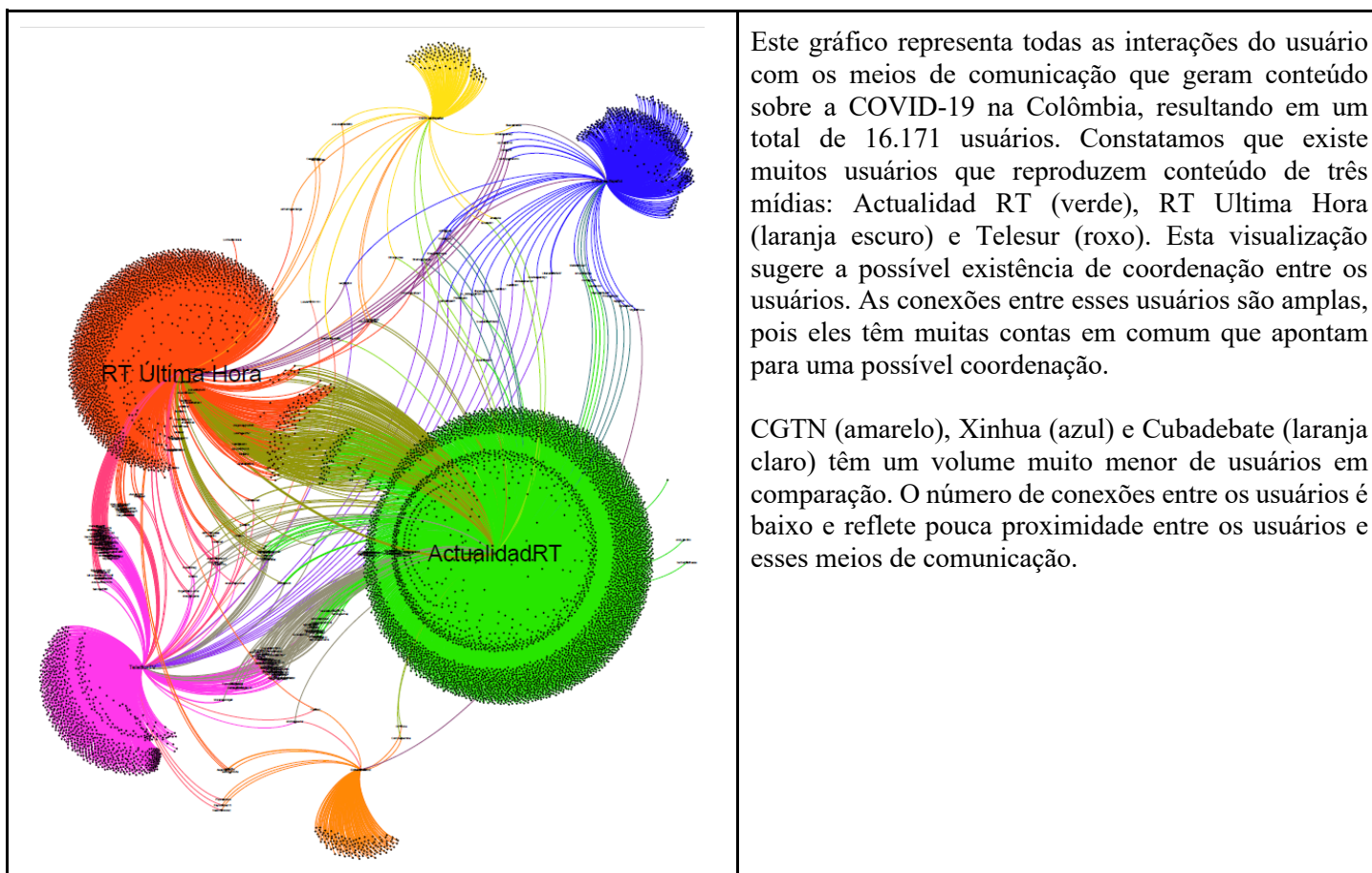
A coordenação entre os usuários para posicionar o conteúdo no debate online geralmente faz parte do processo de desinformação. Com base nos estudos de caso selecionados, foi desenvolvida uma visualização geral de dados de conteúdo que menciona a Colômbia para observar o comportamento de 50.854 usuários. Um total de 174 contas foram revisadas manualmente e identificadas como *boundary spanners*, ou usuários que interagiram com o conteúdo de mais de dois meios de comunicação. Também é notável a coordenação entre os usuários vinculados à Actualidad RT e ao Telesur, que possuem mais de 745 usuários em comum. Isso contrasta com o resto dos meios de comunicação, que têm um pequeno número de fronteiras e sugerem uma coordenação limitada entre os usuários na disseminação de informações sobre a Colômbia.

Manipulação do usuário

Dos 174 usuários identificados como invasores de fronteira e possíveis membros de tropas cibernéticas, a maioria está localizada em dois países: Colômbia (24) e Venezuela (60). Um grupo adicional de usuários foi classificado como supostos cyborgs (28), usuários altamente suspeitos (13) e usuários suspeitos (48), caracterizados por comportamento desproporcional em suas postagens semanais. Da mesma forma, um total de 89 usuários foram identificados como tendo comportamento orgânico devido às baixas taxas de publicação (menos de 98 tweets por semana). Isso sugere que há um nível mínimo de manipulação do tráfego do Twitter no conteúdo dirigido à Colômbia, uma vez que a maioria dos perfis que divulgam informações são orgânicos.

COVID-19 e Colômbia

Como são as interações do usuário com a mídia que cobre COVID-19 na Colômbia?



Um total de 357 contas que interagiram com a cobertura da pandemia na Colômbia foram revisadas manualmente. Classificamos 57 usuários como **supostos cyborgs** devido ao seu comportamento desproporcional; suas taxas de publicação são muito altas, neste caso, variam de 700 a 9.700 postagens por semana (TPS) e apresentam alto percentual de retweets (R-RT). A maioria desses usuários está localizada na (24) Venezuela, (16) Colômbia, (2) Equador, (2) Estados Unidos, (2) Peru e (1) México. Não foi possível identificar a origem dos demais usuários.

Supostos cyborgs

Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
JairoGarcíaXXI	9700	96	P. Colômbia	nellytaylor1414	1200	100	Sem ID
cesar_García_nt	8000	99	Colômbia	espe_maria	1200	96	Colômbia
PrometeoNews	8000	95	Venezuela	SergioGPerezC	1000	100	Guatemala

MarielaAlvear	4500	83	P. Colômbia	ramedugonzalez	1000	98	Equador
silvrib	3200	100	Brasil	Cesar_Balac	1000	96	Peru
FROILANZ	3200	100	Colômbia	Je_Albearci	990	990	P. Colômbia
ManuelCortazar7	2600	100	P. Colômbia	shirley2096	980	89	P. Colômbia
dragonnegro2395	2200	74	Sem ID	DANCARXXI	970	100	Venezuela
yasmi70	2200	96	P. Venezuela	251063andy	920	100	Venezuela
aagramirez	2100	100	Colômbia	enferguilliani	910	99	Venezuela
Nueza	2000	88	Peru	mariyu64	910	96	Venezuela
RigouLopez	1900	100	Sem ID	Richardalex	880	87	P. Venezuela
BritoSjv23	1900	100	P. Venezuela	tele_sig	870	83	P. Colômbia
SenorCaicedo	1900	77	Colômbia	AlRomanMppf	830	91	P. Venezuela
Moro_kuni	1800	89	Colômbia	licmore	810	99	Venezuela
Shaktive	1800	96	Venezuela	limarcas	790	100	Venezuela
rauamu	1600	100	P. Venezuela	García_Edwar_S	790	91	Venezuela
fransuarezq	1500	100	P. Peru	PlataApaza	780	100	Bolívia
SARGENTOCASTROV	1500	100	Colômbia	hoswaldosg	770	100	Venezuela
OJOVENE	1500	75	P. Venezuela	asbaeza65	770	84	Sem ID
VirgilioPonce	1400	99	França	TParaco	750	99	Sem ID
alexmosquera50	1300	100	Equador	margaritalemus	740	99	Venezuela
remv73	1300	98	Venezuela	23dwn	740	82	P. Colômbia
carlosochanla88	1300	100	México	oliveros561	710	98	Venezuela
FiguerasAlfredo	1300	68	Argentina	aguaycuenca	710	100	Venezuela
porboyaca	1200	86	Colômbia	elchamocandanga	710	93	Venezuela
Orlando14285774	1200	90	P. Venezuela	Rodribaggio10	700	92	Equador
carlosochanla88	1200	98	P. Venezuela				
JohnnyAS2018	1200	96	El Salvador				

nellytaylor1414	1200	100	Sem ID				
-----------------	------	-----	--------	--	--	--	--

Dezessete contas foram classificadas como **usuários altamente suspeitos** devido à alta taxa de publicação que varia de 95 a 640 postagens por semana, com 75 por cento sendo retuitados. A maioria desses usuários está localizada na (7) Venezuela, (6) Colômbia e (2) Equador.

Usuários altamente suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
linares_roy	640	100	Venezuela	Omanoe30	530	92	Sem ID
jupamata16	620	100	Venezuela	GUNNER1337	530	90	Sem ID
Zarojeha	580	94	Sem ID	19Astaroht	520	98	Colômbia
bichuelo	570	91	P. Colômbia	dianarocio171	510	96	Colômbia
SanchezElith	560	100	Venezuela	samuelricardol	510	98	Colômbia
HectorPernia6	560	100	Venezuela	sonyjwgz	510	100	Equador
Granchi4	559	91	Venezuela	Maria_E_Medina	510	75	Venezuela
HHMARTINL	540	98	Colômbia	rkastrejon	505	95	México
jorgeandresjohn	540	100	Colômbia				

Por último, 71 contas foram classificadas como **usuários suspeitos** porque publicam um número desproporcional de conteúdo semanal, variando de 110 a 490 postagens por semana, com 75 por cento das postagens sendo retweets de conteúdo criado por outros usuários. Esses usuários estão localizados principalmente na (32) Venezuela, (10) Colômbia e (5) Equador.

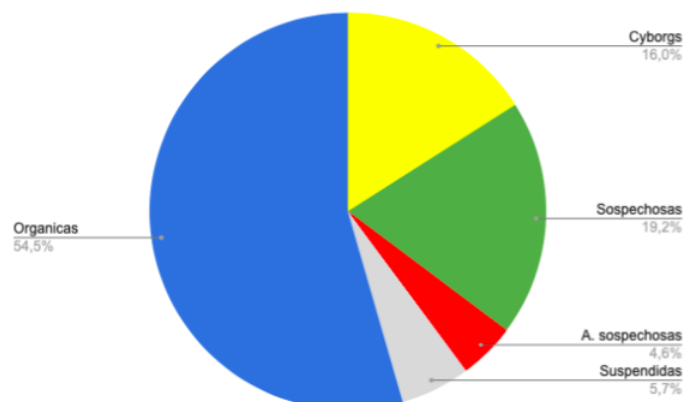
Usuários suspeitos							
Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc	Nome de tela	TPS	% R-RT	Loc
miguelsojo	490	85	Venezuela	vra39ceve	270	91	Venezuela
danidanilo2901	480	96	Colômbia	AER10Rosales	270	100	Venezuela

IngEdalvarez	480	99	Sem ID	v23m	260	100	Venezuela
nabautul	480	99	Venezuela	normamoralesg	260	100	Sem ID
Karimg40	470	94	Venezuela	gonzocianca	250	99	Equador
bervisleon17	470	100	Venezuela	sfrichy	250	100	Equador
jcheocandanga	470	100	Venezuela	GoVladymir	250	100	P. Colômbia
jorgeenquintero	460	100	Sem ID	grafismor99	250	99	Venezuela
gattillos_11	460	97	Equador	MorantesAbigail	230	100	P. Venezuela
info24wil	460	98	Colômbia	Fortuna50761529	220	100	Sem ID
Frankli06815670	450	96	Equador	feucho2010	220	100	Venezuela
saura_victoria	450	95	P. Cuba	juangui0878	220	98	Sem ID
Lakrtuchra	440	91	Venezuela	alexanderjpm72	210	92	Venezuela
AlmeidaCesar12	420	100	Colômbia	Andresromerou12	210	81	Colômbia
xjuantw	400	100	Sem ID	jacintodavila	200	97	Venezuela
jcpirela_vp	400	100	Sem ID	ferchorivera72	190	99	Sem ID
lopezju55	400	100	P.Peru	joosorvacassill	190	83	Colômbia
bedoyarendon	390	96	Panamá	LUisPepe2791	180	100	Peru
agarcos	380	98	Equador	EdgarBlanco_VE	180	98	Venezuela
JMiguelRomero3	370	98	P. Venezuela	LaRocaE77	180	88	Sem ID
INFORMACION2JG P	370	98	Sem ID	asdfg_o	170	99	Colômbia
marlonr2002	360	100	P. Venezuela	YmarZenon	170	100	Venezuela
AlidaDiazBrilla	360	97	P. Venezuela	WonderRola	160	82	P. Colômbia
custodiocr	350	100	Colômbia	Danimoon_LC	160	100	Sem ID
Juandagonza1105	350	100	P. Colômbia	ColmGuillermina	160	100	Venezuela
Jxenize	330	98	Argentina	Aquilestp	150	81	Venezuela
Aquiles2801	310	99	Venezuela	LuisMorilloVEN	150	89	Venezuela
EdnewmanNewman	300	84	Cuba	CitronecJose	140	99	Venezuela

Energyambiente	290	98	P. Colômbia	lourdes_cris	140	100	Venezuela
conescad	290	84	Peru	AmoAVzlaDije	140	75	Venezuela
UnCabimenseMas	289	76	Venezuela	TaverasAndres	140	91	Sem ID
lirapsuv	280	100	Venezuela	CarlosUgrm	140	75	Venezuela
Aa11ddaa	280	100	P. Venezuela	AztileyZaid	130	100	Venezuela
YohanGonzalez16	280	100	Venezuela	Nallbekr	120	98	P. Colômbia
degravesalmarza	280	100	Venezuela	lvirvar	110	100	Venezuela
				Marafernanda41	110	98	Equador

Quem são os possíveis integrantes de tropas cibernéticas que reproduzem conteúdo sobre a COVID-19 na Colômbia e onde estão localizados?

Dos 357 usuários analisados, 54,5 por cento eram contas orgânicas. Outros 16 por cento foram identificados como cyborgs, 19,2 por cento como suspeitos e 4,6 por cento como altamente suspeitos, tudo devido à sua taxa de publicação desproporcional. Isso nos permite inferir que, na análise do conteúdo selecionado e das interações, existem usuários semiautomatizados.



O público que interage com postagens sobre a COVID-19 na Colômbia está concentrado na Venezuela e na Colômbia. Embora as postagens tenham sido criadas por veículos de comunicação chineses, russos, cubanos e venezuelanos, o público principal é a Venezuela. Também vemos a participação de outros públicos de países da região, como México, Peru, Equador, Cuba, Argentina, Brasil e países da Europa como a Espanha.



COVID-19 & Desinformação - Colômbia e a compra do fármaco russo Avifavir

Em 14 de julho de 2020, a TeleSur e a RT Ultima Hora sugeriram que a Colômbia, o Peru e o Brasil comprariam o fármaco russo Avifavir para combater os sintomas da COVID-19. Essa suposição foi feita com base em uma declaração de Kiril Dmitriyev, diretor do Russia Direct Investment Fund (Rdif), e apoiada por artigos de notícias postados em seus respectivos sites. Embora nenhuma das duas postagens tivesse maior alcance (TeleSur teve 44 retweets e sete comentários, e RTU teve 680 retweets e 93 comentários), a Revista Semana reagiu postando uma publicação. Embora tenha recebido apenas 17 retweets e 3 comentários, a Revista Semana também postou duas notícias contraditórias: uma afirmando que a Colômbia vai comprar Avifavir; o outro nega com base em uma declaração oficial do Ministério da Saúde da Colômbia.



Link para o tweet : Telesur TV no Twitter: "#México, #Brasil, #Colombia y #Perú han comprado ya el antiviral #Avifavir, medicamento recién sacado al mercado por #Rusia <https://t.co/XdgtHEvjxJ>" / Twitter
 Link para a notícia: <https://www.TeleSurtv.net/news/mexico-colombia-peru-brasil-compran-medicamento-ruso-20200714-0004.html>

Link para o tweet: <https://twitter.com/RevistaSemana/status/1283083840055939072>





Link para o tweet: RT Última Hora no Twitter: "ÚLTIMA HORA: México, Colombia, Perú y Brasil, entre los países que compran el fármaco ruso contra el COVID-19 Avifavir <https://t.co/LXC4e4E29G> <https://t.co/j2frOQADUF>" / Twitter
 Link para a notícia: <https://actualidad.rt.com/actualidad/359847-mexico-colombia-peru-brasil-comprar-farmaco-covid19>

Link para a notícia: <https://www.semana.com/nacion/articulo/avifavir-colombia-compra-farmaco-ruso-para-el-coronavirus--noticias-hoy/686414>
 Link para a notícia: <https://www.semana.com/pais/articulo/coronavirus-avifavir-en-colombia-para-tratar-COVID-19/292546/>

COVID-19 - Colômbia e brigadas médicas cubanas

Em 15 de julho de 2020, o prefeito de Medellín Daniel Quintero Calle enviou uma carta ao embaixador cubano solicitando o envio de uma brigada médica para tratar pacientes em estado crítico devido à pandemia COVID-19. Em 26 de julho, a carta vazou na mídia nacional cubana (não se sabe quem vazou a carta e causou reação de alguns líderes políticos e setores da sociedade civil. Este é considerado um caso de informação incorreta e a única publicação da mídia cubana sobre a COVID-19 na Colômbia. Vale destacar que as postagens de Cubadebate e Telesur no Twitter não foram bem recebidas (tiveram apenas 152 e 32 retweets, respectivamente). Tampouco o foi a publicação da Revista Semana, que atingiu no máximo 62 retweets da postagem da diretora Vicky Davila e 13 retweets da postagem da jornalista Andrea Nieto, embora tenha sido um dos únicos veículos de comunicação nacionais a cobrir o assunto em notícias de última hora. Em comparação, as respostas a esta carta por figuras políticas como Maria Fernanda Cabal e Álvaro Uribe no Twitter receberam altos níveis de interação (ultrapassando 6.000 comentários e 9 retweets), provavelmente porque se opuseram ao pedido do prefeito, sugerindo espionagem e exploração do trabalho.

 <p>Alcalde de #Medellin envía carta para solicitar la ayuda de médicos cubanos bit.ly/2OYbx2K #Cuba #Colombia</p> <p>Alcalde de Medellín envía carta para solicitar la ayuda de médicos cubanos El alcalde de Medellín se adelantó a comunicarse con el embajador de Cuba en Colombia, José Luis Ponce, para solicitarle una misión de médicos internistas...</p> <p>12:10 AM · Jul 28, 2020 · Cubadebate</p> <p>151 Retweets 6 Quote Tweets 195 Likes</p>	 <p>Alcalde de Medellín en #Colombia, Daniel Quintero, solicitó la ayuda del personal médico cubano para combatir el virus de la Covid-19 en esa ciudad</p> <p>Alcalde colombiano solicita ayuda a médicos cubanos para combatir la Covid-19... El alcalde de Medellín instó al Ejecutivo colombiano a no priorizar intereses políticos por encima de la vida.</p> <p>7:57 PM · Jul 27, 2020 · Twitter Web App</p> <p>32 Retweets 2 Quote Tweets 40 Likes</p>	 <p>¿Se necesitan médicos cubanos en Colombia para controlar la pandemia del coronavirus? La propuesta del alcalde de Medellín, Daniel Quintero, pasa por #ElControl con @MAndreaNieto. #SemanaNoticias bit.ly/331pTHQ</p> <p>¿Se necesitan médicos cubanos en Colombia para controlar la pandemia del coronavirus? La propuesta del alcalde de Medellín, Daniel Quintero, pasa por #ElControl con @MAndreaNieto. #SemanaNoticias</p> <p>6:58 · 8.7K views</p> <p>6:42 PM · Jul 27, 2020 · Twitter Ads</p> <p>13 Retweets 2 Quote Tweets 37 Likes</p>
<p>https://mobile.twitter.com/cubadebatecu/status/1287978622310125568</p>	<p>https://mobile.twitter.com/TelesurTV/status/1287914964188041218</p>	<p>https://twitter.com/RevistaSemana/status/1287881183045521409</p>

<p>https://twitter.com/quinterocalle/status/1287403902464294912?lang=en</p>	<p>https://twitter.com/VickyDavilaH/status/1287544376458194944</p>	<p>https://twitter.com/AlvaroUribeVel/status/1287398600553750528</p>

Conclusões sobre o conteúdo sobre COVID-19 na Colômbia

Coordenação de usuário

Uma visualização dos tweets COVID-19 na Colômbia foi desenvolvida para observar o comportamento de 16.171 usuários. Desse total de usuários, 357 foram identificados como *boundary spanners* ou usuários que interagiram com o conteúdo de mais de dois meios de comunicação. Como resultado, observou-se a coordenação entre os usuários que interagem com Actualidad RT, RT, Última Hora e Telesur. Esses pontos de venda têm mais de 745 usuários em comum, ao contrário dos pontos de venda restantes que têm um número significativamente menor de chaves de limite entre eles. Isso implica coordenação limitada entre os usuários que interagem com todos os diferentes meios de comunicação.

Manipulação de usuário

Esses 357 usuários identificados como *boundary spanners* são possíveis membros de tropas cibernéticas localizadas principalmente em dois países: Venezuela (129) e Colômbia (58). Além disso, 57 usuários foram classificados como supostos cyborgs, 17 como altamente suspeitos e 71 como suspeitos, devido ao comportamento desproporcional em suas postagens semanais. Da mesma forma, um total de 189 usuários foram identificados como tendo comportamento orgânico devido às suas baixas taxas de publicação (menos de 98 tweets por semana). Portanto, há evidências de uma manipulação mínima do tráfego do Twitter sobre o conteúdo da Colômbia, já que a maioria das contas que divulgam a informação são usuários orgânicos.

Conclusões Gerais

Quem, como, quando, onde, por que meios e de que forma eles espalham desinformação, informação incorreta ou propaganda em seus respectivos países?

- China: 184 contas distribuem postagens criadas pela mídia chinesa, incluindo supostos cyborgs (18) localizados principalmente na Venezuela, Argentina, Colômbia e Uruguai e usuários altamente suspeitos (3) localizados na Venezuela (2) e no México (1). Os meios de comunicação chineses analisaram os picos experimentados nas postagens durante novembro de 2019, dezembro de 2019 e maio de 2020.
- Rússia: 247 contas propagaram informações criadas pelos meios de comunicação russos, incluindo supostos cyborgs (40) e usuários altamente suspeitos (10) localizados principalmente na Colômbia. Os meios de comunicação russos analisados tiveram picos de postagens durante setembro de 2019, outubro de 2019, novembro de 2019 e setembro de 2020.
- Cuba e Venezuela: 225 contas divulgaram informações criadas por veículos cubanos e venezuelanos, incluindo cyborgs (18) localizados na Venezuela, Colômbia e Cuba, além de usuários altamente suspeitos (10) localizados na Colômbia. Os meios de comunicação tiveram picos de postagens durante novembro de 2019 e setembro de 2020 (mídia cubana) e janeiro de 2020 e agosto de 2020 (mídia venezuelana).

Tendo tido a oportunidade de analisar milhares de Tweets de atores ou estados autoritários que espalham desinformação:

Quais são as conclusões sobre os pontos-chave que caracterizam esses atores e sua forma de atuação? Qual é o impacto deste ecossistema e atividade na sociedade civil nos respectivos países?

- De maneira geral, reconhecemos diferentes modos de atuação enquadrados na lógica do *sharp power*, por meio da estratégia de cada um dos Estados estudados:
 - A China prioriza cargos que se apresentem como aliados dos países em desenvolvimento, respeitando as condições internas de cada país. Nesse caso, destacam-se as postagens sobre questões econômicas e comerciais.
 - A Rússia se concentra em postagens que criticam os países democráticos com fortes relações com os EUA. Recorre à menção constante das deficiências destas instituições governamentais e dá visibilidade a protestos sociais, atos de

repressão e violações dos direitos humanos.

- Cuba e Venezuela fazem referência a suas revoluções para destacar a fraqueza dos governos capitalistas e a força de seus regimes. Cuba se concentra em denunciar as sanções impostas pelos Estados Unidos e os avanços da medicina e da educação, enquanto a Venezuela critica a legitimidade institucional dos países adversários.
- O interesse desses Estados em realizar estratégias de desinformação (de caráter “propaganda”) na Colômbia é significativamente baixo, visto que não há uma grande produção de tweets com foco no país. Portanto, o impacto no ecossistema do usuário da mídia e na atividade social na Colômbia é baixo.
- O estudo de caso que mais chamou a atenção para a Colômbia e talvez gerou algum impacto foi o da Rússia. Postagens da mídia russa questionaram o desrespeito do governo colombiano aos protestos sociais e aos direitos humanos, resultando em interações principalmente da oposição local.

De que forma a abordagem metodológica dos estudos de caso ajudou a compreender e desagregar a atividade gerada pelos diferentes agentes de desinformação em cada país? De que maneiras e com que recursos podemos entender ou pesquisar a desinformação nos respectivos países?

- A abordagem metodológica utilizada permitiu um nível significativo de análise detalhada. Pudemos traçar o perfil de usuários que divulgam informações de diferentes meios de comunicação e identificam aqueles que o fazem em mais de um dos Estados sob escrutínio (ver recomendação 8.1).
- É difícil acessar recursos tecnológicos sofisticados e projetados para buscar usuários que disseminam desinformação. Ter acesso a esses recursos nos permitiria aprofundar e especificar ainda mais nossas descobertas (ver recomendação 8.2)

Quais são suas recomendações para os países democráticos da América Latina e suas respectivas sociedades civis para mitigar e neutralizar os efeitos e danos causados pela desinformação propagada pela China, Rússia e outros estados autoritários?

Em primeiro lugar, recomendamos políticas destinadas a reduzir as lacunas no acesso à informação para que a sociedade possa pesar as informações que recebe. Em segundo lugar, recomendamos a promoção de programas de jornalismo de dados que trabalhem para desenvolver ferramentas de verificação de fatos (ver recomendação 8.3).

Quem, como, quando, onde, por quais meios e de que forma países autoritários como China, Rússia e outros usaram a questão da COVID-19/vacinas para dividir/causar polêmica/desinformar?

- Este estudo confirmou que a COVID-19 não era um tópico prioritário usado para impactar o ecossistema de informação na Colômbia. Apenas a China cobriu a COVID-19 durante o período do estudo, porém limitou seu conteúdo a informações sobre o número de casos na Colômbia. Portanto, podemos supor que os Estados não utilizaram a COVID-19 como parte de suas estratégias de desinformação.

Recomendações

De que forma a abordagem metodológica dos estudos de caso ajudou você a compreender e desagregar a atividade gerada pelos diferentes agentes de desinformação em cada país?

A metodologia de busca de desinformação na Colômbia se concentrou nas contas espanholas do Twitter de veículos afiliados a países não democráticos que fazem parte do ecossistema de mídia nacional da Colômbia. Por meio dessa abordagem, as estratégias de mídia foram compreendidas com mais detalhes, enfocando três aspectos principais: 1. identificação de tópicos, 2. identificação de picos de publicação e 3. identificação de usuários inorgânicos. Ao examinar os temas discutidos em posts sobre a Colômbia, foi possível desenvolver uma espécie de dicionário ou campo semântico correspondente a cada meio que facilitou a busca por informações mais especializadas na API do Twitter. Além disso, foi possível identificar picos de postagens por contas que produzem informações. Destacaram-se as postagens que enfatizaram certos temas relacionados com a situação interna da Colômbia. Essas constatações são decisivas para pesquisas futuras e nos permitirão entender o quanto se dá ênfase a certos temas relacionados à Colômbia. Por fim, o uso de análise de redes sociais (ARS) e aplicativos de aprendizado de máquina como o Botometer e Pegabot foram fundamentais para a identificação de usuários com comportamento desproporcional buscando manipular o debate online, impulsionando tendências de conteúdo e influenciando campanhas de informação.

De que maneiras e com que recursos podemos entender ou pesquisar a desinformação nos respectivos países?

Para entender o comportamento dos usuários inorgânicos na Colômbia, é essencial melhorar os aplicativos de código aberto que permitam uma análise mais aprofundada deste fenômeno. Por exemplo, aplicativos de aprendizado de máquina como o Botometer (<https://botometer.osome.iu.edu>) ou Pegabot (<https://pegabot.com.br>) foram criados para analisar usuários do Twitter, no entanto, eles incluem uma série de limitações para acessar

informações, o que impede a precisão total dos resultados e exige cautela ao extrair informações.

Com base nos resultados dessas pesquisas, seria útil concentrar os recursos em um georreferenciamento mais profundo de usuários inorgânicos trabalhando em coordenação para disseminar o conteúdo produzido pelos meios de comunicação venezuelano e russo na Colômbia. Uma vez identificada a localização, é possível contrariar as estratégias de desinformação desmistificando ou confirmando boatos que existem na opinião pública devido a declarações de determinados grupos políticos que buscam polarizar a sociedade civil.

Quais são suas recomendações para os países democráticos da América Latina e suas respectivas sociedades civis para mitigar e neutralizar os efeitos e danos causados pela desinformação propagada pela China, Rússia e outros estados autoritários?

Existe uma lacuna no acesso digital e no estudo da desinformação na Colômbia, o que dificulta para a sociedade civil neutralizar os efeitos desse fenômeno. Isso é comprovado pelos altos custos de ferramentas sofisticadas que permitem àqueles com maior acesso identificar anomalias na desordem da informação. Assim, preencher essa lacuna de acesso facilitaria a pesquisa para mitigar a desinformação.

Para mitigar as operações de desinformação na Colômbia, é fundamental fortalecer o campo emergente do jornalismo de dados e promover alianças entre jornalistas, verificadores de fatos e organizações da sociedade civil (<https://colombiacheck.com>, <https://linternaverde.co/en/> e <https://web.karisma.org.co>) e academia. As colaborações entre esses grupos permitiriam uma análise focada de casos particulares de desinformação impulsionados pela Rússia, China e grupos políticos domésticos. Além disso, neutralizar a desinformação requer uma maior compreensão das estratégias de *sharp power* para combater os rumores que circulam entre a opinião pública como resultado de campanhas direcionadas.

Centro para la Apertura e Desarrollo da América Latina (CADAL) - Propaganda e Desinformação da China e Rússia na Argentina, Chile e Peru

Neste estudo da CADAL, a desinformação é demonstrada como um dos principais elementos das estratégias dos governos chinês e russo para a influência política na Argentina, Chile e Peru. Essa desinformação é conduzida por empresas de mídia estatais russas e chinesas, que usam a omissão de dados, o tratamento seletivo dos fatos e a propaganda com intencionalidade política. A evidência indica que a mídia estatal russa se envolve de uma forma muito direta, muitas vezes para incitar o descontentamento social e semear a discórdia, enquanto a mídia chinesa utiliza uma abordagem diplomática mais sutil para se estabelecer como a potência hegemônica mais desejável para fazer parceria comercial e politicamente. Os governos russo e chinês enfatizam os aspectos positivos da vacina da COVID-19 de seus países, ao mesmo tempo em que enfatizam as características negativas das alternativas EUA-Occidente. Ao mesmo tempo, a mídia russa enfocou desproporcionalmente os protestos sociais no Chile, um importante aliado dos EUA na região. Na Argentina, Chile e Peru, a China destaca seu papel como parceiro benevolente e generoso.

Introdução e Metodologia

A desinformação é um dos principais elementos das estratégias chinesas e russas de influência política. A desinformação engloba formas sutis de manipulação de informações, incluindo a omissão de dados, o tratamento seletivo de fatos e a propaganda com intencionalidade política. Não se trata apenas de espalhar mentiras, mas de uma combinação de verdades e falsidades, de omissões informativas e de tratamento seletivo de fatos e dados, para enganar o público.

Demonstrar a intencionalidade das mensagens e identificar informações incorretas requer uma análise completa, caso a caso, de todo o conteúdo publicado, incluindo investigações sobre a exatidão dos fatos e a credibilidade das fontes. Dada a complexidade de tal análise, este estudo se concentra em identificar, descrever e analisar as narrativas, propaganda e informações incorretas disseminadas pelos principais meios de comunicação estatais chineses e russos para o público latino-americano.

Os meios de comunicação oficiais chineses e russos têm, há anos, investido recursos extraordinários para internacionalizar e divulgar suas mensagens e narrativas pelo mundo em diferentes idiomas, incluindo espanhol e português. Seu tratamento do jornalismo e sua maneira de compreender o papel que a mídia desempenha na sociedade são vistos mais evidentemente em seus próprios ecossistemas de informação domésticos, que dificilmente são construídos sobre uma apreciação de pontos de vista alternativos que, de outra forma, enriqueceriam a pluralidade de informações no campo da comunicação.

Pelo contrário, os meios de comunicação estatais chineses e russos servem ao poder político. Isso implica que operam na prática como verdadeiras entidades do Estado, cuja função, tanto no país quanto no exterior, é divulgar as mensagens do Estado — na forma de propaganda e desinformação — visando apoiar a agenda e os objetivos políticos de seus governos. Além disso, a preponderância da mídia chinesa e russa atuando na América Latina não se traduz em empresas de mídia transparentes, independentes do governo e comprometidas com a prática ética do jornalismo. São, de fato, atores jornalísticos a serviço das causas políticas do momento, recebendo abundantes recursos do Estado, o que por sua vez os isola das preocupações fiscais e econômicas de seus concorrentes da mídia do setor privado.

As evidências reunidas neste estudo apontam para um aparato da mídia estatal russa que se engaja de maneira muito direta, enquanto a mídia chinesa recorre a engajamentos mais sutis. Ainda assim, os dois países, cada um a seu modo, conseguem desorganizar o panorama da informação manipulando conteúdos e moldando a opinião pública, aproveitando os déficits de conhecimento existentes na América Latina. Essa questão é de vital importância para qualquer sociedade democrática — ou seja, a transmissão de informações tem o poder de mobilizar, aumentar a transparência, estimular a participação, promover o envolvimento dos cidadãos e gerar mudanças sociais. Invadir o espaço da informação com uma campanha combinada de propaganda e informações deliberadamente falsas enfraquece as democracias e torna as sociedades livres ainda mais vulneráveis.

A China, cuja influência já é significativa em todo o mundo e no mundo em desenvolvimento em particular, é excepcionalmente eficaz em seus esforços para aproveitar os déficits de conhecimento entre as elites latino-americanas. Se manifestam em um mal-entendido fundamental sobre a história chinesa, sua estrutura política, seu estado de capitalismo e sua relação com o resto do mundo. Essa falta de compreensão cria condições particularmente favoráveis para a divulgação das narrativas oficiais de Pequim com pouca resistência.

Os esforços de Pequim para cortejar as sociedades latino-americanas criam espaço para que as embaixadas e a mídia estatal desempenhem um papel de liderança no engajamento com as elites latino-americanas, geralmente através de redes de “aliados” ou instituições e indivíduos que divulgam as narrativas mais importantes de Pequim. Este estudo analisará de perto o papel desempenhado pelos “aliados” da China na ampliação e divulgação das próprias narrativas e propaganda de interesse do governo chinês.

Esta análise começará cobrindo de perto os principais aparatos da mídia estatal na China e na Rússia para determinar suas narrativas de escolha. Essa revisão apontou para um foco particular no desenvolvimento de vacinas contra a COVID-19 chinesas e russas. Além disso, dois outros tópicos são frequentemente mencionados pela mídia estatal chinesa e russa: por um lado, a mídia chinesa dedica uma cobertura significativa à erradicação da pobreza na China; e, por outro lado, a mídia russa enfoca desproporcionalmente os protestos sociais no Chile.

Os principais meios de comunicação estatais chineses e russos foram selecionados em suas edições em espanhol: para a Rússia, a televisão RT em espanhol (<https://actualidad.rt.com>) e o Sputnik Mundo (<https://mundo.sputniknews.com>); para a China, a agência de notícias Xinhua

(<http://spanish.xinhuanet.com/mobile/index.htm>), o jornal Pueblo en Línea (<http://spanish.peopledaily.com.cn>), CGTN Television (<https://news.cgtn.com/portada>) e China Radio International (<http://espanol.cri.cn>).

O período de análise dos diversos temas vai de 1º de setembro de 2020 a 15 de julho de 2021, conforme o detalhamento na tabela a seguir:

Tema	Período de Análise	Mídia Analisada
Desenvolvimento de vacinas	1º de setembro de 2020 a 15 de abril de 2021	Xinhua, CGTN en español, Pueblo en Línea, Radio Internacional de China, Sputnik Mundo, RT en español
Erradicação da pobreza	1º de novembro de 2020 a 15 de julho de 2021	Xinhua, CGTN en español, Pueblo en Línea, Radio Internacional de China
Protestos sociais no Chile	1º de setembro de 2020 a 15 de abril de 2021	Sputnik Mundo, RT en español

Utilizando a ferramenta de busca MyNews (<https://www.mynews.es>), buscamos e pré-selecionamos as notícias veiculadas pelos veículos citados sobre esses três temas primários, refinando a busca através de filtros de palavras-chave,¹⁹⁸ resultando em uma pré-seleção de artigos aos quais foram posteriormente aplicados novos filtros, de modo a se obter uma amostra representativa das notícias publicadas sobre esses temas.¹⁹⁹ Esta amostra representativa forma, para cada tema em estudo, um corpus de artigos sobre os quais se pode realizar uma dupla análise: por um lado, uma análise quantitativa e classificação das notícias sobre cada tema a partir das suas manchetes e, por outro lado, um exame qualitativo do conteúdo de cada tópico com base em uma análise por palavras-chave. Para tanto, utilizamos a ferramenta Python (<https://www.python.org>), que divide as palavras em palavras-chave associadas às narrativas veiculadas na mídia. Essa decomposição do conteúdo em frases e palavras permite a identificação das palavras e categorias mais repetidas. A ferramenta fornece, assim, o número total de menções de cada palavra no número total de artigos, o número de artigos em que cada palavra selecionada é mencionada pelo menos uma vez, e o número de vezes em que as palavras selecionadas fazem parte das mais visíveis partes da notícia, como no título, subtítulo ou primeiras frases.

¹⁹⁸ “vacuna”, “vacuna china”, “vacuna rusa”, “Sinopharm”, “Sinovac”, “CoronaVac”, “CanSino”, “Sputnik”, “Pfizer”, “Moderna”, “AstraZeneca”, “Johnson & Johnson”, “Janssen”, “pobreza”, “erradicación”, “mapuches”, “Allende”, “Pinochet”, “protestas sociales” (“vacina”, “vacina chinesa”, “vacina russa”, “Sinopharm”, “Sinovac”, “CoronaVac”, “CanSino”, “Sputnik”, “Pfizer”, “Moderna”, “AstraZeneca”, “Johnson & Johnson”, “Janssen”, “pobreza”, “erradicação”, “mapuches”, “Allende”, “Pinochet”, “protestos sociais”).

¹⁹⁹In the screening process, all content that is not prima facie linked to vaccine diplomacy was eliminated. For example, when “modern” is used as an adjective. Also, COVID-19-related news items reflecting official data on infections or deaths, as well as news about confinements or other measures taken by the authorities both in China and abroad, were eliminated. Repeated news items in the same media were also eliminated, but not identical news items published by two or more media outlets analyzed, as each media outlet targets different audiences.

Python também calcula o número de vezes que uma palavra ou grupo de palavras corresponde na mesma frase com outra palavra ou grupo de palavras, o que é útil para ligar palavras e chegar a deduções mais confiáveis. Por exemplo, se palavras como "efeitos colaterais" e "inseguro" correspondem na mesma frase com "AstraZeneca" ou "Pfizer", pode-se concluir que a mídia está enviando notícias sobre vacinas ocidentais em linguagem negativa. Se essa ligação é frequentemente colocada na manchete ou nas primeiras frases da notícia, pode-se inferir que essa narrativa que a mídia está tentando divulgar é importante. As conclusões extraídas dos dados do Python são, em última análise, associadas a uma análise qualitativa completa e aprofundada do conteúdo do artigo. A metodologia descrita pretende estabelecer uma revisão empírica tão abrangente quanto possível das tendências narrativas e propagandísticas de atores chineses e russos no espaço da mídia.

O segundo pilar central de análise é um mapeamento robusto dos “aliados” da China na Argentina, Chile e Peru. Esses indivíduos e instituições são importantes enquanto atuam como “disseminadores” das narrativas de Pequim. Optamos por analisar o papel e o impacto desses “aliados” através de sua atividade no Twitter e, em menor medida, através de sua atividade no Facebook. O universo de “divulgadores” a ser analisado é de 54 contas nas duas redes sociais.

O período de análise para este estudo é de 1º de janeiro de 2020 a 15 de julho de 2021, um ciclo de tempo que abrange a pandemia da COVID-19, incluindo a campanha de doação chinesa relacionada a ela, o desenvolvimento de vacinas e a distribuição de vacinas em uma escala global. Além de explorar o tema da vacina, o monitoramento também incluiu o tema da erradicação da pobreza na China. Twitonomy e FanpageKarma foram as ferramentas usadas para baixar tweets e postagens dos usuários.

Ao enorme volume de dados, diferentes filtros foram aplicados para descartar os tweets não relacionados aos temas escolhidos. Todos aqueles não relacionados à China foram descartados primeiro, e o restante dos tweets foram classificados em planilhas do Excel por área de tópico, após a atribuição de uma série de palavras específicas. Isso nos permitiu quantificar o número de postagens que cada usuário dedicou a cada tópico. Em seguida, procedemos à análise das postagens com base no conteúdo e no contexto.

Finalmente, para verificar se a propaganda chinesa chega à mídia nos três países latino-americanos que cobrimos, realizamos um exercício metodológico semelhante, baixando e analisando todos os tweets publicados pelos 14 veículos representativos da Argentina, Chile e Peru. Esta análise fornece um vislumbre de se a propaganda oficial da China acaba sendo refletida na imprensa local.

Narrativas e Propaganda na Mídia Chinesa

Vacinas

Contexto

De 1º de setembro de 2020 a 15 de abril de 2021, estudamos as narrativas desenvolvidas por Pequim sobre a pandemia da COVID-19. Esta campanha teve como objetivo, por um lado, desmentir a acusação de que o vírus se originou na China e se espalhou pelo mundo devido a um encobrimento por parte das autoridades chinesas. Por outro lado, buscou apresentar a China à comunidade internacional como um país responsável e generoso, envolvendo seu papel de fornecedor e doador global de suprimentos médicos em uma retórica de amizade.

A campanha de propaganda promovida pelo governo chinês, veiculada pela mídia estatal chinesa, entrou em uma nova fase quando a atenção da mídia mundial em torno da COVID-19 se voltou para o desenvolvimento de vacinas como solução para a crise de saúde. A partir desse momento, que coincide com o período de análise deste estudo, o discurso da mídia oficial centrou-se no apoio à pesquisa científica e na eficácia e segurança das vacinas chinesas. Em particular, a mídia estatal chinesa se concentrou nas conquistas do Partido Comunista Chinês (PCC) relacionadas à produção de vacinas e na maneira como o modelo chinês de gestão e desenvolvimento promoveu o sucesso da produção de vacinas.

Análise das Manchetes

Na maior parte, a mídia estatal chinesa inclui suas mensagens principais nas manchetes dos artigos. Como tal, conduzimos uma análise das manchetes de 921 artigos publicados pela Xinhua, CGTN, China Radio International e People Online durante o período do estudo.

Em uma primeira categoria, 122 manchetes mencionando vacinas chinesas (Sinovac, CoronaVac, Sinopharm, CanSino)²⁰⁰ em suas características, eficácia, segurança e desenvolvimento científico; esta categoria não inclui notícias sobre vacinas chinesas enviadas para a América Latina e o mundo em desenvolvimento (que constituem uma categoria separada).

A maioria das manchetes nesta primeira categoria elogiam ou legitimam amplamente a vacina chinesa, com 35 mencionando expressamente a eficácia e segurança das vacinas chinesas, 24 referindo-se ao desenvolvimento e testes clínicos bem-sucedidos das vacinas chinesas, 28 relatando sobre a aprovação, comercialização, produção, fornecimento ou distribuição das vacinas e 11 mostrando exemplos da mídia e de outros atores estrangeiros que legitimam as vacinas chinesas.

A segunda categoria de manchetes inclui 251 notícias que se referem a vacinas estrangeiras, tanto ocidentais (Pfizer, Moderna, AstraZeneca, Johnson & Johnson e Janssen) quanto a russa Sputnik V. Esta categoria inclui esses dois agrupamentos para determinar como a mídia chinesa apresenta vacinas estrangeiras em comparação com a narrativa em torno das vacinas chinesas. Nesta categoria, encontramos 71 manchetes que relacionavam as vacinas Pfizer, AstraZeneca, Moderna, Janssen e Johnson & Johnson com linguagem negativa, aludindo a “problemas”, “efectos secundarios”, “reacciones adversas”, “trombosis”, “reacciones alérgicas”, “muertes”, “enfermedades”, “coágulos”, “complicaciones”, “anafilaxis”, “preocupación”, “pesimismo”,

²⁰⁰Sinovac and Sinopharm refer to the two major Chinese biotechnology companies that have developed vaccines against COVID-19. CoronaVac is the trade name of Sinovac's vaccine.

“restricciones”, “revisiones”, “pausas”, “suspensiones”, “demoras”, “lentitud”, “atrasos”, “interrupciones”, “investigaciones”, “suministro reducido” ou “eficacia cuestionada” (“problemas”, “efeitos colaterais”, “reações adversas”, “trombose”, “reações alérgicas”, “mortes”, “doenças”, “coágulos”, “complicações”, “anafilaxia”, “preocupação”, “pessimismo”, “restrições”, “revisões”, “pausas”, “suspensões”, “demora”, “lentidão”, “atrasos”, “interrupções”, “investigações”, “fornecimento reduzido” ou “eficácia questionada”).

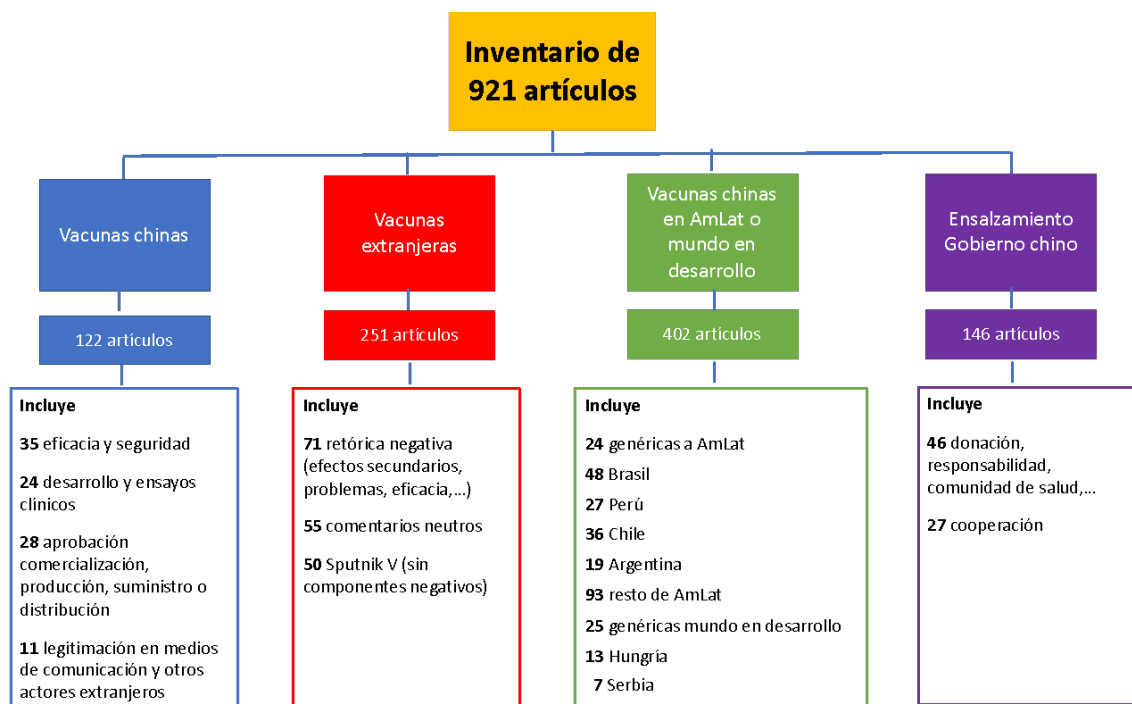
Outras 55 manchetes relacionadas às vacinas ocidentais eram meramente informativas. Digno de nota, nenhuma das 50 manchetes da mídia estatal chinesa sobre a vacina russa Sputnik V descreveu essa vacina em termos negativos.

A terceira categoria contém 402 notícias em que as vacinas chinesas são legitimadas ou promovidas na América Latina e no resto do mundo em desenvolvimento, criando assim a imagem de uma China capaz de desenvolver uma vacina confiável e segura. Essas notícias estavam geralmente repletas de exemplos de governos e instituições latino-americanos elogiando a China por seus esforços. Proeminentes entre as manchetes são aqueles que anunciam testes clínicos bem-sucedidos de vacinas chinesas, reafirmando assim a segurança e eficácia percebidas das vacinas.

Da divisão regional dentro desta categoria, a região “América Latina” foi genericamente mencionada 24 vezes, 48 menções ao Brasil, 27 menções ao Peru, 36 menções ao Chile e 19 menções à Argentina, além de 93 menções a outros países latino-americanos. São 13 menções genéricas ao “mundo em desenvolvimento”, bem como outras 112 menções a um total de 25 países em desenvolvimento e regiões fora da América Latina. Por fim, foram feitas 13 menções à Hungria e 7 à Sérvia, ambas aliadas europeias de Pequim.

A quarta categoria de análise inclui 146 itens de notícias com manchetes exaltando o papel da China no mundo ou os pontos fortes do modelo de governança chinês. As manchetes dessa categoria são salpicadas de slogans e terminologia comum na retórica diplomática da China.

Assim, os termos “donación”, “comunidad de salud”, “responsabilidad”, “liderazgo”, “bien público mundial”, “multilateralismo”, “disponibilidad”, “ayuda”, “acceso equitativo”, “compromiso en el suministro”, “distribución justa” e “distribución equitativa”(“doação”, “comunidade de saúde”, “responsabilidade”, “liderança”, “bem público global”, “multilateralismo”, “disponibilidade”, “ajuda”, “acesso equitativo”, “compromisso com o fornecimento”, “distribuição justa” e “distribuição equitativa”) são mencionados diretamente nas manchetes (onde recebe mais atenção, em função de sua localização) 46 vezes. Por sua vez, a palavra “cooperación” (“cooperação”) aparece na manchete de 27 notícias.



Nosso estudo abrangente descobriu que a China se apresenta como uma potência tecnológica e científica, cujas empresas de biotecnologia estão na vanguarda da pesquisa, desenvolvimento e produção de vacinas. Em meio à competição entre países para oferecer uma solução para a pandemia, a mídia chinesa se esforça para demonstrar a eficácia e segurança ímpares das vacinas chinesas, sem fazer nenhuma menção às críticas feitas à China e suas vacinas. Ao mesmo tempo, a mídia estatal chinesa se engaja em uma campanha conjunta de questionamento da eficácia e confiabilidade das vacinas desenvolvidas por empresas de biotecnologia ocidentais como Pfizer-BioNTech, AstraZeneca, Moderna, Johnson & Johnson e Janssen. O estudo descobriu que mais da metade das manchetes da mídia estatal chinesa sobre vacinas ocidentais questionavam a adequação dessas vacinas, enquanto nenhuma das manchetes se referindo à vacina russa Sputnik V tinha as mesmas conotações negativas.

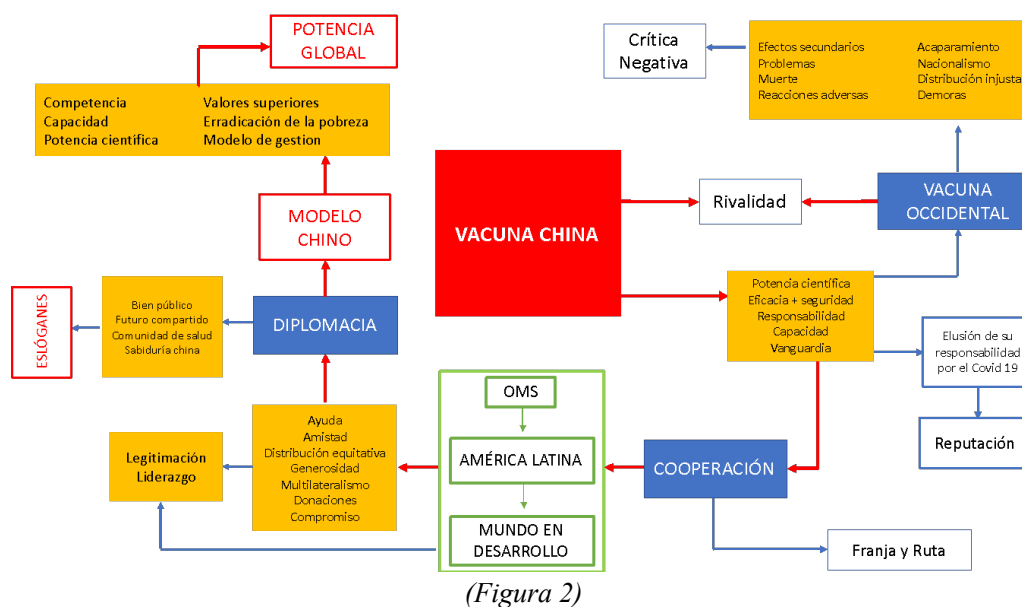
A ideia de que as vacinas chinesas são adequadas é confirmada por mais de 400 manchetes que mostram a aceitação por líderes, personalidades, governos e instituições em 44 países em desenvolvimento (metade deles na América Latina), seja através de notícias de produção ou acordos de fornecimento, doações ou remessas de lotes de vacinas, o sucesso percebido de testes clínicos, elogios às vacinas chinesas ou sua confiabilidade.

A ausência de qualquer crítica às vacinas e manchetes insinuando o apoio do mundo em desenvolvimento ao papel da China nas vacinas cria uma falsa imagem de legitimação que a mídia chinesa explora para retratar Pequim como líder e campeão do mundo em desenvolvimento, ao qual oferece ajuda e distribuição equitativa de vacinas. Para tanto, envolvem seu discurso em uma retórica de amizade, ajuda e cooperação.

Com isso, eles disseminam uma narrativa em torno da COVID-19 em um código geopolítico que lhes permite apresentar o sistema autoritário de Pequim como modelo de gestão e a China como um ator internacional responsável e generoso chamado a se tornar a potência global do

futuro. Essas narrativas propagandísticas coincidem ponto a ponto com as narrativas políticas veiculadas pelas autoridades chinesas em suas aparições públicas.

Conforme ilustrado abaixo (Figura 2), o desenvolvimento de vacinas chinesas eficazes e seguras é usado pela China para tecer uma narrativa como uma potência responsável. Ao mesmo tempo, elogios às vacinas chinesas levam a objeções sobre a adequação e confiabilidade das vacinas ocidentais. A narrativa oficial vincula o desenvolvimento e a distribuição de vacinas a uma retórica de cooperação, voltada especialmente para o mundo em desenvolvimento e com foco na América Latina.



Análise de Conteúdo

A decomposição do conteúdo em frases e destes em palavras através da ferramenta Python permite a identificação das palavras mais repetidas. Isso ajuda a decifrar as narrativas que se pretendem divulgar.

Os dados brutos extraídos do Python são três: 1) o número total de menções de cada palavra-chave no inventário de artigos; 2) o número de artigos em que cada palavra-chave selecionada é mencionada pelo menos uma vez; e 3) o número de vezes em que as palavras-chave selecionadas fazem parte do título ou das seis primeiras frases do artigo (ou seja, no primeiro parágrafo), onde são mais visíveis.

A primeira conclusão tirada dos dados do Python é a preponderância do tema vacina, visando apresentar a oferta chinesa sob um prisma positivo e as vacinas ocidentais sob um prisma negativo. Do total de notícias, vacinas chinesas e internacionais²⁰¹ são citadas um total de 3.599

²⁰¹To avoid duplication, the expressions “vacuna china”, “vacuna rusa” y “vacuna occidental” were excluded in the selection of words, and the search was carried out using the commercial or corporate names of each vaccine.

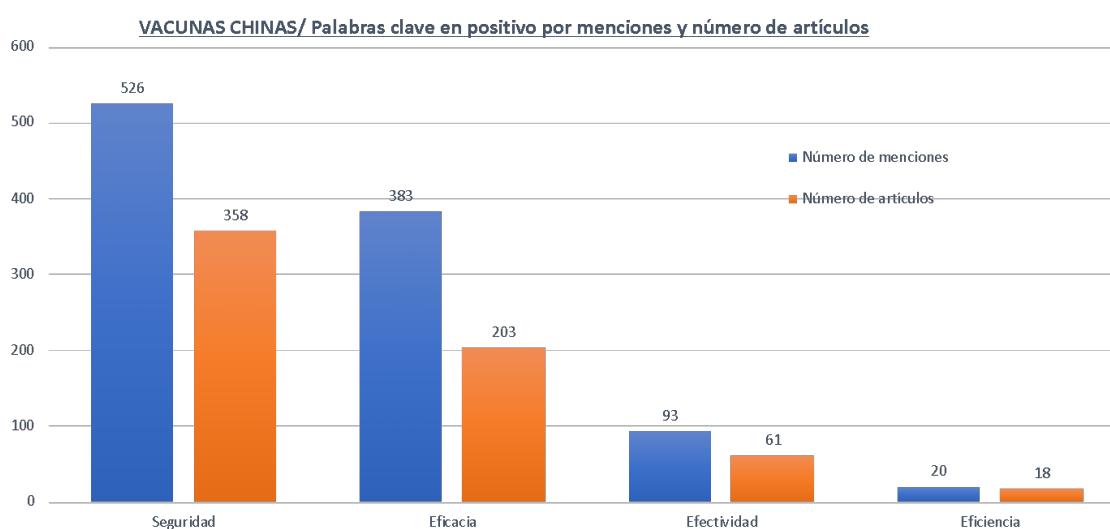
vezes em 1.207 artigos.²⁰² As quatro vacinas chinesas mencionadas com mais frequência, genericamente chamadas de "Sinovac", "Sinopharm", "CoronaVac" e "CanSino", são mencionadas quase duas vezes mais que as vacinas ocidentais (identificadas como "Pfizer", "AstraZeneca", "Johnson & Johnson", "Moderna" e "Janssen"), conforme mostrado abaixo:

MENÇÕES DE VACINAS NA MÍDIA CHINESA			
Palavra (palavra-chave)	Soma da contagem de palavras (1)	Soma de #_art (2)	Soma do cabeçalho (3)
sinovac	1.048	249	344
sinopharm	654	214	219
coronavac	422	147	99
cansino	130	52	42
cansinobio	1	1	1
Totais de Vacinas Chinesas	2.255	663	705
astrazeneca	599	198	217
astrazenecaoxford	24	11	11
oxfordastrazeneca	2	2	2
pfizer	207	105	55
pfizerbiontech	110	55	25
biontechpfizer	26	10	8
moderna (4)	117	68	38
johnson (5)	104	21	48
janssen	24	13	8
Totais das Vacinas Ocidentais	1.213	483	412
sputnik	131	61	60
Totais das Vacinas Russas	131	61	60
Totais das Vacinas	3.599	1.207	1.177
1) número de menções de cada palavra (palavra-chave)			
2) número de artigos em que cada palavra (palavra-chave) é mencionada pelo menos uma vez			
3) número de vezes que a palavra (palavra-chave) aparece nas 7 primeiras frases do artigo			
4) A ferramenta não faz distinção entre substantivos e adjetivos			
5) O número de menções foi dividido por 2 para evitar contagem dupla (para Johnson & Johnson)			

²⁰²This refers to the number of articles in which each vaccine (Chinese, Russian or Western) is mentioned at least once. When two or more keywords are mentioned in the same article, Python counts each mention as appearing in a new article. This explains why the number of 1,207 articles exceeds the 921 that make up the news inventory under analysis.

Consistente com o que foi visto no estudo de manchete, a análise de Python também sugere que a narrativa principal da mídia chinesa gira em torno do elogio à vacina chinesa. Assim, a narrativa oficial foca em mostrar os pontos fortes das vacinas chinesas ao difundir a mensagem de que são eficazes e seguras, ou seja, conseguem desencadear uma resposta imunológica e, ao mesmo tempo, não trazem riscos à saúde.

Esta tese é reforçada pela contagem do número de vezes que as palavras “seguridad” e “eficacia” são mencionadas no corpus dos artigos: 1.022 alusões. Por desagregação, a primeira família de palavras (“seguridad”, “segura”) é mencionada um total de 526 vezes em 358 artigos. Por sua vez, a segunda família de termos (“eficacia”, “eficaz”, “efectividad”, “eficiencia”) é repetida 496 vezes em 282 notícias, conforme mostrado a seguir:



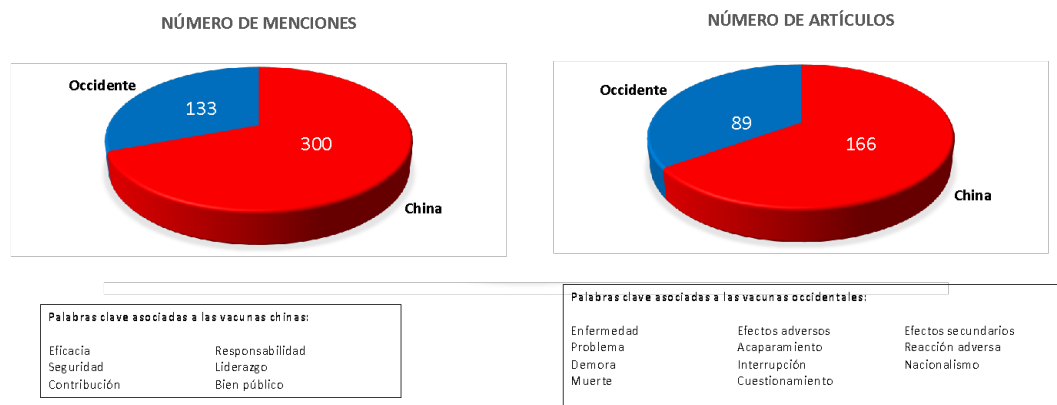
Mais relevante é que a ferramenta Python conclui que as vacinas chinesas são geralmente associadas a palavras com conotações positivas, enquanto as vacinas ocidentais são associadas a termos com conotações negativas. Assim, as palavras “eficacia”, “seguridad”, “contribución”, “liderazgo”, “responsabilidad” ou “bien público” são utilizadas várias vezes na mesma frase, o que as apresenta em termos favoráveis.

Os dados não incluem um número indeterminado de menções positivas a vacinas chinesas cuja ligação com as palavras mencionadas não aparece na mesma frase, mas em outras frases anteriores ou posteriores. A fórmula também não captura todas as vezes em que as vacinas chinesas foram apresentadas de forma positiva usando palavras diferentes das selecionadas.

Ao contrário, a mídia chinesa frequentemente associa vacinas ocidentais a palavras com conotações negativas, de modo a levantar suspeitas sobre sua eficácia ou segurança ou apresentá-las sob uma luz negativa. Assim, em 133 ocasiões, vacinas da Pfizer, Moderna, AstraZeneca, Johnson & Johnson ou Janssen são associadas na mesma frase aos termos “enfermedad”, “muerte”, “problema”, “efectos adversos”, “reacción adversa”, “interrupción”,

“efectos secundarios”, “acaparamiento”, “cuestionamiento”, “demora” ou “nacionalismo”.²⁰³

VACUNAS/ China en positivo vs Occidental en negativo*



* Número de menciones de palabras clave (Keyword) asociadas en la misma frase a una vacuna

Um exemplo do resultado negativo das vacinas ocidentais veio quando 23 idosos morreram na Noruega após serem inoculados com a vacina Pfizer. CGTN intitulou: “A mídia ocidental permanece em silêncio sobre as supostas mortes causadas pela vacina Pfizer-BioNTech.” É impressionante que um título tão rápido não justifique o fornecimento de evidências e que o desenvolvimento seja enviado em 207 palavras. No entanto, um breve texto inclui uma mensagem direta de forma política: “É impressionante...que a grande maioria da mídia ocidental se cale sobre o assunto, enquanto crítica sem fundamento as vacinas desenvolvidas pela China e outras nações, que rotulam como "não confiável".²⁰⁴

Para entender as diferenças entre a irreverência percebida com a qual a mídia estatal chinesa constrói sua narrativa da vacina e o que podemos considerar uma versão contrastante dos fatos, a comparação pode ser ilustrada da seguinte forma:

	Narrativa da Mídia Chinesa	Versão Contrastada
Fases I e II	Certeza de sua segurança e eficácia Promoção e elogio de vacinas chinesas Referência à publicação dos estudos no The Lancet	As fases I e II não permitem que conclusões científicas sejam alcançadas Estudos financiados por instituições chinesas Não há dados apresentados para provar que os vacinados não estão infectados

²⁰³ As in the case of Chinese vaccines, the statistics do not show how many times Western vaccines are criticized using negative words other than the above, or if these words are not used in the same sentence.

²⁰⁴“Los medios occidentales guardan silencio sobre presuntas muertes causadas por la vacuna de Pfizer-BioNTec,” CGTN, January 1, 2021 <https://espanol.cgtn.com/n/2021-01-17/EIeJcA/Los-medios-occidentales-guardan-silencio-sobre-presuntas-muertes-causadas-por-la-vacuna-de-Pfizer-BioNTech/index.htm>

Testes Clínicos	<p>Testes de sucesso</p> <p>Eficácia comprovada da vacina chinesa</p> <p>Omissão de crítica</p>	<p>Dados confusos ou contraditórios</p> <p>4 diferentes percentagens de eficácia</p> <p>Indonésia: 65 por cento</p> <p>Turquia: 91,25 por cento</p> <p>Brasil: 50,38 por cento e 78 por cento</p> <p>Discrepância de dados em relação ao Brasil: percentagem de eficácia não consistente com dados desagregados</p> <p>Informação fragmentada e demora na publicação dos resultados</p> <p>Falta informação para concluir a eficácia das vacinas chinesas</p>
Vacinas Ocidentais	<p>Campanha de desinformação contra vacinas ocidentais</p> <p>Suspeitas sobre eficácia e segurança</p> <p>Publicação de notícias com dados sobre efeitos adversos e mortes atribuídas a essas vacinas</p> <p>Ataque a nova tecnologia usada pela Pfizer e Moderna</p>	<p>Mais eficazes do que os chineses de acordo com dados publicados</p> <p>Nova tecnologia</p> <p>Resultados de seus estudos em publicações revisadas por pares para exame pelo mundo científico</p>
Transparência	<p>Existem “políticos e mídia ocidentais que não conseguem ver o progresso da pesquisa e desenvolvimento de vacinas na China, distorcendo e desacreditando maliciosamente, espalhando boatos como 'A China usa vacinas como ferramenta geopolítica.’”</p> <p>“As recentes aparições frequentes de 'demonização' da vacina chinesa não são apenas motivadas politicamente, mas também comercialmente.”</p>	<p>As empresas chinesas divulgaram menos dados e resultados que as ocidentais.</p> <p>A empresa chinesa não forneceu uma análise dos resultados do ensaio, nem divulgou dados sobre efeitos colaterais graves</p> <p>Chefe de unidade da empresa chinesa garantiu que publicará mais detalhes dos resultados posteriormente, sem especificar data</p>
Aprovação	<p>Para uso de emergência na China meses antes da aprovação</p> <p>Aprovação final em 31 de dezembro de 2020</p>	<p>Venda de vacinas chinesas no exterior antes da aprovação final na China</p> <p>24 países, principalmente de baixa renda, assinaram acordos com empresas chinesas</p>
Vacinação	<p>Anúncio da vacinação de 50 milhões de pessoas para o Ano Novo Chinês antes da aprovação da vacina</p> <p>Vacinação na China: 40 milhões de pessoas ou 3 por cento de sua população</p>	

Narrativa	Uso político da vacina chinesa Vacina deve se apresentar como potência científica, ator internacional responsável e solidário com o mundo em desenvolvimento COVAX: compromisso de 380 milhões de doses para o mundo em desenvolvimento	Perda de confiança nas vacinas chinesas COVAX: 11,6 bilhões de doses oferecidas pelos EUA, Reino Unido e Índia
------------------	---	---

Visto que as vacinas chinesas foram apresentadas em uma luz positiva e as vacinas ocidentais em uma luz negativa, o próximo passo é tentar legitimar as vacinas chinesas destacando qualquer referência positiva do exterior que possa ser apresentada como reconhecimento. Qualquer alusão à mídia ocidental que sirva para ampliar a relevância dos dados e narrativas a serem veiculados contribui para esse propósito.

Por exemplo, no início de setembro de 2020, após a visita do presidente chinês Xi Jinping a Wuhan, a agência de notícias Xinhua publicou um artigo longo, de 6.357 palavras e repleto de propaganda, intitulado "Crônica da liderança de Xi na guerra da China contra a COVID-19".²⁰⁵ Para apoiar a narrativa oficial em torno da COVID-19, o artigo refere-se a uma menção no jornal médico revisado pelo Reino Unido, The Lancet, que observou que “há lições importantes que os presidentes e primeiros-ministros do mundo podem aprender com a experiência da China em desacelerar o propagação da infecção.”

A Xinhua também publicou em uma manchete que a vacina chinesa “‘apresenta dados de eficácia excepcionais’ publica a revista Science”, mas omite que a informação publicada pela revista apenas divulga um comunicado de imprensa do Ministério da Saúde dos Emirados Árabes Unidos, um país onde um ensaio clínico de uma das vacinas chinesas estava sendo realizado.²⁰⁶ A manchete é enganosa porque leva a crer que os dados sobre a eficácia da vacina chinesa vêm de um jornal especializado de prestígio quando, na verdade, a fonte original é o governo dos Emirados Árabes Unidos.

A técnica de seleção por conveniência também é usada: a parte da informação que é de interesse é usada e a parte que não é, é omitida ou minimizada. Por exemplo, a Xinhua tituló: “A vacina chinesa em ensaios contra a COVID-19 é segura, de acordo com resultados preliminares publicados por ‘The Lancet’”, embora reconheça no corpo da notícia que “o objetivo do estudo não era para avaliar a eficácia da vacina.” Também não fica claro que o estudo corresponde às fases I e II, cuja relevância científica, devido ao tamanho da amostra, é muito menor do que

²⁰⁵ The article was also published in the Spanish editions of CRI and China.org. “Crónica del liderazgo de Xi en la guerra de China contra COVID-19 (1),” Spanish China Org, September 9, 2020. Available at: http://spanish.china.org.cn/txt/2020-09/09/content_76684626.htm.

²⁰⁶ Jon Cohen, “Great efficacy claimed for another COVID-19 vaccine, this one from China.”, Science, December 9, 2021. Available at: <https://www.sciencemag.org/news/2020/12/great-efficacy-claimed-another-COVID-19-vaccine-one-china>

sugere o título.

Outros exemplos de referências da mídia chinesa ao que foi publicado na mídia ocidental podem ser vistos na tabela a seguir:

Data	Meios de comunicação	Título	Referência
04/09/20	FT e New York Times na Xinhua	Fase 3 de ensayos de vacuna de China en extranjero atrae atención de medios occidentales http://spanish.xinhuanet.com/2020-09/04/c_139340866.htm	“Citando a Comissão Nacional de Saúde da China, o jornal The Financial Times informou sobre os próximos testes na terça-feira, enquanto o The New York Times também informou o sinal verde para os testes e seu site rastreou o desenvolvimento mais recente da pesquisa da vacina contra a COVID-19.”
09/09/20	The Lancet na Xinhua/CRI	Enfoque: Crónica del liderazgo de Xi en la guerra de China contra COVID-19 http://spanish.china.org.cn/txt/2020-09/09/content_76684626.htm	Refere-se a uma frase publicada no The Lancet na qual ele aponta que outros países podem aprender com a experiência da China com a COVID-19.
17/10/20	The Lancet na Xinhua	Vacuna china en pruebas contra COVID-19 es segura, según resultados preliminares publicados por "The Lancet" http://spanish.xinhuanet.com/2020-10/17/c_139447362.htm	Refere-se a um estudo de fase I e II publicado no The Lancet para dizer que a vacina chinesa é "segura". Em outro parágrafo diz: “O objetivo do estudo não era avaliar a eficácia da vacina, portanto não é possível determinar se a resposta induzida pela vacina...é suficiente para proteger do contágio”.
23/10/20	Washington Post em CRI/CGTN	China promueve la distribución justa de vacunas mundiales https://espanol.cgtv.com/n/2020-10-23/EDGfEA/china-promueve-la-distribucion-justa-de-vacunas-mundiales/index.html	Menciona que o Washington Post publicou que as vacinas entram na fase III.
19/11/20	The Lancet na Xinhua	Vacuna china de COVID-19 induce respuesta inmune, según investigación http://spanish.xinhuanet.com/2020-11/19/c_139527577.htm	Refere-se ao estudo sobre vacinas chinesas nas fases I e II publicado pela The Lancet.
19/11/20	The Lancet no Diario del Pueblo	Cinco vacunas chinas COVID-19 en ensayos clínicos http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2020/11/9/c92121-9782123.html	Eles se referem ao The Lancet para afirmar que o estudo “demonstrou plenamente que as vacinas chinesas são seguras e eficazes”. Salienta que se trata de uma “prova intermediária” para evitar dizer que corresponde às fases I e II.
09/12/20	Revista Fortune na CGTN	China está cumpliendo su compromiso con el mundo sobre la vacuna de nuevo coronavirus https://espanol.cgtv.com/n/2020-12-10/EGIEEA/china-esta-cumpliendo-su-	Menciona que um “artigo da revista Fortune do dia 5 observou que a nova vacina contra o coronavírus da China poderia preencher a lacuna no fornecimento global de vacinas”.

		compromiso-con-el-mundo-sobre-la-vacuna-de-nuevo-coronavirus/index.html	
09/12/20	FT na CGTN	China está cumpliendo su compromiso con el mundo sobre la vacuna de nuevo coronavirus https://espanol.cgtn.com/n/2020-12-10/EGIEEA/china-esta-cumpliendo-su-compromiso-con-el-mundo-sobre-la-vacuna-de-nuevo-coronavirus/index.html	No mesmo artigo, crítica ao FT: “O British Financial Times afirmou falsamente em um relatório que ‘o uso da vacina chinesa é um ato arriscado devido a fatores políticos.’”
11/12/20	Revista Science na Xinhua	Vacuna contra COVID-19 china presenta “datos de eficacia excepcionales”, publica revista Science http://spanish.xinhuanet.com/2020-12/11/c_139582468.htm	Oculto que a afirmação não é uma conclusão da revista Science, mas que se limita a divulgar o conteúdo de um comunicado do Ministério da Saúde dos Emirados Árabes Unidos, que se refere aos dados de eficácia da vacina chinesa em um ensaio clínico.
14/12/20	WSJ em CRI/CGTN	Los resultados de los ensayos clínicos en los EAU muestran que una vacuna candidata de China contra la COVID-19 tiene una tasa efectiva del 86 % https://espanol.cgtn.com/n/2020-12-15/EGceCA/los-resultados-de-los-ensayos-clinicos-en-los-eau-muestran-que-una-vacuna-candidata-de-china-contra-la-covid-19-tiene-una-tasa-efectiva-del-86/index.html	Cita na primeira fase que o WSJ “relatou” os resultados provisórios do ensaio clínico, embora a nota reconheça que o artigo do WSJ citou a agência de notícias dos Emirados Árabes Unidos.
14/12/20	WSJ em CRI/CGTN	El caso oolong de "la vacuna china" en Brasil tiene un fondo más profundo https://espanol.cgtn.com/n/2020-11-15/EEdBAA/el-caso-oolong-de-la-vacuna-china-en-brasil-tiene-un-fondo-mas-profundo/index.html	Cita o WSJ dizendo que “avaliou que as vacinas chinesas têm sua vantagem peculiar e irão beneficiar centenas de milhões de pessoas no mundo”.
23/12/20	WSJ em CRI/CGTN	Wall Street Journal: CoronaVac de SinoVac demostró ser efectiva en pruebas en Brasil https://espanol.cgtn.com/n/2020-12-24/EHGBAA/wall-street-journal-coronavac-de-sinovac-demostro-ser-efectiva-en-pruebas-en-brasil/index.html	Relata que o WSJ menciona a eficácia da vacina chinesa, embora observe que cite “fontes envolvidas no desenvolvimento da vacina” no Brasil. Acrescenta que “os países mais pobres colocaram suas esperanças na China”, segundo o WSJ.
30/12/20	WSJ em Xinhua	Investigadores de EEUU estudian reacciones alérgicas a vacuna Pfizer-BioNTech http://spanish.xinhuanet.com/2020-12/30/c_139627926.htm	Alude a relatos da mídia, incluindo o WSJ, de que um composto na vacina da Pfizer pode causar reações alérgicas. O artigo mais tarde cita um cientista que admite que “penso que estamos apenas especulando”.
06/01/21	Washington Post em CRI	The Washington Post: La vacunación en China es más rápida que la "Operación de Velocidad de la luz" https://espanol.cgtn.com/n/2021-01-06/EIEFcA/the-washington-post-la-vacunacion-en-china-es-mas-rapida-que-la-operacion-de-velocidad-de-la-luz/index.html	Refere-se a um artigo de 4 de janeiro do Washington Post, que cita o “plano nacional” da China como fonte.

15/01/21	Washington Post em CRI	Acerca de las vacunas de China contra COVID-19: datos y verdades http://espanol.cri.cn/news/china/1019/20210115/606931.html	Menciona o Washington Post para afirmar que a China pretende vacinar 50 milhões de pessoas antes do Ano Novo Chinês.
16/01/21	Washington Post em CGTN	Acerca de las vacunas de China contra COVID-19: datos y hechos: China aprueba con condiciones la comercialización de su vacuna contra la COVID-19 https://espanol.cgtn.com/n/2021-01-16/EleGIA/acerca-de-las-vacunas-de-china-contra-COVID-19-datos-y-hechos-china-aprueba-con-condiciones-la-comercializacion-de-su-vacuna-contra-la-COVID-19/index.html	Menciona o Washington Post para afirmar que a China pretende vacinar 50 milhões de pessoas antes do Ano Novo Chinês.
26/01/21	FT em Xinhua	Presidente polaco: Demora de vacuna de Pfizer cuesta a Polonia 1.000 millones de zlotys al día http://spanish.xinhuanet.com/2021-01/26/c_139697219.htm	Faz alusão às críticas do presidente polonês à Pfizer em entrevista ao FT.

Há também uma proliferação de artigos desmentindo as críticas ou suspeitas existentes sobre a eficácia ou segurança das vacinas chinesas, embora para rebatê-las não sejam apresentadas evidências científicas, e sim argumentos com viés político e, sem dúvida, ideológico. A CGTN se expressou da seguinte forma: “... alguns países desenvolvidos, por preconceitos ideológicos e interesses econômicos, difamam as vacinas desenvolvidas por países como China e Rússia. Após ver que as vacinas chinesas têm sido bem recebidas por mais e mais países, algumas forças anti-China promoveram maliciosamente a chamada ‘diplomacia da vacina’ e usaram a vacina que salva as pessoas como uma ferramenta política.”²⁰⁷

A desconfiança promovida pela mídia chinesa pela alegada ineficácia e insegurança das vacinas ocidentais, como visto acima, é complementada por críticas hostis aos países ocidentais e seus meios de comunicação, como mostra este outro artigo publicado pela China Radio International (CRI): “Embora a vacina chinesa foi promovida e altamente reconhecida em muitos países, a mídia ocidental simplesmente fez vista grossa, ao contrário, deliberadamente menosprezando ou mesmo desacreditando a vacina chinesa e politizando-a.” O motivo para “difamar” a China seria, segundo o CRI, “maximizar os lucros de suas próprias vacinas no mercado internacional” e usar “as vacinas como ferramenta para manter a hegemonia”.²⁰⁸

Outra forma de legitimar as vacinas chinesas na mídia é por meio da divulgação dos ensaios clínicos que empresas como China National Biotec Group, Sinovac e CanSinoBio vêm realizando em diversos países. Além disso, eles recorreram à resposta global positiva às vacinas desenvolvidas pela China tanto nos países que hospedam os testes como em outras partes do mundo em desenvolvimento aliados tradicionais ou potenciais de Pequim. Esses países se

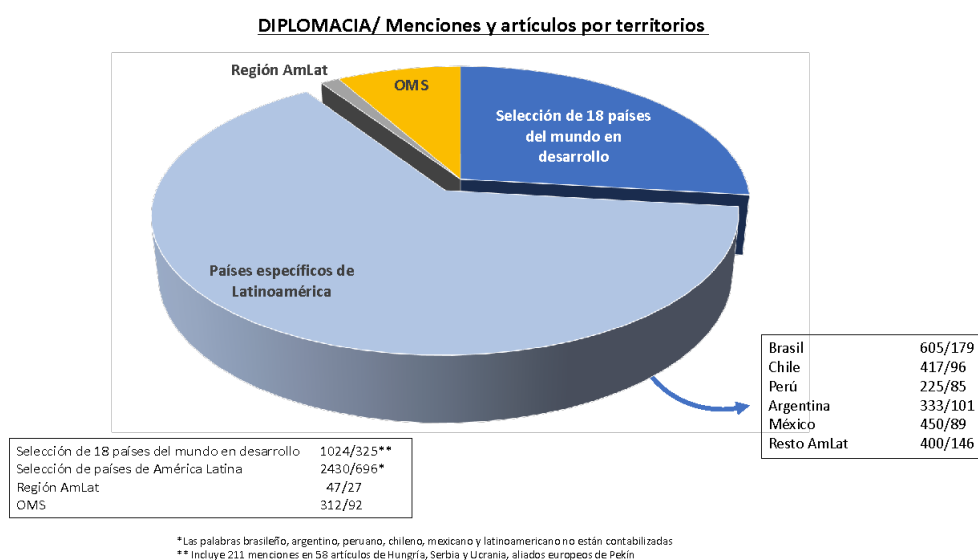
²⁰⁷“La distribución mundial de vacunas no debería ser víctima de “Ley de Jungla,” CGTN, March 18, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-03-18/EdEdIA/la-distribucion-mundial-de-vacunas-no-deberia-ser-victima-de-ley-de-jungla/index.html>.

²⁰⁸ ¿Por qué han cambiado las actitudes de algunos países occidentales hacia la vacuna china? CRI February 2, 2021. Available at: <http://espanol.cri.cn/news/report/1017/20210202/615031.html>.

juntam a outro grupo de países que não tiveram escolha a não ser comprar vacinas chinesas em face da escassez de outras vacinas nos mercados mundiais.

A análise de Python mostra que o Brasil, Chile, Turquia, Peru, Egito, Argentina, Paquistão, Emirados Árabes Unidos e Indonésia, todos os países que sediaram ensaios clínicos de empresas chinesas de biotecnologia, são mencionados 3.415 vezes e aparecem em 1.007 artigos. Isso demonstra a importância que esses testes tiveram na narrativa oficial chinesa na legitimação das vacinas chinesas.

Conforme mostrado a seguir, 2.477 menções e referências a países latino-americanos foram registradas em 723 artigos, o que demonstra os esforços de Pequim e sua mídia para divulgar uma narrativa reconhecível, sedutora e adaptada ao público latino-americano. Também há 843 menções em 288 artigos do resto do mundo em desenvolvimento com os quais a China se envolveu em alguma forma de cooperação em relação à crise pandêmica.



Chama a atenção a cobertura da mídia sobre o Brasil, país mais importante para a China na América Latina e que mereceu 605 menções em 179 matérias da mídia estatal chinesa (sem contar as outras 415 menções com a palavra “brasileiro”). A reportagem sobre a COVID-19 foi marcada por três eventos de interesse jornalístico no Brasil: 1) em julho de 2020, a Sinovac iniciou os ensaios clínicos no Brasil com 13.000 voluntários e um parceiro local, o Instituto Butantan; 2) os estudos sobre a eficácia da vacina de Sinovac naquele ensaio produziram resultados contraditórios, levantando suspeitas internacionais sobre sua eficácia; e 3) as críticas ferozes do presidente Jair Bolsonaro à vacina CoronaVac.

De maneira geral, as notícias veiculadas pela mídia chinesa se concentraram em destacar os aspectos positivos do desenvolvimento de vacinas no Brasil: “ensaios clínicos sem contratempos”; o Instituto Butantan afirma que a vacina “parece segura”; “Pequim afirma que

o Brasil confia nas vacinas chinesas”; o órgão regulador brasileiro “certifica as boas práticas do laboratório chinês”; o Instituto Butantan “anuncia a eficácia da vacina CoronaVac”; “Ministro da Saúde do Brasil compra 100 milhões de vacinas CoronaVac”; e a imunização com a vacina chinesa “traz esperança aos indígenas do Brasil”, são alguns exemplos de coberturas positivas que têm evitado qualquer polêmica em torno da vacina da China no Brasil.

Embora Bolsonaro criticasse habitualmente a China e sua vacina, questionando sua eficácia e até afirmando que “o povo brasileiro não será a cobaia de ninguém”, a imprensa oficial chinesa não ecoou nenhuma das acusações do presidente brasileiro, apesar de, quando ocorreram, eles chegaram às manchetes em seu país e no resto do mundo. Por outro lado, noticiou o agradecimento público de Bolsonaro a Pequim após o embarque da matéria-prima para as vacinas, embora ainda não se referisse às críticas feitas anteriormente pelo político brasileiro.²⁰⁹ Este é um bom exemplo do compromisso da mídia estatal em divulgar os interesses políticos de Pequim, em vez de refletir os fatos de maneira confiável.

A polêmica não mereceu cobertura em profundidade, mesmo após se anunciar que a eficácia da vacina Sinovac mal ultrapassava 50 por cento, no limiar do admissível pela OMS. Apenas duas notícias abordaram o assunto: uma, para relacionar os resultados (“A vacina CoronaVac registra 50,38 por cento de eficácia geral no Brasil”); e outro, para intitular que “relatos de menos de 50 por cento de eficácia da vacina Sinovac são errados”.²¹⁰ Após se referir à baixa eficácia, a notícia alertava que “segundo o diretor-geral da Sinovac, os relatos sobre uma relação de eficácia inferior são errôneos”. As informações não forneceram nenhum dado como evidência para confirmação da afirmação.

Em novembro de 2020, a única matéria da CGTN cobrindo a suspensão do ensaio clínico Sinovac no Brasil após a morte de um voluntário criou uma teoria da conspiração de que “alguns políticos brasileiros vincularam a morte à qualidade da vacina chinesa” em um comentário não assinado. Ela alertou que “os problemas científicos estavam seriamente politizados” e considerou uma coincidência duvidosa que a morte tenha ocorrido quando a Pfizer anunciou que sua vacina tinha uma eficácia de mais de 90 por cento. Após aludir a “objetivos ocultos”, concluiu que “vários meios de comunicação ocidentais se uniram para atacar a segurança da vacina chinesa”.²¹¹

Além disso, uma análise detalhada de seu conteúdo mostra que o mundo em desenvolvimento e, dentro dele, a América Latina, é um alvo prioritário da mídia estatal chinesa. Um exemplo disso é a manchete da Xinhua que apresenta a China como a principal esperança para a região: “As vacinas chinesas trazem esperança para a América Latina em face de um teste moral global sem precedentes.” Além disso, “para atender à necessidade urgente dos países da ALC no combate à pandemia, a assistência da China não apenas demonstra sua amizade e solidariedade

²⁰⁹ “Bolsonaro agradece a China aprobación de enviar materia prima para vacunas contra la COVID-19,” Hinhuanet, January 26, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-01/26/c_139698609.htm.

²¹⁰ Los informes acerca de una eficacia inferior al 50 % de la vacuna de Sinovac, son erróneos,” CGTN, January 18, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-01-18/EIfdAA/los-informes-acerca-de-una-eficacia-inferior-al-50-por-ciento-de-la-vacuna-de-sinovac-son-erroneos/index.html>.

²¹¹ “El caso oolong de “la vacuna china” en Brasil tiene un fondo más profundo”, CGTN en español., November 15, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2020-11-15/EEdBAA/el-caso-oolong-de-la-vacuna-china-en-brasil-tiene-un-fondo-mas-profundo/index.html>.

de longo prazo com a região, mas também representa seu compromisso em tornar as vacinas um bem público global”.²¹²

Também detectáveis nas narrativas oficiais são todos os elementos da propaganda diplomática do regime chinês, que visa apresentar Pequim como um ator internacional responsável, como o campeão do mundo em desenvolvimento frente-a-frente os países ocidentais e como uma potência global nascente cuja modelo de desenvolvimento mostrou seus pontos fortes e eficácia durante a crise da COVID-19.

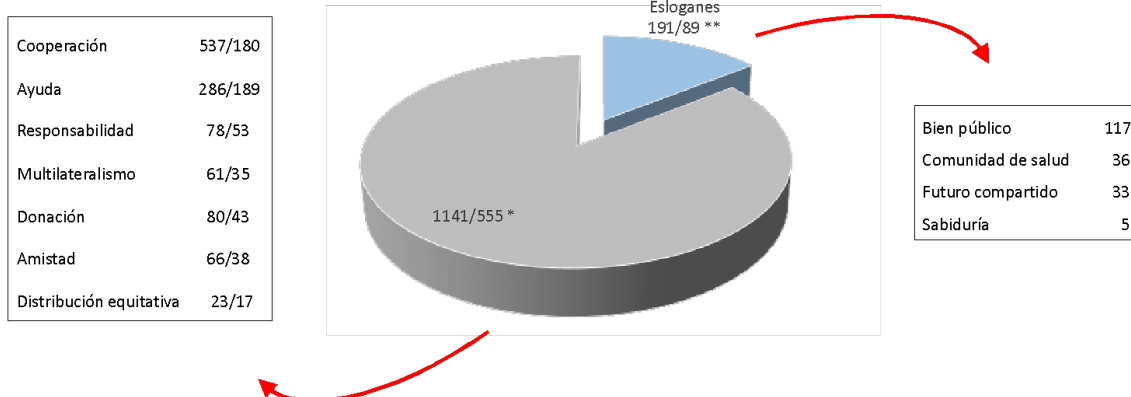
Uma seção especial na seção ibero-americana da *Xinhua*, chamada “China luta contra a epidemia de novo coronavírus” (sic), é uma síntese perfeita dos tons propagandísticos que a mídia chinesa tem direcionado ao mundo em desenvolvimento.²¹³ Praticamente todos os 94 artigos publicados na seção “Comentários Internacionais” seguem esse padrão, assim como a terminologia e os slogans políticos e diplomáticos do regime também estão fortemente embutidos nas informações publicadas nos demais meios de comunicação estatais.

A palavra de maior carga diplomática e ideológica usada no conteúdo é “cooperación”. A ferramenta Python detecta (Figura 7 - correta) a citação dessa palavra 537 vezes em 180 artigos, além do fato de em 90 ocasiões esse termo ser incluído na manchete ou aparecer no primeiro parágrafo da notícia (Figura 8 - correto) Além da “cooperación”, as notícias trazem também outras palavras e slogans que fazem parte do repertório retórico da linguagem diplomática do governo chinês. Entre outras, essas palavras incluem “amistad”, “ayuda”, “multilateralismo”, “responsabilidad” e “donaciones”, juntamente com slogans oficiais como “bien público” (“bem público”), “comunidad de salud” (“comunidade de saúde”), “futuro compartido para la humanidad” (“futuro compartilhado pela humanidade”) ou “sabiduría china” (“sabedoria chinesa”). Essa terminologia é usada por Pequim para implantar seu discurso diplomático e se repete vez após vez no inventário de artigos: 1.332 menções em 644 artigos, dos quais 175 aparecem em lugar de destaque (no título ou nas seis primeiras frases do artigo).

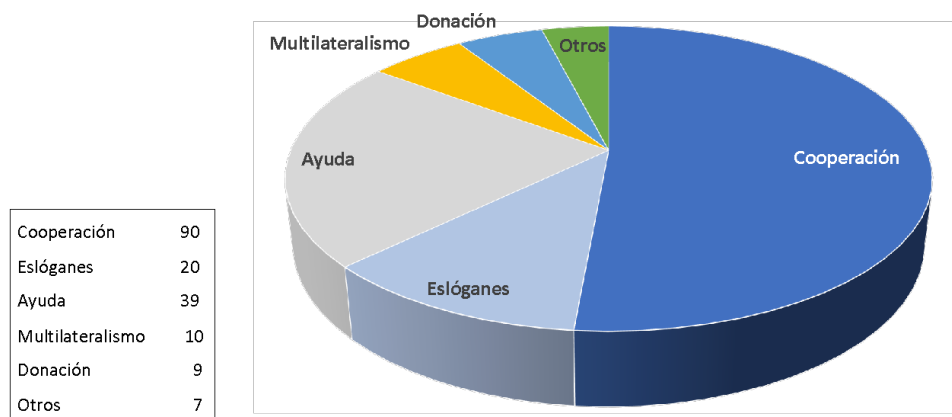
²¹² Comentario: Vacunas chinas traen esperanza a América Latina ante prueba moral mundial sin precedentes,” *Xinhua Español*, March 8, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-03/08/c_139792707.htm.

²¹³ “Comentarios Internacionales,” *Xinhua News Agency*. Available at: <http://spanish.xinhuanet.com/temas/2020coronavirus/comentario.htm>.

DIPLOMACIA/ Palabras clave asociadas por menciones y número de artículos



DIPLOMACIA/Número de menciones en titular o primeras 6 frases



O uso dessas palavras que coincide com a retórica diplomática do governo chinês se traduz em manchetes claramente viesadas ideologicamente, além de propagandísticas, incluindo exemplos que apresentam a China como um “exemplo em direitos humanos” pelo mero ato de proteger a vida durante a pandemia. A seguir, uma seleção dessas manchetes:

Cooperação
Acadêmicos latino-americanos refletem sobre o impacto da pandemia na região e as oportunidades de cooperação com a China
A China se coloca “na vanguarda da cooperação global”, afirma o pesquisador argentino
China e Indonésia prometem cooperação para vacinas contra a COVID-19 e grandes projetos econômicos
China e África enfrentam necessidade urgente de fortalecer a cooperação contra a COVID-19: Ministro das Relações Exteriores da China

A China está honrando seu compromisso com o mundo com a nova vacina contra a COVID-19
Maior cooperação em vacinas entre a China e o mundo em desenvolvimento
Cooperação entre China e América Latina avança apesar da pandemia
Vacinas chinesas trazem esperança para a América Latina em face de um teste moral global sem precedentes

Modelo chinês
A China dá o exemplo em direitos humanos ao proteger a vida durante a pandemia, diz especialista
China dá exemplo para outros países no tratamento da COVID-19, disse o ministro da Namíbia
A América Latina deve seguir a estratégia chinesa para aliviar o colapso devido à COVID-19, diz o sociólogo Dieterich
O livro aberto da China sobre o combate à COVID-19 inspira o mundo
China merece crédito por proteger os direitos humanos na luta contra a epidemia
Soluções da China para os desafios globais em uma época conturbada

Ataques no Oeste
O acúmulo de vacinas pelos países ocidentais é um ato injusto que mina a solidariedade global
O mundo ficou chocado com a sabotagem dos EUA à cooperação global contra a COVID-19
Nacionalismo vacinal apaga a luz no fim do túnel
Chefe da OMS alerta sobre “Falha Moral Catastrófica” na implantação da vacina contra a COVID-19
A preocupação cresce com a disparidade global no acesso à vacina contra a COVID-19

Legitimação/Vacinas
Vacinação contra a COVID-19 avança na América Latina
Vacinas chinesas são bem recebidas na América Latina
Presidente turco recebe vacina contra a COVID-19
Presidente da Indonésia recebe a primeira injeção da vacina chinesa contra a COVID-19
Ministro da Saúde turco recebe primeira dose da vacina chinesa antes da campanha nacional
Sérvia aprova uso de vacina chinesa Sinopharm
Ministro da Saúde da Sérvia recebe vacina Sinopharm da China
Eles confiam na China: eles “tomam a iniciativa” de receber as vacinas contra a COVID-19 produzidas pela China
Enviados diplomáticos de vários países parabenizam a China pelos avanços na vacina contra a COVID-19
China liderando o desenvolvimento global de vacinas contra a COVID-19

Líderes mundiais recebem vacinas contra a COVID-19 desenvolvidas pela China
Resposta global às vacinas contra a COVID-19 desenvolvidas na China

Amizade/Apoio
“Solidariedade” da China com a América Latina em destaque em meio à pandemia
Derrotar a COVID-19 em solidariedade pela saúde de todos
Pequim doará remessa de vacinas contra a COVID-19 para Manila
China fornecerá assistência médica e vacinas ao Mianmar
China doará 300.000 doses da vacina Sinopharm ao Sri Lanka
China promove distribuição justa de vacinas globais
Cúpula do G20: Xi Jinping afirma que a China ajudará os países em desenvolvimento a obter vacinas
“Oferecer ajuda quando os outros mais precisam” mostra a grande responsabilidade energética da China

Slogans/Diplomacia
Comentário: apertando as mãos para construir uma comunidade de saúde comum para a humanidade
China pratica e defende o multilateralismo
A China Desenvolve Vacinas Contra a COVID-19 como um Bem Público Global
A sabedoria chinesa traz benefícios para o mundo
A certeza da China torna o mundo mais seguro

Um exemplo representativo da capacidade da mídia estatal chinesa de moldar os fatos foi o tratamento dado pela mídia à adesão da China ao chamado “Plano de Implementação da Vacina contra a COVID-19” (COVAX). Quando aderiu formalmente em 8 de outubro de 2020, uma porta-voz estrangeira chinesa disse em uma entrevista coletiva que este foi um passo importante da China “para defender o conceito de uma comunidade de saúde compartilhada para a humanidade e honrar seu compromisso de contribuir para a produção de vacinas contra a COVID-19 como um bem público global.” Shee também acrescentou que “a China promete solenemente que, assim que a pesquisa e o desenvolvimento de vacinas forem concluídos e as vacinas forem colocadas em uso, ela as oferecerá com prioridade aos países em desenvolvimento como um bem público global”.²¹⁴

Em 23 de outubro de 2020, a CGTN publicou a narrativa acima em um artigo intitulado “A

²¹⁴ “La Portavoz del Ministerio de Relaciones Exteriores, Hua Chunying, Responde a la Prensa sobre la Entrada de China en el “Plan de Implementación de las Vacunas Contra la COVID-19””, Ministry of Foreign Affairs of the People's Republic of China, October 9, 2020. Available at: <https://www.fmprc.gov.cn/esp/xwfw/fyrth/t1822989.shtml>

China Promove a Distribuição Justa de Vacinas Globais”.²¹⁵ Ele afirmou que, "como o país com o mais alto nível de pesquisa e desenvolvimento de vacinas do mundo, a China tem quatro novas vacinas contra a COVID-19 em testes clínicos de Fase III e tem produção suficiente e capacidade de autoabastecimento", apresentando a China como um responsável, um poder generoso e comprometido no interesse do mundo em desenvolvimento. Portanto, a manchete da notícia apresentava a decisão de Pequim como um marco para a promoção da distribuição justa de vacinas.

No entanto, omitiu uma parte crucial: Pequim resistiu durante meses a aderir à COVAX²¹⁶ e que, três meses antes do país asiático aderir à iniciativa da OMS, 165 países, incluindo o bloco europeu, já o fizeram.²¹⁷ Apesar de aderir no último minuto e quase com relutância, a mídia chinesa transmitiu a mensagem oposta de uma China solidária e comprometida em favor de uma distribuição equitativa de vacinas. Em outras palavras, a China estava determinada a transmitir uma mensagem de forte liderança em apoio ao mundo em desenvolvimento. Reforçou essa mensagem com o anúncio de que ofereceria um empréstimo de 1 bilhão de dólares para apoiar o acesso dos países latino-americanos às vacinas.²¹⁸

Outro artigo (publicado pela Xinhua) ilustra o tipo de mensagem que a mídia chinesa dissemina - a narrativa do apoio responsável e generoso da China ao mundo em desenvolvimento: “O compromisso e a ação da China para tornar suas vacinas contra a COVID-19 um bem público global ajudará fortalecer 'o elo mais fraco' na batalha contra a pandemia.”²¹⁹ Outro artigo da People Online elogia “a responsabilidade de uma grande potência” como a China por “fornecer ajuda quando os outros mais precisam” e por sua “contribuição altruísta contra a pandemia”, enquanto crítica que “alguns países de alta renda só se preocupam com estoques vacinas para si próprios” e aludem à diplomacia da vacina “para desacreditar a China”.²²⁰

O fluxo de propaganda reflete o esforço das autoridades chinesas em estreitar os laços com a América Latina e o mundo em desenvolvimento, que Pequim vê como aliados. É uma narrativa sedutora e perfeitamente calculada voltada especificamente para esse público, retratando a China como a solução para os desafios atuais e futuros: a crise pandêmica, a erradicação da pobreza e o desenvolvimento econômico. Tudo isso está envolvido em um léxico de amizade,

²¹⁵ “China promueve la distribución justa de vacunas mundiales”,” CGTN en español., October 23, 2020. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2020-10-23/EDGfEA/china-promueve-la-distribucion-justa-de-vacunas-mundiales/index.html>.

²¹⁶ “More than 150 countries engaged in COVID-19 vaccine global access facility.” OMS,” World Health Organization, 15 July, 2021. Available at: <https://www.who.int/news/item/15-07-2020-more-than-150-countries-engaged-in-COVID-19-vaccine-global-access-facility>.

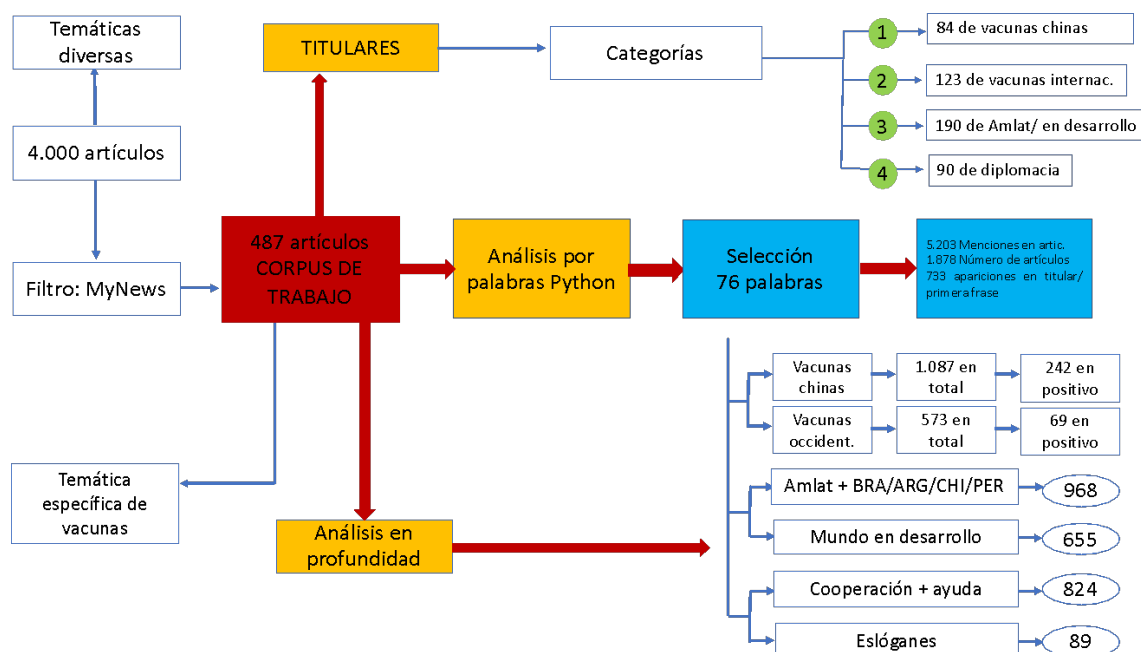
²¹⁷“Hemant Adlakha, “Did China Join COVAX to Counter or Promote Vaccine Nationalism?,”” The Diplomat., October 23, 2021. Available at: <https://thediplomat.com/2020/10/did-china-join-covax-to-counter-or-promote-vaccine-nationalism/>

²¹⁸ “China ofrece 1.000 millones de dólares a Latinoamérica para el acceso a la vacuna COVID-19”,” Reuters., July 23, 2020. Availale at: <https://cn.reuters.com/article/salud-coronavirus-latam-china-idESKCN24O0IK>.

²¹⁹“Enfoque: Vacunas chinas ayudan a fortalecer ‘el eslabón más débil’ en la lucha contra la COVID-19,” Xinhua Español, March 11, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-03/11/c_139803639.htm.

²²⁰“Observación internacional: ‘Proporcionar ayuda cuando otros más lo necesitan’ muestra la responsabilidad de una gran potencia por parte de China,” People’s Daily (Spanish), March 24, 2021. Available at: <http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2021/0324/c31619-9831976.html>.

cooperação e “respeito mútuo” em torno de um “futuro compartilhado pela humanidade” com o projeto Belt and Road como pano de fundo. É uma narrativa que promove, nem sempre de forma subliminar, a superioridade do modelo político e de desenvolvimento chinês e que “abre um novo caminho para a modernização de outros países em desenvolvimento”.²²¹



Pobreza

Em 3 de dezembro de 2020, o presidente chinês Xi Jinping anunciou que a China alcançou seu objetivo de erradicar a pobreza e alcançou “uma vitória significativa que impressiona o mundo”.²²² Após meses em que a narrativa dominante foi o desenvolvimento de vacinas chinesas, uma mudança de enfoque ficou evidente por parte da mídia chinesa. A nova faixa destacou as conquistas da China na luta contra a pobreza e os sucessos do PCC em diferentes campos, uma narrativa que leva ao centenário de sua fundação em julho de 2021. Ambos serviram para sustentar a ideia da superioridade do modelo político e de desenvolvimento chinês.

Para identificar os elementos dessas narrativas propagandísticas, 633 artigos publicados em quatro fontes da mídia oficial chinesa entre novembro de 2020 e julho de 2021 foram pré-selecionados. Neste inventário, palavras vinculadas à família lexical “pobreza” (“pobreza”, “pobreza absoluta” y “pobreza extrema” - “pobreza”, “pobreza absoluta” e “pobreza extrema”) são mencionadas um total de 1.821 vezes em 431 artigos, dos quais 807 são citados na parte

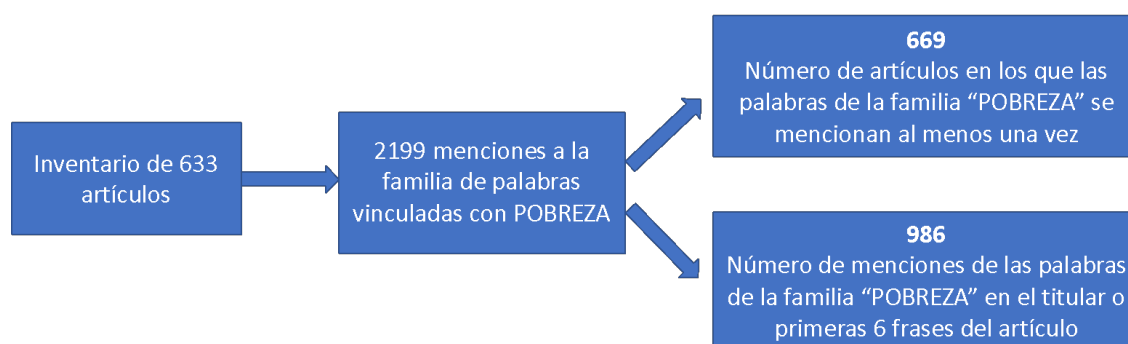
²²¹ Phrase mentioned by Xi Jinping in a 2017 speech.

²²² “Xi anuncia gran victoria en alivio de pobreza,” People’s Daily (Spanish), April 8, 2021. Available at: <http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2020/1204/c31621-9795583.html>.

inicial do artigo (seja no título ou nas seis frases seguintes).

Palavras de uma segunda família lexical (“batalla contra la pobreza”, “batalla contra la pobreza extrema”, “eliminación de la pobreza”, “eliminación de la pobreza absoluta”, “eliminación de la pobreza extrema”, “erradicación de la pobreza”, “erradicación de la pobreza absoluta”, “erradicación de la pobreza extrema”, “lucha contra la pobreza” y “lucha contra la pobreza extrema” - “luta contra a pobreza”, “luta contra a pobreza extrema”, “eliminação da pobreza”, “eliminação da pobreza absoluta”, “eliminação da pobreza extrema”, “erradicação da pobreza”, “erradicação da pobreza absoluta”, “erradicação da pobreza extrema”, “luta contra a pobreza” e “luta contra a pobreza extrema”) são citados mais 378 vezes em 238 artigos, 179 dos quais estão incluídos no título ou nas seis primeiras frases do artigo. Isso mostra a prevalência do tema da pobreza no inventário de artigos.

Figura 9



Por sua vez, um tom triunfalista pode ser deduzido das palavras usadas na narrativa sobre a luta contra a pobreza, conforme evidenciado pelo uso repetido de palavras como “sucesso”, “conquista”, “vitória”, “vitória completa”, “marco”, “façanha”, “milagre”, “sacrifício” ou “superação”. As palavras acima são mencionadas 1.233 vezes em 672 artigos, dos quais 856 estão localizados no início dos artigos. Segundo o discurso oficial, 100 milhões de chineses foram retirados da pobreza absoluta desde 2021.

No entanto, apesar do peso desses termos e do caráter enfático da mídia chinesa na divulgação dessa mensagem triunfalista, não faltam aqueles que criticam a completude dessa afirmação. Sem negar os esforços e os sucessos da China no combate à pobreza nas últimas quatro décadas, há um uso partidário dos dados de Pequim para defender a indiscutível ideia de que erradicou a extrema pobreza em seu território. Ao usar dados imprecisos ou polêmicos, o regime chinês pode então defender uma ideia poderosa (o triunfo sobre a pobreza), que por sua vez serve para disseminar outras narrativas (ligando essa conquista ao PCC e à superioridade do modelo chinês), como será explicado abaixo.

A tática do governo chinês e da mídia oficial é considerar a pobreza extrema na China como aqueles que vivem com menos de 2,25 dólares por dia, o que é mais do que 1,90 dólares por dia do Banco Mundial, mas bem abaixo dos 5,50 dólares por dia que a mesma instituição define para medir a pobreza absoluta em países de renda média alta, como a China. Ou seja, para

definir a linha de extrema pobreza em seu país, Pequim usa uma escala que seria apropriada para países de baixa renda, como a Etiópia, mas não para um país como a China, que é dez vezes mais rica. Segundo alguns especialistas, se Pequim tivesse estabelecido o critério que corresponde à sua riqueza relativa, seria considerado que cerca de 13 por cento de sua população, ou cerca de 200 milhões de pessoas, estaria vivendo na pobreza extrema.²²³

Além disso, o próprio premiê chinês Li Keqiang declarou em maio de 2020 que 600 milhões de pessoas na China vivem com 1.000 yuans por mês,²²⁴ ou 5,13 dólares por dia, o que implica que 42,8 por cento da população estaria vivendo abaixo da linha de pobreza absoluta se Pequim tivesse estabelecido a escala recomendado pelo Banco Mundial para um país de renda média alta como a China. Se esse critério fosse observado, a mídia oficial não teria conseguido divulgar a ideia da “vitória total” da China na erradicação da pobreza, porque essa “vitória”, com os dados em mãos, não teria ocorrido. Isso explica por que esse critério-chave é ignorado na cobertura da mídia. A construção dessa narrativa só pode se sustentar por causa dessa omissão.

Este exemplo de desinformação é generalizado, pois permite que a mídia oficial divulgue a ideia de que o PCC é o inspirador e arquiteto da conquista da erradicação da pobreza, um argumento que é repetidamente insistido no contexto do 100º aniversário da fundação do PCC, além de ser uma das metas traçadas por Xi Jinping ao assumir o poder em 2012. Assim, a imprensa chinesa explica que uma das razões por trás deste “milagre” é “a adesão à liderança do Partido Comunista da China, à ideologia do desenvolvimento centrado nas pessoas e às vantagens do sistema socialista de concentração de poder”.²²⁵

A narrativa oficial proclama ainda que a base comum para vencer a guerra tanto na COVID-19 quanto na pobreza “é a estrutura de governança e capacidade organizacional do PCC”, bem como o “sistema de governança liderado pelo partido”.²²⁶ Desde o primeiro dia de sua fundação, o PCC “fez da busca da felicidade para o povo chinês e da revitalização da nação chinesa sua aspiração e missão”.²²⁷ Ao realizar o exercício de verificar a ligação de palavras que aludem ao sucesso na luta contra a pobreza e a terminologia que identifica o PCC ou seus líderes, Python mostra que o PCC reivindica o crédito pela conquista?

Os dados são conclusivos. As palavras "conquista", "sucesso", "luta", "alívio", "pobreza", "milagre", "vitória", "façanha" e "sacrifício" são mencionadas um total de 1.109 vezes na mesma frase que “PCC”, “Partido Comunista”, “Xi Jinping”, “Partido” ou “comunista”, o que

²²³ Ruwitch, John. “What China's 'Total Victory' Over Extreme Poverty Looks Like In Actuality,” NPR, March 5, 2021. <https://www.npr.org/2021/03/05/974173482/what-chinas-total-victory-over-extreme-poverty-looks-like-in-actuality?t=1630315535475>.

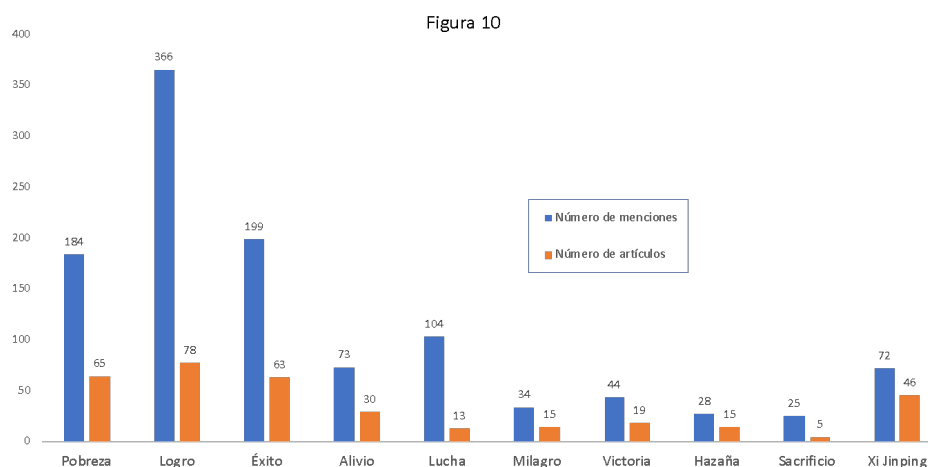
²²⁴ Li Qiaoyi, “600m with \$140 monthly income worries top,” Global Times, May 29, 2021. Available at: <https://www.globaltimes.cn/content/1189968.shtml>.

²²⁵ Robert Lawrence Kuhn “¿Por qué una "sociedad modestamente acomodada" requiere de la erradicación de la pobreza?,” CGTN, February 26, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-02-26/EbcfcA/por-que-una-sociedad-modestamente-acomodada-requiere-de-la-erradicacion-de-la-pobreza/index.html>.

²²⁶ “Desvela el código del milagro de la eliminación de pobreza de China,” CRI, February 26, 2021. Available at: <http://espanol.cri.cn/news/report/1017/20210226/626282.html>.

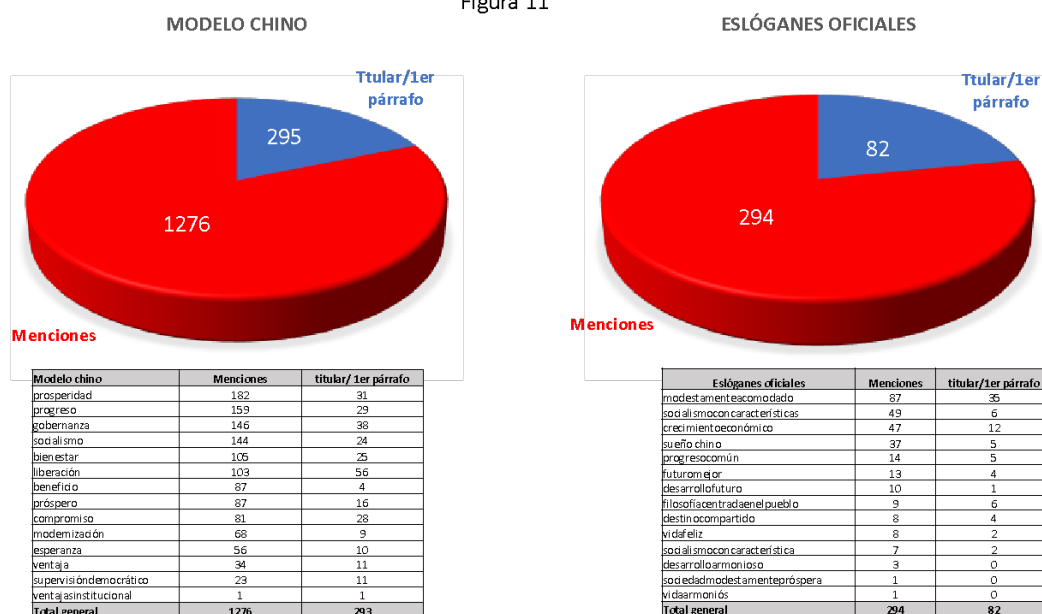
²²⁷ Resolver la pobreza absoluta, un gran y glorioso logro de la nación china,”. Spanish People, May 7, 2021. Available at: <http://spanish.peopledaily.com.cn/n3/2021/0705/c31621-9868454.html>.

sugere que o partido governante na China leva o crédito pelo mérito na luta contra a pobreza. A associação entre sucesso/realização e PCC/XI Jinping foi incluída na manchete ou nas seis primeiras frases dos artigos em 349 ocasiões, o que confirma sua posição de destaque nas notícias publicadas.



Apresentar o PCC como um ator exemplar na gestão da pandemia da COVID-19 e erradicar a pobreza serve como um trampolim para exaltar as virtudes do sistema político chinês sob a liderança do PCC. Isso é demonstrado por uma categoria de 14 palavras associadas à boa governança e à eficácia do modelo de desenvolvimento chinês citadas em 1.276 ocasiões, 293 delas na parte inicial e mais proeminente das notícias. Ao mesmo tempo, 14 expressões como “sociedad modestamente acomodada”, “sueño chino”, ou “socialismo con características chinas” (“sociedade modestamente próspera”, “sonho chinês” ou “socialismo com características chinesas”) são citadas 294 vezes, 82 delas em destaque nas reportagens, que reproduzem slogans de propaganda oficial vinculados a sucessos no combate à pobreza.

Figura 11



Além de elogiar o papel do sistema político na promoção do desenvolvimento da China, a mídia aproveita a oportunidade para se desassociar abertamente do modelo democrático ocidental ou para criticar “políticos estrangeiros que tentam semear discórdia entre o PCC e o povo chinês”.²²⁸ “Não muito tempo atrás”, continua outro artigo, “‘aprender com o Ocidente’ era uma forma de muitos países em desenvolvimento buscarem a modernização. Mas o caminho de desenvolvimento da China mostra que modernização não significa ocidentalização”. Portanto, o PCC “nunca aceitará a pregação de ‘mestres’ arrogantes”.²²⁹

Em resposta a “porque as teorias políticas ocidentais não podem explicar o sucesso do PCC”, a narrativa chinesa responde que “o PCC é substancialmente diferente dos partidos políticos de estilo ocidental”, e é por isso que a China “estabeleceu uma democracia que se adapta ao próprio país” e não o “modelo de democracia praticado no Ocidente”.²³⁰ Em sua tentativa de disseminar uma interpretação alternativa do conceito de democracia que lhe permitiria se encaixar em seu sistema comunista, o regime chinês cunhou termos como “democracia de processo completo”, que tenta refutar ou suavizar — talvez subliminarmente — o autoritarismo associados ao regime chinês.

A mesma tática de confusão terminológica é usada em relação aos direitos humanos. Tradicionalmente um elo fraco na narrativa oficial do regime, Pequim sempre defendeu a teoria do relativismo cultural, que afirma que os princípios só são válidos em seu próprio contexto cultural. Isso significa que a doutrina comunista nega a universalidade dos direitos humanos e

²²⁸ “Liderazgo del PCCh es garantía fundamental para alivio de pobreza, según portavoz de cancillería china,” Xinhua Español, December 17, 2020. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2020-12/17/c_139598171.htm.

²²⁹ “El PCCh no necesita “maestro” arrogante,” China Radio International, July 5, 2021. Available at: <http://espanol.cri.cn/news/report/1017/20210705/684397.html>.

²³⁰ “Por qué las teorías políticas occidentales no pueden explicar el éxito del PCCh,” Xinhua Español, June 29, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-06/29/c_1310033918.htm.

aponta que as tradições culturais determinam o alcance dos direitos civis e políticos gozados pelos indivíduos em uma sociedade. Esse argumento é usado para difundir a ideia de que os direitos humanos são, portanto, uma concepção ocidental imposta ao resto do mundo. Esta é uma ferramenta política que o governo chinês usa para impor sua hegemonia.

No entanto, em meio a sucessos percebidos na luta contra pandemias, na redução da pobreza ou na própria modernização da China, Pequim está agora promovendo uma versão alternativa e única em seu gênero do conceito de direitos humanos. Esta prática é ilustrada pelo inventário de artigos incluídos neste estudo que apresenta as supostas conquistas de Pequim na luta contra a pobreza como “a melhor prática para a proteção dos direitos humanos”.²³¹ Da mesma forma, “as conquistas da China na redução da pobreza são internacionalmente reconhecidas como uma resposta brilhante à proteção dos direitos humanos para a sobrevivência e o desenvolvimento”.²³²

Graças à alegada boa governança e gestão eficaz do PCC, a teoria de que os direitos humanos na China são mais bem protegidos é uma “importante contribuição da China para a causa global dos direitos humanos”. Em contraste com a tradicional rejeição da universalidade dos direitos humanos, ganha espaço a ideia da “diversidade” do conceito, que consiste em aplicar “o princípio da universalidade dos direitos humanos às condições nacionais da China”. Por cem anos, Pequim sempre “colocou as pessoas em primeiro lugar, exercendo o princípio da universalidade dos direitos humanos no contexto das condições nacionais”.²³³ Isso inclui — continua o artigo — “os direitos à subsistência e ao desenvolvimento como direitos humanos primários e básicos”, em que “viver uma vida feliz é o direito humano supremo”.²³⁴

Nesse contexto, os EUA e o resto do mundo ocidental tornam-se alvos regulares de críticas nas narrativas da mídia oficial chinesa: “Diante da calúnia de algumas forças ocidentais anti-China, as notáveis conquistas dos direitos humanos da China são o contra-ataque mais poderoso. Nos últimos 100 anos, o PCC embarcou com sucesso em um caminho de desenvolvimento dos direitos humanos que se adapta às condições nacionais da China. Isso prova plenamente que a definição de direitos humanos não deve ser monopolizada pelo Ocidente.”²³⁵ Com essa abordagem, a China questiona tanto o papel do Ocidente quanto a superioridade dos modelos democráticos.²³⁶

²³¹ “Eliminar la pobreza absoluta en China es la mejor práctica de derechos humanos,” CGTN, April 7, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-04-07/EcaeEA/eliminar-la-pobreza-absoluta-en-china-es-la-mejor-practica-de-derechos-humanos/index.html>.

²³² “Pregúntale a China: ¿Qué contribución ha hecho China a la causa de la reducción de la pobreza en el mundo?,” CGTN, March 7, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-03-07/EcHIIA/preguntale-a-china-que-contribucion-ha-hecho-china-a-la-causa-de-la-reduccion-de-la-pobreza-en-el-mundo/index.html>.

²³³ “PCCh agrega diversidad al concepto de derechos humanos, según libro blanco,” Xinhua Español, June 24, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-06/24/c_1310025287.htm.

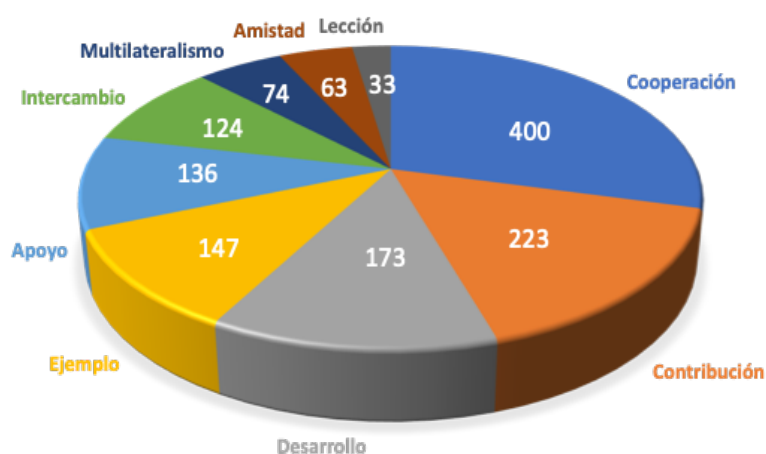
²³⁴ “ENFOQUE: China publica libro blanco sobre práctica del PCCh en protección de derechos humanos,” Xinhua Español, June 25, 2021. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2021-06/25/c_1310026404.htm.

²³⁵ “¿Cómo ha creado el PCCh el milagro del desarrollo de los derechos humanos?,” CGTN, June 25, 2021. Available at: <https://espanol.cgtn.com/n/2021-06-25/FEAcEA/como-ha-creado-el-pcch-milagro-del-desarrollo-de-los-derechos-humanos/index.html>.

²³⁶ “Lo que China celebra en el centenario del Partido Comunista,” CGTN, June 28, 2021. Available at:

Assim, há uma proliferação de manchetes, notícias e mensagens convidando a América Latina a considerar a China “como um modelo”²³⁷ e encorajando os políticos latino-americanos a se inspirarem “na sabedoria e experiência por trás das enormes conquistas da China”.²³⁸ Como no caso das vacinas, em relação à questão da pobreza, a mídia chinesa também envolve sua retórica em termos como "cooperação", "contribuição", "exemplo", "apoio" ou "troca", que parecem visar seduzir públicos na América Latina e no resto do mundo em desenvolvimento (Figura 12).

Figura 12



Os atores da propaganda chinesa: “aliados”

Introdução

Ao monitorar o Twitter e, em menor medida, as redes do Facebook (para aqueles que não registraram uma conta no Twitter), foi traçado um mapa de usuários ativos que informam, publicam ou compartilham informações relacionadas à China, seja como oradores de Pequim interesses oficiais ou como indivíduos ou instituições com interesses na China. Para os fins deste estudo, esses usuários foram definidos como “disseminadores” ou “aliados” da China, ou seja, vozes partidárias na Internet — em muitos casos também fora dela — que replicam,

<https://espanol.cgtn.com/n/2021-06-28/FEDJAA/lo-que-china-celebra-en-el-centenario-del-partido-comunista/index.html>.

²³⁷ “ENTREVISTA: Planes de erradicación de pobreza de China pueden servir de modelo para Latinoamérica, asegura experto chileno,” Xinhua Español, December 4, 2020. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2020-12/04/c_139562983.htm.

²³⁸ “ESPECIAL: Chayote, el cultivo que es ejemplo de la batalla de China contra la pobreza,” Xinhua Español, November 19, 2020. Available at: http://spanish.xinhuanet.com/2020-11/19/c_139527786.htm.

compartilham, apoiam ou divulgam seus próprios ou conteúdo de outras pessoas que beneficia a imagem da China nesses países e muitas vezes também aparece na mídia local.

Os perfis desses usuários consistem principalmente de personalidades ou instituições com vínculos comerciais, políticos, acadêmicos, diplomáticos, pessoais ou outros com a China. Em meio ao déficit de conhecimento existente na América Latina, muitos desses disseminadores se destacam como vozes de autoridade em seus países, pois compartilham um conhecimento exclusivo sobre a China graças à sua formação ou experiência acadêmica ou profissional. Um bom número deles fez parte do programa de recrutamento de elites estrangeiras promovido e financiado pelo governo de Pequim para atrair pessoas influentes de diferentes esferas sociais e políticas.

Nos três países incluídos neste estudo, foram identificados 54 usuários que atendem ao perfil de divulgar e, em certa medida, monopolizar o discurso sobre a China na Argentina, Chile e Peru. Destas, 23 são contas de usuários institucionais e as 31 restantes correspondem a usuários individuais. Para a análise do papel desempenhado por esses usuários na divulgação de narrativas e propaganda oficial chinesa nas redes sociais, todos os seus tweets foram baixados a partir de 1º de janeiro de 2020, que coincide com o primeiro período da crise da COVID-19, até 15 de julho de 2021, logo após o centenário da fundação do PCC.

Duas ferramentas foram usadas alternadamente para fazer o download: 1) Twitonomy para contas do Twitter e 2) FanpageKarma para contas do Facebook e para aquelas contas do Twitter que excedem o máximo de download de 3.200 tweets. Para a criação do banco de dados, o conteúdo dos tweets foi despejado em várias planilhas do Excel para análise com filtros, um por usuário e outro por tópicos e palavras. Este exercício permitiu uma análise quantitativa da atividade do usuário, bem como uma análise qualitativa sobre o uso, a frequência e o conteúdo das narrativas oficiais chinesas pelos usuários.

Descrição e perfis

Quanto à composição dos usuários, foram identificadas 54 contas de usuários na Argentina, Chile e Peru. Basta dizer que os vínculos da maioria deles com a China, suas instituições e autoridades são facilmente rastreáveis, principalmente porque participaram de atividades ou programas do governo chinês e do PCC dentro de suas estratégias de poder incisivo ou *sharp power*.

Análise de contas do Twitter

Para a análise, foram baixados todos os tweets e postagens dos usuários monitorados na Argentina, Chile e Peru entre janeiro de 2020 e julho de 2021. Para as contas do Twitter, os retweets e curtidas recebidas; e, para contas do Facebook, o número de postagens, curtidas, comentários e as vezes que a publicação foi compartilhada foram registrados.

Os 54 usuários publicaram 144.682 tweets e postagens no Twitter e no Facebook durante o período de análise. De todas as mensagens acima, 13.438 continham a palavra “China”, ou

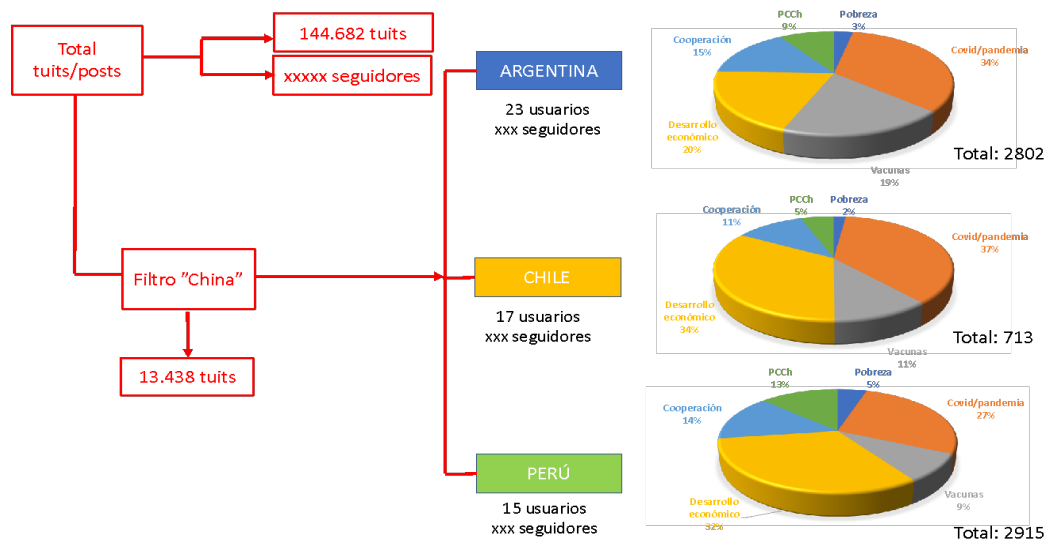
seja, 9,2 por cento do total. Este filtro permite avaliar a importância do tema “China” para os usuários e se ele é predominante em sua comunicação nas redes sociais. Portanto, o fato de uma em cada 10 mensagens ser dedicada à China, o que é uma porcentagem significativa, mostra que a China não é o tema dominante mesmo para os usuários que se interessam e têm um conhecimento acima da média da China nesses países.

No entanto, o fato de a atuação em rede de alguns desses usuários nem sempre priorizar questões relacionadas à China não significa que seu trabalho de divulgação de narrativas oficiais não tenha um alcance considerável. Para começar, os 54 usuários totalizam 662.478 (+ seguidores no Peru), não é um número desprezível. Mas, acima de tudo, a relevância desses divulgadores, especialmente aqueles que não têm vínculos formais com o regime chinês (ao contrário das embaixadas chinesas ou dos institutos de Confúcio), é que seus públicos podem perceber um senso de independência em suas mensagens. Ao divulgar seu relato sobre a China, a proximidade de muitos desses usuários de Pequim nem sempre é óbvia para os públicos.

Uma segunda dedução da análise é que, como era de se esperar, o principal assunto dos usuários é a pandemia da COVID-19. Dois em cada três tweets abordam esse tópico, muitas vezes para elogiar a administração do governo chinês ou para relatar mais genericamente sobre a COVID sem entrar em julgamentos de valor. No entanto, é surpreendente que os usuários não tenham abordado o controverso tópico das vacinas em profundidade. Dado que a eficácia e a segurança das vacinas foram o principal assunto do noticiário mundial durante os meses do estudo, é surpreendente que as instituições e indivíduos da Argentina, Chile e Peru que mais publicaram sobre a China optaram por manter um perfil discreto ou para evitar o problema.

Essa polêmica, como vimos na seção anterior, causou grande rebuliço na mídia durante meses. No entanto, do total de 144.682 tweets publicados pelas 54 contas dos divulgadores, apenas 865 incluem literal e especificamente os termos “vacuna china”, “Sinopharm”, “Sinovac” ou “Cansino”, conforme mostrado nos gráficos. E o mais surpreendente: desses 865 tweets, apenas 39 incluem expressamente as palavras “eficacia”, “eficaz”, “efectividad”, “segura” e “seguridad”, o que é uma prova clara de que não era um tema de interesse para aprofundar. Como se não bastasse, desses 39 tweets que se referem à eficácia e segurança das vacinas chinesas, 19 foram publicados pelas embaixadas da própria China ou pela revista oficial China Hoy de Perú.

Tal inconsequência contrasta com que, devido à sua proximidade com a China ou suas autoridades, vários usuários saem frequentemente em defesa do país asiático em qualquer polêmica que surja, enquanto elogiam o desempenho e as “conquistas” do Partido Comunista ou criticando os EUA e o mundo ocidental em comparação. No entanto, na pior crise global em décadas, com a China no centro da tempestade por sua responsabilidade na pandemia e com dúvidas razoáveis sobre as vacinas amplamente utilizadas no Chile e no Peru, os usuários foram prudentes o suficiente para permanecer em silêncio.



(Figure 14)

Portanto, quais narrativas esses usuários disseminaram nos 13.437 tweets específicos em que a palavra “China”²³⁹ é mencionada? Além das duas abordagens recorrentes, ou seja, apresentar a China como uma grande potência econômica e descrever seu papel na gestão da pandemia, destaca-se a tendência para divulgar narrativas oficiais: aquelas que apresentam o Partido Comunista como o arquiteto de todas as conquistas da China, a de seu suposto sucesso na redução da pobreza extrema, ou em mostrar Pequim como uma referência no mundo em desenvolvimento graças à sua cooperação, doações e ajuda. Essas são as mesmas narrativas oficiais que fazem seu caminho na mídia chinesa, descritas em seções anteriores deste artigo.

Este não é um posicionamento restrito ou cauteloso. Pelo contrário, @ChileAlerta publicou, por exemplo, que “100 anos de progresso comunista” permitiram à China “tirar 900 milhões de pessoas da pobreza”. Em termos de doações chinesas, ele foi mais longe: “A China ajuda a Palestina! Enquanto os EUA e Israel os assassinam, massacram e estupram seus filhos diariamente, a China doa 100.000 vacinas Sinopharm para a Palestina”.²⁴⁰ O acadêmico chileno Ignacio Araya Heredia, divulgando conteúdo pago do China Media Group, considerou em um tweet que “o partido no poder na China sempre aderiu à ideologia do desenvolvimento centrado nas pessoas e demonstrou o conceito da supremacia do povo no governo”. 100 por cento retórica oficial.

Também seu colega Felipe Enero recorreu a críticas aos EUA em sua defesa do governo chinês: “...diante da volatilidade, polarização, desconsideração da ciência e do sistema das Nações Unidas pelo líder dos EUA, a China oferece certeza, estabilidade, abertura econômica, compromisso com a ciência e multipolarismo.” A crítica antiocidental é um recurso regular dos

²³⁹Applying the filter with the word “China” to the 144,682 tweets posted by the 54 users between January 2020 and July 2021, yields a total of 13,438 tweets specifically linked to China.

²⁴⁰ ChileAlerta América Latina Unida (@Chile_Alerta), Twitter. https://twitter.com/Chile_Alerta/status/1377091751228366852.

aliados de Pequim.

Outro golpe contra o Ocidente. “É evidente que a China não apenas lidou com o surto de maneira muito eficaz, mas, paradoxalmente, a pandemia revelou as deficiências das democracias ocidentais que lidaram com o vírus (especialmente os EUA) de uma maneira muito ruim”, escreveu o cientista político Santiago Bustelo. Patricio Giusto, também acadêmico, apoiou-o em sua abordagem: “A chamada 'diplomacia dos chinstraps' da China no Ocidente permitiu que o mundo não desabasse em termos de saúde. Incluindo os EUA, um dos principais destinos das exportações e doações chinesas”.

Outros atores: embaixadas chinesas

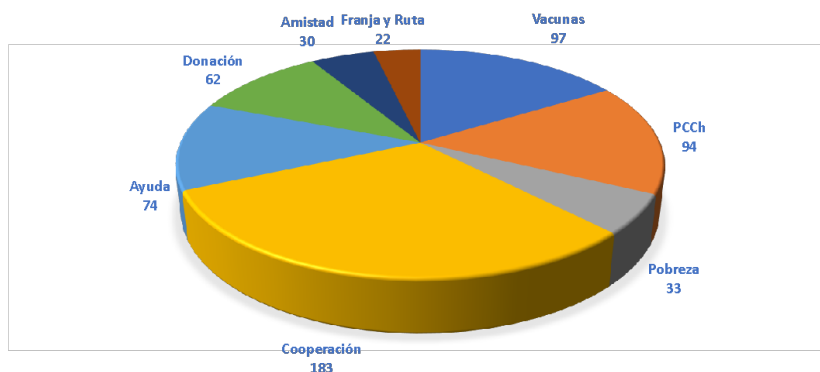
Entre os que divulgam narrativas oficiais chinesas no Twitter, as contas das embaixadas chinesas na Argentina (@ChinaEmbArg), Chile (@ChinaEmbassy) e Peru (@ChinaEmbPeru) são os mais ativos na divulgação de mensagens políticas que podem ser percebidas como propaganda ou desinformação. É marcante, desde o início, as datas de criação das contas: dezembro de 2019 (Chile), fevereiro de 2020 (Peru) e março de 2020 (Argentina). Em outras palavras, essas contas foram criadas no auge dos esforços do governo chinês para vencer o debate de propaganda sobre quem foi o responsável pela pandemia e por quê.

Em pouco mais de um ano e meio de atividade, as três contas chinesas do Twitter registraram 1.713 tweets, mas talvez o mais relevante seja que, aos poucos, as três vão ganhando peso em termos de número de seguidores (18.303 em agosto de 2021) como eles publicam notícias sobre ou relacionadas com a China. O contexto nos três países em estudo, onde há escassez de atores e fontes dedicadas à China, dá às autoridades chinesas a possibilidade de atingir públicos locais com suas próprias mensagens e com pouca interferência.

Através de suas contas no Twitter, as três embaixadas chinesas conseguem monopolizar, pelo menos parcialmente, o discurso relacionado à China nos três países. Conforme demonstrado na Figura 15, essas contas publicam sobre os tópicos que são mais importantes para Pequim, com preponderância de postagens relacionadas aos supostos sucessos da vacina chinesa (apresentados abaixo como "Vacunas"), a erradicação declarada da pobreza de Pequim (apresentados abaixo como "Pobreza"), a importância da cooperação diplomática latino-americana com a China (apresentada a seguir como "Cooperación"), e a legitimação do PCC (apresentada a seguir como "PCC"), entre outros.

Figura 15

	Argentina	Perú	Chile	Total
Tuits	1069	339	305	1713
Seguidores	6389	10604	305	18174



O exemplo de @ChinaEmbPeru é útil para entender como a atividade dessas contas ajuda a abrir caminho para a propaganda se firmar. Em relação à frequência de publicação, a embaixada prefere ser seletiva: em média quatro tweets por semana. O tipo de seguidores é variado, desde jornalistas e acadêmicos peruanos até peruanos que vivem na China, passando por instituições e meios de comunicação do Peru, mas também de outras partes do mundo. Em agosto de 2021, a conta tinha 10.685 seguidores, um número relativamente modesto em comparação com os 69.199 seguidores da conta oficial da Embaixada dos Estados Unidos no Peru.

No contexto da pandemia, a abertura da conta da Embaixada da China no Peru no Twitter em fevereiro de 2020 permitiu a Pequim apresentar a imagem de uma China generosa e forte, capaz de gerir e vencer a pandemia e, ao mesmo tempo, mostrar o seu potencial para oferecer ajuda e desenvolver uma vacina. A preponderância das primeiras postagens no Twitter mostra doações para forças policiais ou bibliotecas infantis, bem como a chegada da vacina Sinopharm e cientistas chineses ao Peru trabalhando em conjunto com personalidades do governo peruano em uma grande exibição oficial na mídia.

Em 1º de março de 2020, por exemplo, dias após a criação da conta, a Embaixada da China no Peru publicou os primeiros tweets para divulgar um documentário oficial sobre os heróis de Wuhan e “as histórias que você deveria saber”.²⁴¹ No início, o relato teve um impacto bastante reduzido, se considerarmos os poucos retweets e “curtidas”, mas nos meses que se seguiram foi usado e citado de forma recorrente pela mídia pública peruana, incluindo a Agência Andina e o Diário El Peruano.

Como exemplo dessa evolução, em 5 de março de 2021, o relato da Embaixada da China no Peru divulgou um comunicado da Sinopharm sobre uma polêmica na televisão que alertava sobre a baixa eficácia das vacinas. Isso causou um terremoto político, pois a vacinação naquele

²⁴¹The documentary Big Story: Epicenter - 24 hours in Wuhan was broadcast in English and as of February 2021 had 912,354 views and 451 comments. <https://www.youtube.com/watch?v=MnhTFjxRVUM>.

país foi confiada principalmente à vacina chinesa. O comunicado recebeu 10.124 “curtidas” e 4.695 retweets, a postagem mais compartilhada até o momento.²⁴²

Essas dúvidas em relação às vacinas chinesas eram consistentes com a desconfiança que já havia surgido durante sua fase de desenvolvimento e muito antes de a China começar a exportá-las para o Peru e outros países. Conforme explicado na seção deste estudo dedicada às vacinas, a mídia estatal de Pequim, desde o início, espalhou a ideia de que suas vacinas eram eficazes e seguras, mas como evidência eles apresentaram apenas os resultados dos estudos de fase I e II publicados no *The Lancet*, que são preliminares e claramente insuficientes para chegar a conclusões. As vacinas ocidentais submeteram seus ensaios à revisão por pares, publicando-os em revistas especializadas internacionais.

Em relação à polêmica de 5 de março de 2021, a Embaixada da China no Peru emitiu uma nota mordaz em defesa da Sinopharm, observando que quaisquer dúvidas quanto à eficácia da vacina foram resultadas de reportagens jornalísticas consideradas “não verificadas, não científicas, imprecisas e incompletas”. Até o momento, a Sinopharm ainda não apresentou evidências para apoiar essas acusações, enquanto o *The Lancet* alertou em um editorial que a “falta de transparência em torno das vacinas é um problema” da China. Sobre o assunto, @ChinaEmbPeru publicou logo após outro tweet contundente atacando novamente, sem apresentar evidências, “[Alguns] 'experts' e mídia [que] não se cansam de atacar e difamar a vacina chinesa...”²⁴³

No entanto, longe de morrer, a polêmica viu outra guinada em julho de 2021, após declarações feitas por um político peruano questionando a eficácia do Sinopharm. A embaixada respondeu através de sua conta no Twitter, como havia feito meses antes, com uma nova declaração oficial de condenação,²⁴⁴ seguida por um tweet muito mais incisivo na substância e na forma: “Sr. Ernesto Bustamante, é um crime privar o direito à saúde e à vida das pessoas com informações incorretas e mentiras... É difamação acusar uma empresa de corrupção sem fundamento”.²⁴⁵ A segunda parte do tweet dizia: “Este homem opta por ignorar as verdades, cego por seus preconceitos ideológicos e seu ódio inexplicável”. Os três tweets acima mencionados receberam um total de 20.367 “curtidas” e foram retuitados 6.670 vezes.

A alteração sobre a suposta ineficácia da vacina chinesa ocorreu no contexto de outro escândalo, o chamado *Vaccine-gate*, por meio do qual cerca de 400 funcionários e personalidades do governo peruano foram secretamente vacinados antes do fim dos testes clínicos da Sinopharm no Peru. Em 14 de fevereiro, a Embaixada da China no Peru publicou um tweet, que registrou 6.014 “curtidas” e 867 retweets, no qual fugiu a qualquer responsabilidade, apesar de ter sido a estatal Sinopharm quem trouxe para o Peru as vacinas

²⁴² <https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1368254743450124291>.

²⁴³ Embajada de China en el Perú (@ChinaEmbPeru), “Sin embargo, unos pocos “expertos” y medios de comunicación no se cansan de atacar y difamar a la vacuna china,” Twitter, May 7, 2021. Available at: <https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1390743535293509633>.

²⁴⁴ Embajada de China en el Perú (@ChinaEmbPeru), “Comunicado de la Embajada de China,” Twitter, July 13, 2021. Available at: <https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1415090114036961281>.

²⁴⁵ Embajada de China en el Perú (@ChinaEmbPeru), “Sr. Ernesto Bustamante, es Delito privar el derecho a la salud y vida de la gente con desinformación y mentiras,” Twitter, July 14, 2021. Available at: <https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1415371032249176065>.

em segredo para vacinar: “Nada mudará e afetará a firme vontade dos chineses de fortalecer as relações sino-peruanas. Vamos combinar nossos esforços.” Com este slogan, acrescentou um braço de força e os emojis da bandeira chinesa usados continuamente ao lado da bandeira peruana.²⁴⁶

A embaixada também publicou outros comunicados oficiais com grande impacto medido em milhares de 'curtidas' e retweets, nos quais desassocia a Sinopharm de qualquer responsabilidade pelo *Vaccine-gate*. Em um deles, o comunicado adverte que “a China rejeita os termos usados em alguns meios de comunicação e as difamações da cooperação vacinal entre as duas partes”. Este comunicado foi reproduzido na íntegra e sem questionamento de qualquer espécie pela agência oficial de notícias peruana Andina, conforme a seguir:



Em março, a embaixada divulgou o referido comunicado da Sinopharm, acusando a mídia peruana de informação incorreta sobre a eficácia da vacina e seus testes, e em abril expressou seu repúdio à cobertura da mídia no Peru. Esta narrativa oficial chinesa atingiu um público de milhares de pessoas, com alguns exemplos ilustrados na Tabela 16.

O Twitter se tornou um canal prioritário para a China fazer declarações oficiais, refutar controvérsias, definir o tom para a mídia ou até mesmo atacar aqueles vistos como inimigos. A China usa essa plataforma de mídia social não apenas para compartilhar as visões de Pequim, mas também a visão do regime chinês sobre o papel que a mídia deve desempenhar na sociedade.

Tabela 16: Publicações da Embaixada da China no Peru divulgadas na mídia peruana local e na conta oficial do Twitter.²⁴⁷

²⁴⁶ Embajada de China en el Perú (@ChinaEmbPeru), Twitter, February 15, 2021. Available at: <https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1361366646863126532>.

²⁴⁷Source: Own elaboration based on the monitoring of @ChinaEmbPeru and various Peruvian media. Publications referring to official governmental visits and meetings are not included.

Autor	Data	Atividade/Publicação	Médio	Comentários	Link para Twitter/outros
Liang Yu	05-04-2021	Op-ed: “Melhorando o Sistema Eleitoral de Hong Kong” (apenas em papel, veja o PDF no link no Twitter)	Diario El Peruano (oficial)	Tema recorrente da propaganda chinesa. Aparece anteriormente com um título muito semelhante na mídia oficial chinesa: “Mejorar el sistema electoral de Hong Kong é uma salvaguarda de la democracia”	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1379466819782709263
Entrevista com Li Yun	10-02-2021	Entrevista publicada: China está dispuesta a profundizar su inversión en el Perú pospandemia	Agencia Andina	Chargée d'Affaires da embaixada da China no Peru destaca a cooperação tecnológica e o próximo lançamento da vacina.	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1359553663245684741
Entrevista com Luis Quesada, Embaixador do Peru na China	15-01-2021	Entrevista publicada: “Hablan los embajadores: un acercamiento al embajador de Perú en China”	CGTN español	Tema principal: celebração do 50º aniversário da amizade sino-peruana, história comum, China no coração dos peruanos (migração), desenvolvimento chinês e papel na pandemia	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1350089529819090944
Liang Yu	15-12-2020	Op-ed: “Propuestas de China para la recuperación económica mundial”	Diario Gestión (particular)	Apresenta as propostas de Xi Jinping agora disseminadas globalmente, apresenta ideias para o desenvolvimento, erradicação da pobreza e elogia como a China está lidando com a pandemia	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1338919642711121921
Liang Yu	15-12-2020	Declaração: “Peru se ha convertido en el destino preferido de las inversiones chinas en la región”	Agencia Andina	Declaração sobre o 10º aniversário do Acordo de Livre Comércio entre Peru e China	
Liang Yu	01-10-2020	Discurso no Dia Nacional da China	Canal oficial do YouTube Cultrarts e Diario el Peruano	Ampla exibição de informações Diario el Peruano (oficial) junto com o discurso oficial chinês (também o discurso do Embaixador do Peru) e a exibição do documentário chinês “La prioridad siempre es el pueblo” .	
Liang Yu	17-09-2020	Artigo: “El aporte del nuevo modelo de desarrollo económico da China a la reactivación económica mundial”	Diario Gestión (particular)		

Entrevista a Liang Yu	04-09-2020	Entrevista ao vivo para a televisão: “Embajador de China no Peru, Liang Yu, habla sobre la llegada de la vacuna contra el COVID-19 y delegación de su país”	Canal N	Destaca a estreita cooperação entre China e Peru e o marco chinês em trazer a vacina para o país	
Liang Yu	31-07-2020	Op-ed: “Promover la cooperación entre China y Perú en defensa de la paz y estabilidad mundial”	Diario El Peruano (oficial)	Cooperação militar	
Liang Yu	30-06-2020	Conferência: “O papel da China na economia global e na pós-pandemia da América Latina”	Centro de Estudios Asiático de San Marcos (CEAS)	Coordenado por Carlos Aquino	
Liang Yu	22-06-2020	Op-ed: “Unión y cooperación para vencer al COVID-19”	Diario El Peruano	China vence COVID e Livro Branco da Cooperação Chinesa	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1273669519194669057
Liang Yu	17-04-2020	Op-ed: “Una reflexión sobre el futuro de la humanidad”	El comercio (privado)	China e sua luta contra a COVID, China - poder científico e de saúde	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1251260382322331648
Liang Yu	11-03-2020	Entrevista de rádio: “Espera-se uma recuperação econômica rápida após a crise” e “Estamos trabajando em parceria com especialistas em mídia para ayudar na saúde no Peru”.	Radio Nacional FM	China e a luta contra a COVID, a economia e a cooperação em saúde	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1237749988349837313
Liang Yu	03-03-2020	Entrevista para a televisão: <u>Enrique Castillo entrevista al embajador de China</u>	Televisión CanalN	Como a China venceu o vírus e cooperação com o Peru	https://twitter.com/ChinaEmbPeru/status/1234846367639576577

Narrativas chinesas na mídia argentina, chilena e peruana

As seções anteriores forneceram uma visão geral de como a China tenta disseminar sua propaganda na América Latina, através de quais mídias ou atores e com quais narrativas. Essas seções descrevem os esforços da mídia chinesa oficial para projetar narrativas oficiais na região através de suas edições em espanhol. Também ficou claro por meio dessas seções o papel desempenhado pelos chamados "aliados" da China em círculos pequenos, mas influentes, para impulsionar as narrativas oficiais da China.

Identificados os atores, a estratégia e as narrativas da propaganda promovida na região, esta seção busca concluir se tais mensagens chegam ou não a públicos na Argentina, Chile e Peru e, portanto, se a propaganda oficial mencionada acaba ou não influenciando a opinião pública local nesses países. Responder a esta questão empiricamente é um desafio extraordinário devido à escala, diversidade e nuances do estudo. Para nos aproximarmos da resposta, optamos por abordar a questão a partir de duas abordagens diferentes. Por um lado, examinamos o efeito das inserções pagas do governo chinês na mídia local; e, por outro lado, estudamos, como amostra, se as contas do Twitter de uma seleção de meios de comunicação dos três países divulgam narrativas oficiais sobre os sucessos do PCC e a erradicação da pobreza na China.

Inserções pagas

Em primeiro lugar, é importante destacar a inserção do China Media Group (CMG), plataforma de mídia estatal chinesa, no cenário midiático dos três países latino-americanos. O CMG foi fundado em 2018 visando disseminar “a direção política” do PCC e “orientar o público com valores corretos”, e com o objetivo de influenciar a opinião pública. Em termos práticos, sua estratégia consiste em produzir conteúdo propagandístico e pagar para ser publicado como encartes nas principais mídias escritas da Argentina, Chile e Peru; garantir que sua mensagem esteja presente nesses meios de comunicação. No entanto, ao contrário da publicidade clássica, este formato de “inserção” nem sempre permite distinguir entre informação e propaganda.

Por exemplo, o Clarín, jornal de maior circulação na Argentina e um dos mais influentes da região, publicou em junho de 2021 um especial de quatro páginas na véspera do centenário da fundação do Partido Comunista Chinês.



Já na edição impressa não é difícil perceber que, devido ao seu leiaute diferente, esta é composta por conteúdo publicitário. Na versão da web, no entanto, nem sempre é óbvio para o leitor que essas inserções são “conteúdo patrocinado”. Um aviso de isenção de responsabilidade aparece no início de cada artigo, mas pode passar despercebido dado que o estilo e o design da peça não diferem de outros artigos informativos da web, como pode ser verificado a seguir. O formato não é apenas semelhante ao de qualquer outra notícia, mas pode até ser compartilhado nas redes sociais ou comentado como se fosse qualquer outro informativo.

Ejemplo a largo plazo

El PCCh aporta una experiencia importante de gobernanza, dice líder del PCI

Mauro Albores elogió el esfuerzo del PCCh de sacar de la pobreza extrema al pueblo chino.



Xi Jinping, secretario general del Comité Central del Partido Comunista de China (PCCh), presidente de China y presidente de la Comisión Militar Central, pronuncia un importante discurso en una ceremonia con motivo del centenario del PCCh, en Beijing, capital de China, el 1 de julio de 2021. (Xinhua/Xie Huanchi)



06/07/2021 13:58 | Clarín.com | BrandStudio | Actualizado al 06/07/2021 13:58

Contenido Patrocinado

Con el gobierno de un país tan grande como China, el Partido Comunista de China (PCCh) está aportando una cantidad considerable de experiencia en el ámbito de la gobernanza, afirmó el secretario nacional del Partido Comunista de China (PCI) Mauro

Historia y logros

“El centenario del PCCh representa un hito en el desarrollo de China”, afirma ex canciller de Singapur

El exministro de Relaciones Exteriores de Singapur, George Yeo, admiró el desarrollo y la evolución tecnológica de China.



El secretario general del Comité Central del Partido Comunista de China (PCCh), Xi Jinping, también presidente chino y presidente de la Comisión Militar Central, pronuncia un discurso en la quinta sesión plenaria de la Comisión Central de Control Disciplinario del XIX Comité Central del PCCh, en Beijing, capital de China, el 22 de enero de 2021. (Xinhua/Shen Hong)



27/06/2021 16:14 | Clarín.com | BrandStudio | Actualizado al 27/06/2021 16:14

Contenido Patrocinado

“El centenario de la fundación del Partido Comunista de China (PCCh) es un hito en el desarrollo de China”, dijo el exministro de Relaciones Exteriores de Singapur George Yeo.

Al referirse al PCCh, es necesario

Às vezes, a menção ao conteúdo pago é explícita, como mostra a imagem abaixo, mas é surpreendente que tal conteúdo tenha sido compartilhado e recomendado como um artigo de opinião na própria conta do Twitter do Clarín sem nenhum esclarecimento quanto à sua origem.

Contenido patrocinado
El código secreto del éxito de un Partido Centenario

Partido Comunista de China, 100 años de historia.



Logo del 100 aniversario del Partido Comunista de China.



30/05/2021 7:01 | Clarín.com | BrandStudio | Actualizado al 30/06/2021 7:01

Por Zou Xiaoli, Embajador de la República Popular China en la República Argentina:

Con motivo del centenario del Partido Comunista de China (PCCh), me es un gran placer escribir para este suplemento especial, publicado en Clarín, para compartir con ustedes el código secreto del éxito del PCCh.

A lo largo de sus 100 años de historia, el PCCh se ha concentrado en liderar la revolución de la Nueva Democracia y la revolución socialista, en conquistar la



El código secreto del éxito de un Partido Centenario

Traducido Tweet

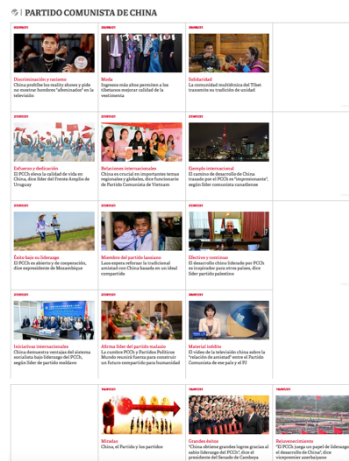


5:48 PM · Jun 30, 2021 · Echobox

Este não é o único exemplo em que informação e propaganda se misturam no jornal de Buenos Aires. No final de agosto de 2021, o site do Clarín na seção “Tópicos”, que classifica as notícias por assunto, agrupava um total de 97 reportagens sob o título “Partido Comunista da China”.²⁴⁸ A maioria deles — embora nem todos — são relatórios elaborados pelo GMC que divulgam temas importantes para Pequim, muitas vezes valendo-se de pontos de discussão oficiais.

Entre outros, os temas que dominam são aqueles que enaltecem as virtudes do PCC e do modelo chinês, incluindo o sucesso na erradicação da pobreza e a cooperação do regime com o mundo em desenvolvimento. A grande questão a ser feita é se o público consegue diferenciar os artigos de informação dos propagandísticos.

²⁴⁸ “Partido Comunista de China,” Clarín. Available at: <https://www.clarin.com/tema/partido-comunista-de-china.html>.



Exemplos de manchetes do jornal diário Clarín:

“Cooperación pacífica: Presidente da Esquerda Europeia agradece ao PCC por respeitar as diferenças culturais”
“Exemplo internacional: o caminho da China para o desenvolvimento delineado pelo PCC é “impressionante”, diz o líder comunista canadense”
“Grandes sucessos: “A China vê grandes conquistas graças à sábia liderança do PCC”, diz o presidente do Senado do Camboja”
“Realizações notáveis: “Oficiais veem o sucesso da governança do PCC como inspiração para o mundo”
“Luta contra a pobreza: o PCC é a “espinha dorsal” da nação chinesa, afirma o ex-presidente Fernando Henrique Cardoso.”
“Conquistas históricas: Ex-ministro egípcio diz que o PCC é o principal fator por trás do “milagre do progresso na China””
“Eficaz e contínuo: o desenvolvimento chinês liderado pelo PCC é uma inspiração para outros países, diz o líder do Partido Palestino.”

Por sua vez, durante o período de análise deste trabalho, o GMC realizou a mesma prática em três dos meios de comunicação mais importantes do Chile. El Mercurio, o jornal mais influente do país, publicava encartes regularmente. Em abril de 2020, em meio à polêmica sobre a responsabilidade da China na pandemia, publicou através de uma inserção paga de página inteira na mídia chilena o que havia sido publicado dias antes na China Radio International: “Mídia dos EUA: a Casa Branca encontrou um grande número de “bodes expiatórios” para transferir críticas internas.”²⁴⁹

Não é, como convém à propaganda clássica, um artigo elogioso sobre a China e suas

²⁴⁹ “Medios estadounidenses: la Casa Blanca encontró una gran cantidad de “chivos expiatorios” para transferir las críticas internas,” China Radio International, April 11, 2021. Available at: <http://espanol.cri.cn/news/world/1018/20200411/451056.html>.

autoridades, mas uma reprovação completa aos EUA para desviar as críticas que a China estava recebendo na época pelo encobrimento e opacidade em torno da COVID-19. O artigo criticava Donald Trump por sua responsabilidade no manejo da crise, o que explicava — segundo a história — a culpa de Trump à China. No mesmo dia, outra notícia do GMC mergulhou na mesma linha: “Investigação dos EUA: Surpresa! Muitas fatalidades da COVID-19 foi enterrado discretamente.”²⁵⁰

Em setembro do mesmo ano, a publicação de outro encarte abordou a diplomacia e o multilateralismo: “De que tipo de Nações Unidas o mundo precisa? A “proposta da China” responde às “questões da época”, dizia, assim como o GMC publicou encartes defendendo a soberania da Argentina sobre as Ilhas Malvinas (Falklands).²⁵¹ Em março de 2021, El Mercurio publicou outra série de artigos do GMC, embora a essa altura o assunto já tivesse mudado e prevalecesse o interesse em mostrar as conquistas na luta contra a pobreza: “Desvendando o código do milagre da eliminação da pobreza na China”, incluído no display especial para divulgação do assunto, conforme mostrado a seguir:



Uma amostra reveladora do impacto que essas inserções podem ter sobre o público pode ser vista na página inicial do site El Mercurio. Aqui, a peça acima mencionada (“revelado o código milagroso de eliminação da pobreza na China”, incluída na seção “Sociedade”) entra no “ranking de leitores” do site como se fosse qualquer outra notícia. Nesse ranking, a notícia fabricada pela GMC era a quinta notícia mais lida do dia no momento da captura:

²⁵⁰ Both articles were published in El Mercurio on April 17, 2020.

²⁵¹ In June 2021 GMC inserted a half-page paid article in Chile’s El Mercurio with the headline “China supports Argentina’s sovereignty claim over the Malvinas Islands.”



Paralelamente, o jornal La Tercera também fechou acordo com o GMC em janeiro de 2020 visando “oferecer matérias relevantes para mostrar uma versão atualizada dos vários aspectos da cultura daquele país”, conforme revelou o jornal ao anunciar a aliança. Com formato semelhante ao referido no jornal Clarín, o segundo jornal chileno criou em seu site a seção “China Connection”, onde estão incluídos os diversos conteúdos elaborados pelo GMC, conforme ilustrado a seguir:

China / Democracia, libertad y justicia social: Chile-China y la siembra de Allende

Isabel Allende Busti, senadora de la República de Chile.

30 sep 2020 07:11 PM

El papel que mi padre desempeñó en la historia marco a muchos y sigue vigente en los valores de democracia, equidad y desarrollo económico de todos los pueblos del mundo, aunque los tiempos sean distintos.

**China / Chile y China: una relación ejemplar**

Eduardo Frei Ruiz-Tagle, Expresidente de Chile.

30 sep 2020 07:37 PM

Chile es uno de los países latinoamericanos que desarrolló en forma más rápida, temprana y con mayor determinación sus vínculos con China. Una senda que se comenzó a abrir hace 50 años y que hoy tenemos el deber de preservar, promover y profundizar.

**China / China: cincuenta años, tres momentos, dos países diferentes avanzando hacia la comprensión mutua**

Ricardo Lagos, Expresidente de Chile.

30 sep 2020 07:32 PM

Cooperar y competir son realidades entrelazadas –como el yin y el yang– con las cuales cabe entender las interdependencias de nuestro tiempo, en una globalización que no soñamos cincuenta años atrás.

**China / 50 años de relaciones bilaterales proyectadas al futuro**

Andrés Allamand, ministro de Relaciones Exteriores de Chile.

30 sep 2020 06:58 PM

Nuestra relación está cimentada sobre la labor de ambos Gobiernos, robustecida por los esfuerzos del mundo empresarial, la academia y la sociedad civil.

**China / China y Chile: cooperaciones amistosas de medio siglo**

Xu Bu, embajador de China en Chile.

30 sep 2020 06:54 PM

China se ha mantenido como el mayor socio comercial de Chile por diez años consecutivos y es el mayor destino de exportación de muchos productos chilenos como cobre, cereza, carne de cerdo, etc. En los últimos dos años, China también se ha convertido en la mayor fuente de inversión extranjera para Chile.

**Cultura china / Los secretos y sabores de las ocho escuelas culinarias de China**

Grupo de Medios de China

15 abr 2020 07:18 PM

La cultura culinaria de China ha experimentado un desarrollo de 5 mil años, y está compuesta por platos de todos los rincones del país. A pesar de existir un sinnúmero de restaurantes de comida china en nuestro país, se desconoce la inmensa variedad que existe en el país asiático.

**Cultura china / La emoción de los poetas y escritores chinos cuando visitan las casas de Neruda**

Alfonso Wain Dal

15 abr 2020 04:55 PM

Los intelectuales asiáticos quieren conocer al poeta íntimo, desde la mirada de su propios hogares y objetos. Aprecian tantos los juguetes en las habitaciones, la tinta con el color verde, el amor escondido en la pintura de Diego Rivera, entre otros.

**Cultura china / La exigente prueba final para ser nombrado monje Shaolin: dominio cabal del Kung fu y espiritualidad**

La Tercera

15 abr 2020 02:59 PM

Disciplina, sufrimiento, autocontrol y rechazo de la violencia se ven enfrentados en la evaluación definitiva que los monjes shaolin deben superar si se quieren graduar como maestros en China. Un documental de la BBC describe las etapas a superar.

**Cultura china / ¿Quién fue Confucio y por qué es tan importante para China?**

Alison Vivanco

15 abr 2020 01:36 PM

Conocer la cultura china va más allá de saber cuál es su idioma, su escritura, sus peculiares vestuarios o su sabrosa comida. Un ítem imprescindible para descifrar a la nación asiática



Ocasionalmente, o jornal chileno también publica suplementos especiales en su edición impresa e na web. Foi o que aconteceu em outubro de 2020, por ocasião do 71º aniversário da fundação da República Popular da China e do 50º aniversário do estabelecimento das relações diplomáticas entre o Chile e a China. Personalidades relevantes da sociedade chilena, incluindo os ex-presidentes Ricardo Lagos e Eduardo Frei, entre outros, escreveram artigos nesta seção.



A Radio Cooperativa, emissora de rádio de alcance nacional, também fechou em 2020 um acordo multimídia com a GMC para veicular conteúdos em diversos formatos, desde um programa de rádio semanal até uma série de podcasts sobre a cultura chinesa (inclusive na plataforma de mídia chilena, o Seção “Efecto China” em <https://www.cooperativa.cl/>, que traz atualizações diárias, reportagens, artigos de opinião e vídeos.) A seção da web apresenta o logotipo corporativo da GMC.²⁵²

Xinhua, CGTN e China Radio International produzem a maior parte do conteúdo transmitido e veiculado no site da Radio Cooperativa. No entanto, estas se misturam com informações próprias ou de outros meios de comunicação, o que contribui para que a propaganda chinesa seja percebida como informação e não como propaganda. Um exemplo disso é o artigo “O que a “amostra chinesa” traz para a governança da redução da pobreza no mundo”, cujo autor é a própria mídia chilena, embora também haja uma referência ao GMC mais abaixo no corpo da notícia²⁵³. A China preparou o produto audiovisual com antecedência.²⁵⁴

Outro exemplo do envolvimento chinês com a rádio chilena foi a transmissão do “Efecto China”, que transmitiu meia dúzia de documentários de cinco minutos sobre a erradicação da pobreza na China. O audiovisual veio pronto da China e transmitido em chinês com legendas em espanhol. Para justificar a parceria dessa natureza com a mídia chinesa, a rádio chilena garantiu que “a avaliação da primeira temporada é ótima porque superou nossas expectativas em audiência e conteúdo. Recebemos muitos comentários positivos de diferentes pessoas e eles nos pediram para voltarmos com outra temporada. Hoje “Efecto China” passou de programa

²⁵² “Efecto China,” Cooperativa. Available at: <https://www.cooperativa.cl/efectochina/>.

²⁵³ “¿Qué trae la “muestra china” a la gobernanza de la reducción de la pobreza en el mundo?,” Cooperativa, March 2, 2021. Available at: <https://www.cooperativa.cl/noticias/corporativo/efecto-china/efecto-china-opinion/que-trae-la-muestra-china-a-la-gobernanza-de-la-reduccion-de-la/2021-03-02/183027.html?=&efectochina>.

²⁵⁴ For examples of documentaries produced by CGTN and Radio China International, see “La erradicación de la pobreza: Una promesa solemne,” Cooperativa, March 7, 2021. Available at: <https://www.cooperativa.cl/noticias/corporativo/efecto-china/efecto-china-noticias/la-erradicacion-de-la-pobreza-una-promesa-solemne/2021-03-07/182057.html?=&efectochina>.

de rádio a projeto multimídia, graças ao importante acordo de colaboração que conseguimos fechar com o China Media Group... Nossa expectativa é que o projeto se torne uma referência para todos os públicos que desejam aprender e aprofundar seus conhecimentos sobre a China”, comentou o diretor do programa de rádio chileno.²⁵⁵

Narrativas chinesas nas contas do Twitter da mídia argentina, chilena e peruana.

Tendo visto o impacto direto das inserções pagas em alguns dos meios de comunicação mais influentes da região, uma forma alternativa de detectar se a mídia argentina, chilena e peruana captam as narrativas oficiais chinesas é analisar o conteúdo referente à China nas contas do Twitter de uma seleção de mídia representativa.²⁵⁶ Para isso, por meio da ferramenta FanpageKarma, foram baixados todos os 875.835 tweets publicados entre janeiro de 2020 e julho de 2021 por 14 mídias dos três países.²⁵⁷

Um filtro de palavras-chave foi então aplicado para detectar se os tweets ecoavam duas das narrativas recorrentes do regime chinês: uma opção sendo todos os tweets da China que abordassem o tema da “pobreza”; e, na outra opção composta por aquelas que incluam os termos “PCC”, “PC chino”, “PC de China”, “Partido Comunista”, “centenário” ou “Xi Jinping”. Após remover manualmente os tweets que incluem essas palavras, mas não se referem especificamente à China, o resultado desse método simples é que a divulgação de narrativas chinesas no feed do Twitter da mídia selecionada é, em geral, anedótica.

Apenas 165 tweets incluem tais narrativas, das quais 40 são críticas ou não apoiam tais narrativas porque meramente refletem eventos de notícias de forma asséptica. Por exemplo, o *La Nación* questiona tanto “as dúvidas levantadas pelo anúncio sobre o fim da pobreza extrema” e o futuro do PCC no centenário de sua fundação. O *Clarín* também não divulga narrativas chinesas de forma positiva, exceto pelo tweet mencionado acima com link para o encarte do China Media Group. Mesmo La Tercera, que devido à sua proximidade com o GMC espalhou 32 tweets abertamente propagandísticos, não hesitou em publicar outros 11 tweets críticos do Wall Street Journal, Reuters ou Human Rights Watch.

Os outros meios de comunicação, com exceção do La Tercera, optaram por divulgar a propaganda oficial foram a Chile Radio Cooperativa (24 tweets), cujo vínculo com o GMC já

²⁵⁵ ““Efecto China” comenzó su segunda temporada como proyecto multimedial,” Biblioteca del Congreso Nacional de Chile, November 8, 2020. Available at: <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/programa-efecto-china-cooperativa-2020>.

²⁵⁶We have chosen to analyze the Twitter accounts of a selection of media outlets because of the ease of downloading tweets with the FanpageKarma tool. Obviously, such analysis does not necessarily coincide with the much more complex analysis of web content, but it does allow us to intuit the reach of official Chinese narratives among the social media audiences of the Argentine, Chilean and Peruvian media selected for the sample.

²⁵⁷The 14 media and the number of tweets downloaded from each one are: in Argentina, Clarín (82,735), La Nación (67,765), Perfil (38,513), Página 12 (47,186) and Agencia Télam (47,560); in Chile, El Mercurio (2, 220), La Tercera (112,417), La Cuarta (41,267) and Radio Cooperativa (178,112); and in Peru, El Comercio (71,104), La República (59,617), Perú 21 (52,394), Diario el Peruano (28,302) and Agencia Andina (46,643).

foi descrito; Página 12 da Argentina (10 tweets) e Agencia Télam (23 tweets); e Agencia Andina do Peru (6 tweets) e Diario El Peruano (9 tweets). O jornal Página 12, percebido como ideologicamente simpático a tudo o que a China representa, compartilhou tweets referentes a textos publicados no jornal e assinados pelos diretores do Dang Dai²⁵⁸ e do CLEPEC,²⁵⁹ dois dos 23 “aliados” da China na Argentina neste estudo que favorecem tais narrativas em suas contas no Twitter. Um deles começa da seguinte forma: “Embora muitos meios de comunicação hegemônicos ocidentais tenham ignorado o anúncio, no final de 2020, um ano global catastrófico, a China anunciou nada menos do que isso, depois de um trabalho paciente, organizado e minucioso por domicílio, família e até indivíduos (em um país de mais de 1.400 milhões de habitantes) que erradicou a miséria”.

Quanto à agência nacional de notícias Télam, sua implantação no Twitter foi consistente com a seção especial elaborada para seu serviço de notícias por ocasião do centenário do PCC, “uma das maiores e mais poderosas formações políticas do mundo, responsável pela transformação radical do gigante asiático.”²⁶⁰ O total de 23 tweets se refere à pobreza, a história do PCC, a transformação da China, a Belt and Road, as relações sino-argentinas ou a cooperação do PCC com o Partido Justicialista, seu grande aliado político na Argentina. As notas são autoproduzidas, mas são feitas referências a fontes do regime chinês e nenhuma crítica à sua natureza autoritária pode ser discernida.

²⁵⁸ Página12 (@pagina12), “La erradicación de la indigencia en China,” Twitter, May 16, 2021. <https://twitter.com/pagina12/status/1394098072314126338>.

²⁵⁹ Página12 (@pagina12), “El Partido Comunista de China, un partido centenario,” Twitter, May 11, 2021. Available at: <https://twitter.com/pagina12/status/1392306261866258432>.

²⁶⁰The tweet announcing the “special” on the CCP centennial is accessible at: Agencia Télam (@agenciatelam), “Especial Télam I A 100 años del nacimiento del Partido Comunista chino,” Twitter, July 1, 2021. Available at: <https://twitter.com/AgenciaTelam/status/1410611651565391874>.



O papel da *Agência Télam* na divulgação da propaganda chinesa não é muito diferente do papel desempenhado no Peru pela mídia oficial peruana: *Diario el Peruano*, *Agência de notícias Andina* e *TV Perú*.²⁶¹ Da análise exaustiva dos conteúdos que os meios de comunicação estatais publicam em relação à China, deduz-se que a sua cooperação com as autoridades e os meios de comunicação chineses está muito presente.

A informação sobre a China e sua embaixada local ocupa lugar preferencial na mídia pública peruana, tanto na mídia escrita — *Agência Andina* e *Diario El Peruano*²⁶² — quanto na TV Peru, embora esta última em menor escala. Outra novidade e dignidade de nota no período aqui analisado são os tweets regularmente divulgados da embaixada chinesa no Peru, usados como fonte de informação nessa mídia impressa.

Acompanhando a mídia peruana, pode-se observar como essas fontes oficiais da imprensa noticiam a China de forma preferencial. É o caso, por exemplo, em setembro de 2020, da chegada da vacina para a realização de um ensaio clínico fase 3 no Peru, conforme relatado detalhadamente pela *Agência Andina*. É também o caso do Dia Nacional da China, no 71º aniversário da fundação da República Popular, cuja cobertura no jornal *El Peruano* ganhou

²⁶¹For more information on this, see the chapter "Reframing relations in Peru" in the Sharp Power Rising authoritarian Influence Report (2017). It describes China's close ties with Peruvian public media. Juan Pablo Cardenal, "Reframing Relations in Peru," in *Sharp Power: Rising Authoritarian Influence*, (National Endowment for Democracy, 2017). Available at: <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Chapter3-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence-Peru.pdf>.

²⁶²According to a 2019 report by Editora Perú, the company responsible for *Agencia Andina* and *Diario El Peruano* media, digital information occupies the main efforts of the company since 2019, so only the audience data in networks and web are presented. In 2019, *Agencia Andina* obtained 42.5 million visits on its website while *El Peruano* received 10 million. As for Twitter, in May 2021 *Agencia Andina* has 658,403 followers and *El Peruano* has 343,789 followers.

primeira página. Essa cobertura continha um link do Youtube para o discurso do embaixador chinês. O discurso destaca a capacidade da China de erradicar a pobreza e se tornar uma potência econômica mundial, bem como sua capacidade de “controlar” a pandemia. Essas narrativas são continuamente repetidas e divulgadas pela citada mídia peruana e por outros “aliados” da China no Peru.

Este exemplo pode ser visto abaixo:



Essa proximidade ou tratamento favorecido com o regime chinês é evidenciado pelo download dos tweets dos três meios de comunicação públicos peruanos de 1º de janeiro de 2020 a 15 de julho de 2021. Com o filtro das palavras-chave “China”, “Sinopharm”, “vacuna” e “Vacunagate”, são registradas 3.919 menções da palavra “vacuna”, 541 referências a “China”, 210 a “Sinopharm” e apenas duas a “Vacunagate”, são mencionados na TV Peru, mas apenas porque essa palavra foi mencionada em um comunicado público.

A conclusão desta simples análise terminológica é que, embora as contas do Twitter dos três meios de comunicação peruanos tenham priorizado os temas China, vacinas e Sinopharm, eles optaram por omitir o escândalo Vacunagate, apesar de sua relevância política e midiática no país. Em outras palavras, a mídia pública do Peru, cujos laços e acordos de vários anos com suas contrapartes chinesas são bem conhecidos, optou por silenciar um escândalo que, além de poder também manchar o governo de Lima, deixou a Sinopharm e a Embaixada da China em Lima com reputação diminuída aos olhos da opinião pública peruana.

Por outro lado, a partir do download dos tweets contendo a palavra “China” e ultrapassando 100 'curtidas', que determinam quais publicações são mais populares junto ao público peruano nas redes sociais, o tema relacionou-se à cooperação chinesa no Peru por meio da assistência à saúde durante a pandemia e a chegada da vacina Sinopharm se destaca especialmente.

fecha	cuenta	tuit	me gusta	retuit
01 Apr 2020	@Agencia_Andina	China donará 30,000 kits de pruebas moleculares al Perú. https://t.co/9zu1kzRpUD https://t.co/Od8tCcaqEP	1611	467
24 May 2020	@DiarioElPeruano	??Grupo de expertos médicos de la República Popular China llegó hoy al Perú con la finalidad de contribuir en la lucha contra el	678	158
15 Jan 2021	@Agencia_Andina	La canciller Elizabeth Astete anunció que el millón de vacunas comprometidas con el laboratorio chino Sinopharm ya están	546	200
08 Feb 2021	@Agencia_Andina	??Primer lote de vacunas contra covid-19 ya se encuentra en territorio nacional. https://t.co/713lKeTtj6	413	78
20 May 2020	@DiarioElPeruano	Perú agradece a la empresa Tres Gargantas (China Three Gorges Corporation), compañía eléctrica estatal china, por la donación d	324	62
24 May 2020	@Agencia_Andina	[Fotogalería??] Cuatro médicos provenientes de China llegan a Perú para enfrentar la pandemia del covid-19.	290	64
19 Mar 2020	@DiarioElPeruano	Los gobiernos de China y Cuba pusieron a disposición del Perú un grupo de médicos para apoyar al @Minsa_Peru en la emergenc	284	76
24 May 2020	@Agencia_Andina	??Grupo de expertos médicos de la República Popular China llegó hoy al Perú, con la finalidad de contribuir en la lucha contra	225	54
14 Feb 2021	@Agencia_Andina	La embajada de China en Lima aseguró que nada cambiará ni afectará la firme voluntad de parte de su país para fortalecer las	202	30

Um tweet da Agência Andina em 14 de fevereiro de 2021, que recebeu 202 'curtidas', serve como exemplo que expõe como a mídia peruana divulgou como notícia uma informação publicada no Twitter pela embaixada da China no Peru. A Agência Andina inclui o link para a íntegra da notícia da embaixada: “Nada mudará a firme vontade de estreitar o relacionamento” com o Peru, ao lado da imagem recorrente das duas bandeiras. A manchete e a matéria abrem referindo-se ao tweet da embaixada da China que destacou a chegada de um segundo lote de vacinas Sinopharm ao Peru. A resposta foi recebida pela chanceler que, horas depois, renunciou ao cargo após se envolver no caso Vacunagate.

Esse modus operandi da mídia pública peruana Agência Andina, ou seja, de informar o público através de informações veiculadas pela embaixada da China através de sua conta na rede social, se estende a outro meio oficial, o Diario El Peruano. Nesse meio, o mesmo modus operandi pode ser observado ao se olhar o fechamento das negociações peruanas para a compra da vacina da China. Em janeiro de 2021, a Agência Andina também publicou um artigo que incluía declarações do embaixador peruano em Pequim sobre a vacina chinesa: “O embaixador do Peru na China, Luis Quesada Incháustegui, destacou que a vacina de Sinopharm recebeu elogios da imprensa médica ocidental, como o prestigioso jornal The Lancet.”

Em duas outras notícias, datadas de 7 de fevereiro, “A China continuará apoiando o Peru em sua luta contra a pandemia” (Agência Andina) e “A China continuará apoiando o Peru em sua luta contra a COVID-19” (Diario El Peruano), o mesmo fenômeno é observado. As informações publicadas no relato oficial da embaixada na rede são priorizadas para, então, destacar a amizade sino-peruana e o 50º aniversário das relações entre os dois países.

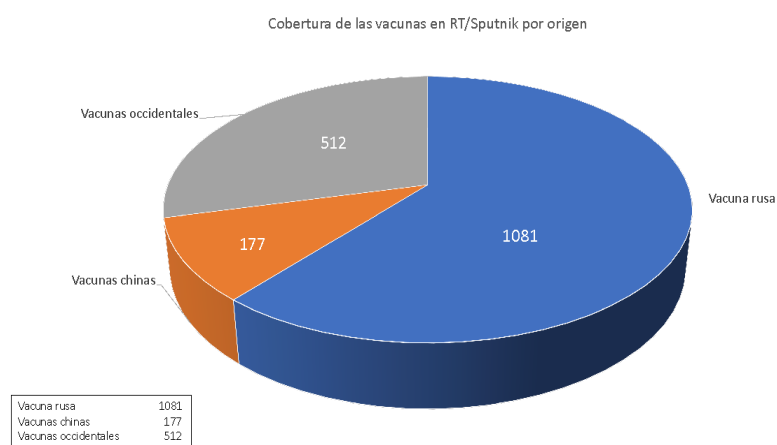
Narrativas e Propaganda na Mídia Russa

SPUTNIK V: O GRANDE GOLPE GEOPOLÍTICO DA RÚSSIA

Introdução, classificação e análise de título

A Rússia aborda a narrativa em torno da COVID-19, em particular a narrativa relacionada à vacina, a partir de três domínios: diplomacia pública, propaganda e desinformação. Para moldar a informação ou, conforme o caso, desinformar, o Estado russo tem como principais instrumentos na mídia convencional a agência de notícias *Sputnik* e a televisão nacional *RT*²⁶³ em suas edições em espanhol. Ambos divulgam seus conteúdos por meio da web e das redes sociais, além de programas de televisão, no caso da RT.

A partir de um conjunto de dados de 1.772 notícias cujas manchetes mencionam vacinas da Rússia, China e países ocidentais, esses artigos, quando desagregados por sua origem nacional, consistem em: 1.081 artigos sobre a vacina russa Sputnik V; 512 artigos sobre vacinas ocidentais Pfizer, Moderna, AstraZeneca e Johnson & Johnson; e 177 artigos sobre Sinovac, Sinopharm e outras vacinas chinesas.



A partir do estudo das manchetes acima, que foi perfeitamente corroborado tanto na análise subsequente da palavra Python quanto na análise aprofundada do conteúdo, as características

²⁶³The newspaper Russia Beyond, whose paper supplements were inserted for years in some of the most important newspapers in the world, has become for years an online medium focused more on cultural issues than on political ones. Due to its loss of relevance, its analysis has been omitted from this study.

das narrativas veiculadas pela mídia russa são claras.

Primeiro, a vacina Sputnik V é apresentada como um marco científico. Esse sucesso é disseminado como prestígio internacional e como prova tanto da competência do governo russo quanto da importância geopolítica da Rússia no mundo. Detecta-se um esforço para colocar a Rússia, graças à vacina, no mesmo patamar dos Estados Unidos ou da China, apesar de seu menor peso econômico e político real.

Portanto, a narrativa geopolítica russa em torno da vacina Sputnik V responde ao desejo da Rússia de expandir sua influência no mundo. Isso inclui a América Latina, onde sua presença econômica é relativamente modesta, mas onde sua presença virtual por meio da mídia estatal é significativa. Esta narrativa promove uma Rússia forte em um mundo multipolar.

Semelhante à mídia oficial chinesa, a mídia russa também questiona a eficácia, segurança e confiabilidade das vacinas ocidentais com as quais o Sputnik V rivaliza. Isso às vezes é feito com críticas sensacionalistas ou enganosas, minimizando ou omitindo informações contextuais consideradas cruciais para a compreensão dos fatos. As práticas das empresas farmacêuticas ocidentais também são criticadas. Embora não atuem de forma conjunta ou coordenada, a coincidência de interesses no plano geopolítico por parte da Rússia e da China leva a uma narrativa coincidente que se reflete na mídia de ambos os países.

O próprio nome 'Sputnik V' dado à vacina russa não é apenas um termo de grande simbolismo, mas também, de certa forma, uma declaração das intenções de Moscou em termos geopolíticos. A vacina deve seu nome ao satélite que a URSS colocou em órbita pela primeira vez em 1957, que na época era considerado um feito científico soviético e um descrédito para os Estados Unidos. No contexto atual, representa o restabelecimento da pesquisa russa na elite científica mundial, após seu desmantelamento após a queda da URSS. A mensagem implícita é que “a Rússia está de volta”.

Entrando na análise das manchetes, a primeira conclusão a ser tirada da leitura das 1.081 manchetes do inventário de notícias relacionadas à vacina russa é que, em praticamente todas elas, as referências ao Sputnik V são positivas. Apenas ocasionalmente — 10 manchetes — é mencionada a vacina em termos negativos, mas quase sempre para negar ou contestar críticas ao Sputnik V.

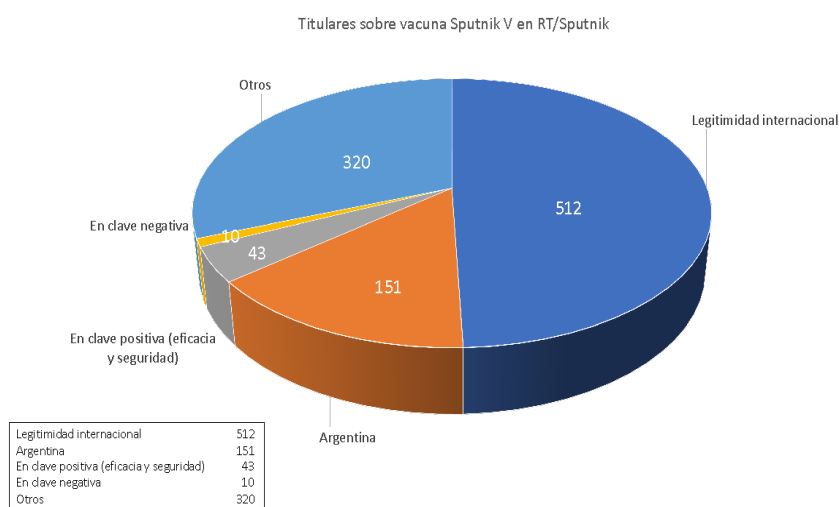
A segunda conclusão é que a maioria das notícias sobre a vacina russa publicadas pela RT e pelo Sputnik pretendem fazer elogios. Isso é demonstrado não apenas pelo fato de 43 artigos se referirem expressamente em seu título à eficácia ou segurança da vacina, mas, sobretudo, pelo fato de outros 512 títulos se referirem especificamente à sua aceitação pela comunidade internacional. Esses títulos mencionam a autorização, recebimento, aprovação, uso, fornecimento, registro, apresentação, compra, anúncio, produção, negociação, aquisição, teste ou vacinação da Sputnik V em outros países, conforme mostrado na tabela a seguir:

Médio	Data	Título
Sputnik	21.01.21	A autorização da vacina Sputnik V no México é "muito mais avançada"

RT	22.02.21	Paraguai recebe a primeira remessa da vacina russa Sputnik V contra a COVID-19
RT	05.02.21	Brasil aprova compra sem licitação da vacina russa Sputnik V
Sputnik	06.04.21	Bolsonaro e Putin discutem agilização do uso da vacina Sputnik V no Brasil
Sputnik	21.03.21	Maduro agradece a Putin pelas entregas da vacina Sputnik V
Sputnik	07.11.20	A Sputnik V será a primeira vacina anti-COVID a solicitar autorização em Israel
Sputnik	02.12.20	No dia 2 de dezembro, a Rússia apresentará sua vacina anti-COVID Sputnik V às Nações Unidas
Sputnik	04.02.21	Brasil planeja comprar 10 milhões de doses da vacina russa Sputnik V
RT	09.03.21	Ministério da Saúde do Chile anuncia acordo para aquisição da vacina Sputnik V
Sputnik	22.01.21	Rússia assina acordo com a Turquia para produção de milhões de doses da Sputnik V
Sputnik	14.03.21	Peru negocia com a Rússia a compra de 20 milhões de doses da vacina Sputnik V
Sputnik	12.01.21	México considera adquirir até 24 milhões de doses da vacina russa Sputnik V
Sputnik	10.11.20	Maduro anuncia que os testes da vacina Sputnik V estão progredindo muito bem na Venezuela
Sputnik	27.12.20	Argentina inicia vacinação anti-COVID com tratamento russo no dia 29 de dezembro

O fato de, até março de 2021, ao final do período em estudo, o uso da Sputnik V já ter sido autorizado em pelo menos 58 países, permite à mídia russa dar um viés propagandístico à sua cobertura da vacina que pode ser detectado nas manchetes. Muitas das notícias publicadas focam justamente em destacar a aprovação internacional da vacina, que se apresenta como um sucesso científico e geopolítico para Moscou. Ela também é apresentada como um elemento de legitimação de Moscou, dado que é desenvolvida por uma instituição estatal russa.

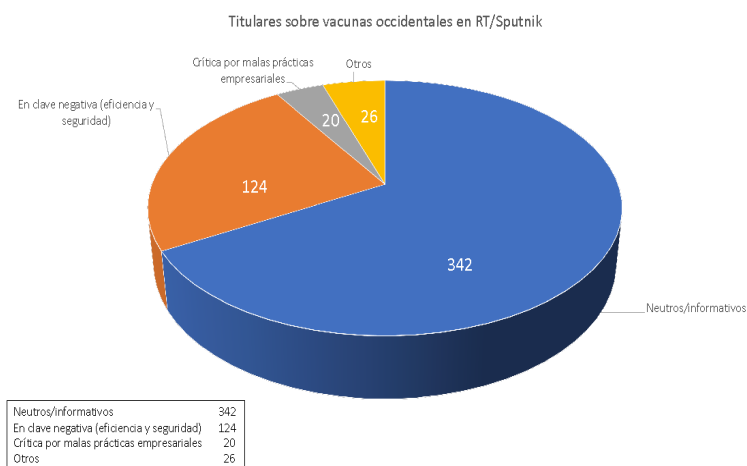
Entre os países mais citados nas manchetes, a Argentina se destaca dos demais, com 151 participações nas manchetes. Dois fatores explicam isso. Por um lado, é um dos países latino-americanos que confiou à Sputnik V grande parte de seu programa de vacinação. Por outro lado, por seu perfil e por ser um país consequente na região, é percebido como importante nos objetivos geopolíticos de Moscou.



Com relação às vacinas ocidentais, dos 512 artigos referentes à Pfizer, AstraZeneca, Moderna e Johnson & Johnson, 342 artigos são considerados “neutros”, ou seja, em geral, limitam-se a relatar notícias relacionadas a essas vacinas de forma asséptica. Dentre eles, destacam-se os artigos que relatam aprovações para uso de vacinas em diversos países, compromissos de compra, remessa e recebimento de lotes, acordos de fornecimento, início e evolução da vacinação em diversos países.

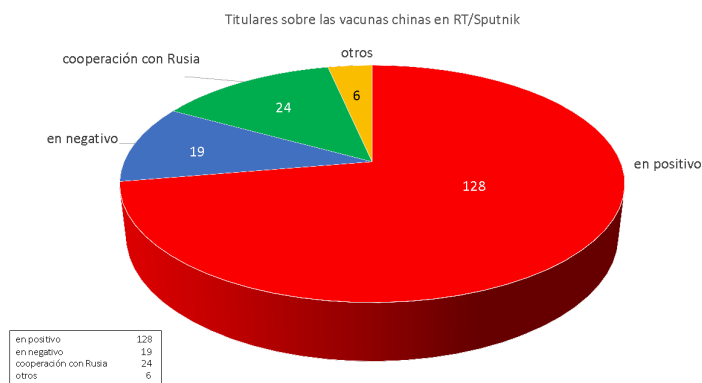
No entanto, entre os outros 170 artigos desta categoria, 124 manchetes referem-se às vacinas ocidentais de forma negativa, referindo-se, por um lado, a dúvidas sobre sua segurança, reações adversas, efeitos colaterais ou óbitos; e, por outro lado, atrasos na distribuição ou dificuldades logísticas. Além disso, outras 20 manchetes aprofundam as críticas de uma perspectiva diferente: a dos acordos comerciais e contratuais das empresas farmacêuticas ocidentais com diferentes países da Europa e da América Latina.

Essas vinte notícias, assim como sete outras cujas manchetes censuram as ações do Ocidente e sua rivalidade com a vacina russa Sputnik V, permitem que a mídia russa desenvolva outra narrativa geopolítica de Moscou: a reprovação do Ocidente através de supostas práticas malignas de grandes corporações ocidentais. Isso consiste em uma forma indireta de rivalizar com as democracias ocidentais, identificando suas alegadas fraquezas.



Quanto às vacinas chinesas, das 177 manchetes referentes a Sinovac, Sinopharm ou CoronaVac, 128 delas apresentam-nas de maneira positiva, seja por evidenciar sua eficácia, vinculando-as à cooperação oferecida por Pequim ou, em particular, por destacar algum fato que acarreta reconhecimento internacional. Qualquer evento que contribua para sua legitimidade é assim relatado: acordos com terceiros países para o desenvolvimento de ensaios clínicos, a aprovação do uso de suas vacinas e a compra ou chegada dessas vacinas em outros países, entre outras novidades.

É surpreendente que, apesar da controvérsia sobre a alegada baixa eficácia das vacinas Sinovac e Sinopharm e da não publicação da análise de seus ensaios clínicos, a mídia russa evite qualquer crítica a essas vacinas. Apenas 19 manchetes — de 177 — têm conotações negativas, embora a maioria esteja relacionada ao escândalo *Vaccinegate* no Peru ou às críticas do presidente Jair Bolsonaro às vacinas asiáticas. Apenas três títulos se referem expressamente à eficácia, segurança e efeitos colaterais limitados dessas vacinas, ou à desconfiança que despertam em certas áreas. Por outro lado, 24 manchetes ecoam a cooperação entre a Rússia e a China em vacinas.



Análise qualitativa do conteúdo

A análise Python mostra, nos 1.081 artigos analisados, que a palavra “Sputnik V” é citada 7.138 vezes e “vacina russa” 2.035 vezes. As citações referentes a vacinas estrangeiras (Pfizer, AstraZeneca, Moderna, Johnson & Johnson, Sinovac e Sinopharm) totalizam 753 citações, ou seja, para cada vez que uma das vacinas estrangeiras era citada, a Sputnik V era mencionada 12,5 vezes. Isso confirma que o conteúdo do inventário de artigos se refere principalmente à vacina russa.

A ferramenta Python confirma a mesma tendência. Ele identifica um grupo de 16 palavras-chave que estariam associadas ao sucesso, eficácia e segurança da vacina e conta sua frequência de uso. O resultado é que termos como “eficacia”, “seguridad”, “protección”, “efectividad”, “inmunidad” e 11 outras para completar a lista de 16, são citados 2.402 vezes em 1.188 artigos²⁶⁴ (ver tabela abaixo). Em 701 desses artigos, essas palavras aparecem no título e/ou nas primeiras frases do artigo.²⁶⁵ A localização dessas palavras na parte inicial dos artigos e a maior visibilidade dos textos permitem deduzir que as narrativas construídas com elas dominam a cobertura informativa dos fatos.

Menções positivas no RT e cobertura do Sputnik da Sputnik V

²⁶⁴Python counts both the number of mentions of each of the 16 keywords and the number of articles in which they are cited. This counting is done individually for each of the keywords, so that each time two or more keywords are mentioned in the same article, Python counts one article for each keyword that appears. In the case at hand, this explains why the 16 keywords are mentioned in more articles (1,188) than the number of articles analyzed (1,172). What this circumstance tells us is that two or more keywords are cited in many articles.

²⁶⁵The Python tool was programmed to identify keywords in the headline and in the next seven sentences of the articles, whether these were the subtitle, lead sentences or the first and/or second paragraph of the news item. The criterion was to identify the location of these words in a prominent place in the news item.

Menciones en positivo vacuna Sputnik V (Eliminadas Stop Words y lematizadas)				
category	word	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
[Vacuna positiv	eficacia	571	277	109
	seguridad	370	225	74
	protección	321	63	31
	éxito	207	179	173
	seguro	182	91	55
	efectividad	153	66	53
	eficaz	142	75	58
	interés	134	57	46
	inmunidad	85	33	23
	esperanza	76	46	25
	respuestainmune	57	20	7
	efectivo	55	32	17
	confiar	35	12	23
	fiable	11	9	6
	segurayefectivo	2	2	1
	efectivaysegura	1	1	0
Grand Total		2402	1188	701
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra			
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada			
Sum of in_header	Nº de veces que cada palabra es mencionada en el titular o frases subsiguientes			

Embora os dados acima por si só demonstrem que a Sputnik V é apresentada positivamente na mídia, para reforçar ainda mais essa hipótese, identificamos todos os momentos em que as 16 palavras-chave acima são mencionadas, na mesma frase, juntamente com as palavras “Sputnik V” ou “Vacina russa.” De cada uma das menções positivas, pelo menos metade está diretamente ligada à vacina russa por compartilhar a localização na mesma frase, conforme mostrado na tabela a seguir. Da outra metade, apesar de não estar na mesma frase, é razoável supor que a maioria também se refira, previsivelmente, à vacina russa.

Menções de terminologia positiva ligada à vacina russa

Apariciones de palabras clave vinculadas en la misma frase a 'sputnik v' y 'vacuna rusa' (Eliminadas Stop Words y lematizadas)				
expresion	expresion buscada	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
1	eficacia	308	136	81
	éxito	186	168	166
	seguridad	150	90	54
	efectividad	107	49	45
	seguro	87	44	37
	eficaz	77	40	39
	interés	73	33	33
	protección	64	30	24
	esperanza	41	27	18
	inmunidad	39	19	18
	demanda	37	17	8
	efectivo	26	14	10
	confiar	26	9	19
	respuestainmune	20	6	6
	humanitario	6	6	3
	segurayefectivo	1	1	1
Grand Total		1248	689	562
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra			
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada			
Sum of in_header	Nº de veces que cada palabra es mencionada en el titular o frases subsiguientes			

Uma análise aprofundada do inventário de itens de notícias explora ainda mais a mesma ideia. Para dar prestígio internacional à imagem da Sputnik V, a mídia estatal russa costuma recorrer à divulgação de elogios vindos de instituições ou meios de comunicação ocidentais, que, em outros contextos, costumam ser denegridos.

Desse modo, o Sputnik e RT relataram que os dados da Sputnik V “causaram uma grande impressão em 100 médicos norte-americanos”²⁶⁶ ou que Bloomberg “confia” na vacina russa, considerando-a “uma candidata tão forte quanto as do Ocidente”.²⁶⁷ A vacina Sputnik V também foi elogiada por um jornalista do New York Times, que a chamou de “uma conquista genuína”,²⁶⁸ ou por Oliver Stone, que disse: “Não entendo por que o Ocidente a ignora”.²⁶⁹

Esses elogios não foram os únicos. Entre outros, o Sputnik e RT também se referiram ao “elogio” de um Prêmio Nobel de Medicina,²⁷⁰ à validação de sua eficácia tanto pelo The Lancet quanto pela²⁷¹ autoridade americana em doenças infecciosas,²⁷² à *Bloomberg* considerando-o “o maior avanço científico da Rússia desde a URSS”,²⁷³ ou mesmo a um médico austríaco comparando-o ao rifle de assalto Kalashnikov por sua “simplicidade, robustez e eficácia”.²⁷⁴

Os exemplos acima ilustram o esforço da mídia russa para convencer o público de língua espanhola de que a vacina russa funciona melhor do que a de seus concorrentes ocidentais. Este forte apoio também visa demonstrar a excelência da Rússia e enviar a mensagem de que a Rússia que foi desprezada e sancionada pelo Ocidente é capaz de fazer parte da elite científica mundial, com resultados ainda melhores que os de países desenvolvidos.

²⁶⁶ ““Todo suena muy alentador”: los últimos datos sobre la vacuna rusa Sputnik V "causan gran impresión" en 100 médicos de EE.UU.,” RT, September 29, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/368167-cientificos-rusos-vacuna-sputnik-medicos-estadounidenses>.

²⁶⁷ ““Una candidata tan fuerte como las de Occidente”: Bloomberg explica por qué se puede confiar en la vacuna Sputnik V,” RT, January 10, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/379671-bloomberg-confiar-vacuna-sputnik-v-coronavirus-rusia>.

²⁶⁸ ““Un logro genuino”: Periodista de The New York Times explica por qué decidió vacunarse con la Sputnik V,” RT, January 9, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/379633-periodista-nyt-vacuna-sputnik-argumentos>.

²⁶⁹ ““No entiendo por qué Occidente la ignora”: Oliver Stone tras aplicarse la vacuna rusa Sputnik V,” Sputnik Mundo, December 16, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201216/no-entiendo-por-que-occidente-la-ignora-oliver-stone-tras-aplicarse-la-vacuna-rusa-sputnik-v-1093848103.html>.

²⁷⁰ ““Se ve fantástica”: Nobel de Medicina aplaude la eficacia de la vacuna rusa Sputnik V,” RT, February 4, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/382476-nobel-medicina-eficacia-vacuna-sputnik>.

²⁷¹ ““Vacuna para toda la humanidad”: The Lancet valida la eficacia de Sputnik V en un 91,6%,” Sputnik Mundo, February 2, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210202/vacuna-para-toda-la-humanidad-the-lancet-valida-la-eficacia-de-sputnik-v-en-un-91-6-1094303121.html>.

²⁷² “Autoridad de EEUU en enfermedades infecciosas: la vacuna Sputnik V es “muy efectiva,” Sputnik News, March 22, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210322/autoridad-de-eeuu-en-enfermedades-infecciosas-la-vacuna-sputnik-v-es-muy-efectiva-1110260583.html>.

²⁷³ ““El mayor avance científico de Rusia desde la URSS”: elogian en Bloomberg la Sputnik V,” Sputnik Mundo, February 6, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210206/el-mayor-avance-cientifico-de-rusia-desde-la-urss-bloomberg-elogia-la-sputnik-v-1094351238.html>.

²⁷⁴ “Sencilla, robusta y eficaz: comparan la vacuna Sputnik V con el fusil de asalto Kalashnikov,” Sputnik Mundo, February 21, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210221/sencilla-robusta-y-eficaz-comparan-la-vacuna-sputnik-v-con-el-fusil-de-asalto-kalashnikov-1109022167.html>.

Enquanto o *Sputnik* e a *RT* apoiam a legitimação internacional da vacina russa com a disseminação de notícias positivas ligadas a personalidades, instituições ou mídia estrangeiras, eles também tomam o cuidado de neutralizar qualquer sugestão de crítica vinda do exterior. Por enquanto, procuraram esclarecer, em suas páginas, a “publicação de artigos enganosos” sobre a vacina russa,²⁷⁵ negaram os “mitos e notícias falsas sobre a Sputnik V”²⁷⁶ e refutaram as críticas do *Financial Times*, que afirmou que a Agência Europeia de Medicamentos (EMA) investigará se os ensaios clínicos do medicamento russo infringiram os padrões éticos e científicos.²⁷⁷

Como fica claro na análise palavra por palavra do Python, a *RT* e o *Sputnik* não apenas apresentaram a vacina russa em termos exclusivamente favoráveis, mas se prestaram a vincular o sucesso científico da vacina às conquistas geopolíticas do Kremlin. Essa conclusão pode ser alcançada após a contagem de até 923 menções — em 446 artigos — de uma nuvem de 22 palavras associadas à narrativa geopolítica ou diplomática. Essa narrativa projeta a importância do “suprimento” da vacina em um contexto de escassez internacional, bem como a “cooperação” que a Rússia estaria emprestando à comunidade internacional (ver quadro).

Da mesma forma, ao vincular esses mesmos termos a conotações geopolíticas e diplomáticas com as palavras “Rusia”, “Moscú”, “gobierno ruso” ou “Kremlin”, em 419 ocasiões, ambas as expressões foram mencionadas na mesma frase. Isso aponta inequivocamente para a vontade da mídia estatal russa de transmitir outra narrativa oficial de Moscou: a de uma Rússia poderosa em um mundo multipolar que deseja expandir sua influência. Como veremos a seguir, essa narrativa se complementa — também de forma geopolítica — com outra narrativa que a mídia divulga em torno das vacinas ocidentais que serve para criticar e questionar as democracias.

Na mesma linha de argumentação, tanto a *RT* quanto o *Sputnik* têm enfatizado a cooperação entre Rússia e Argentina na área de vacinas, já que a Argentina foi uma das primeiras na região — com o México e Bolívia, entre outros — a decidir pelo uso da Sputnik V para inocular sua população. Segundo Python, na seleção de 1.081 artigos da Sputnik V, foram identificadas 1.437 alusões à Argentina em 257 artigos, sem contar outras 228 menções da América Latina em 96 artigos.

Uma análise aprofundada do inventário de artigos revela que, desses 257 artigos, 151 são dedicados exclusivamente à licitação da Argentina para a vacina russa. Destes, 62 artigos de natureza claramente propagandística descrevem em detalhes a logística aérea, incluindo a decolagem e aterrissagem de uma dezena de voos, da vacina russa na rota Moscou-Buenos Aires. Existem outros 26 relatos sobre a eficácia da vacina e sua autorização, distribuição e vacinação na Argentina, enquanto 18 artigos se referem ao presidente argentino Alberto

²⁷⁵ “Creadores de la Sputnik V aclaran 7 hechos sobre la vacuna rusa tras la publicación de ‘artículos engañosos’,” *RT*, December 8, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/376096-siete-hechos-inmunizacion-masiva-sputnik>.

²⁷⁶ “La Embajada de Rusia en México desmiente mitos y ‘fake news’ sobre la vacuna Sputnik V,” *Sputnik News*, January 29, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210129/la-embajada-de-rusia-en-mexico-desmiente-mitos-y-fake-news-sobre-la-vacuna-sputnik-v-1094265211.html>.

²⁷⁷ “Creadores de Sputnik V refutan la publicación de ‘The Financial Times’ sobre su fármaco,” *Sputnik Mundo*, April 7, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210407/creadores-de-sputnik-v-refutan-la-publicacion-de-the-financial-times-sobre-su-farmaco-1110912336.html>.

Fernandez, seu apoio à vacina russa, seus agradecimentos a Moscou e o fortalecimento das relações entre os dois países.

Esta cobertura exaustiva da evolução da Sputnik V na Argentina deve necessariamente estar ligada ao fato de que a América Latina — como no Leste Europeu — é uma região em que a Rússia não só rivaliza com os EUA e Europa, mas a considera o campo perfeito de expansão para o mundo multipolar que Moscou quer. Nesse contexto, a Rússia corteja aliados não tradicionais como a Argentina, ao contrário de seus tradicionais amigos latino-americanos, a saber, Cuba, Nicarágua e Bolívia.

O fato de Argentina, Bolívia, México, Nicarágua, Paraguai, Venezuela e outros países terem optado — porque “a saúde tem mais peso do que a ideologia” — pela Sputnik V “pode afetar a formação do mundo pós-pandêmico e a posição dos Estados Unidos na América Latina América, uma região que Washington considera 'seu quintal geopolítico’”.²⁷⁸ Segundo a RT, que cita reportagem da CNN, a distribuição da Sputnik V na América Latina pode “prejudicar o prestígio dos EUA na região”.²⁷⁹

Menções de palavras-chave ligadas à diplomacia e geopolítica

Menciones de palabras clave vinculadas a diplomacia y geopolítica				
(Eliminadas Stop Words y lematizadas)				
category	word	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
[Diplomacia y	suministro	342	137	124
	cooperación	221	93	46
	responsable	51	29	9
	ayuda	47	30	12
	diplomacia	34	16	6
	responsabilidad	21	16	2
	asistencia	20	14	5
	donación	19	9	5
	soberano	19	13	8
	victoria	18	11	9
	amistad	14	10	3
	donar	9	6	2
	soberanía	7	3	0
	liderazgo	6	5	1
	acaparamiento	4	4	0
	contribución	3	2	0
	distribución	3	1	2
	ayuda humanitaria	1	1	0
	mundo en desarrollo	1	1	0
	cooperar	50	29	12
geopolítico	30	14	6	
generoso	3	2	1	
Grand Total		923	446	253
Sum of word_count	NF de menciones de cada palabra			
Sum of #_art	NF de artículos en los que cada palabra es citada			
Sum of in_header	NF de veces que cada palabra es mencionada en el titular o frases subsiguientes			

Palavras-chave diplomáticas e geopolíticas mencionadas nas mesmas frases que o governo russo

²⁷⁸ “CNN explica la popularidad de la vacuna rusa Sputnik V en América Latina,” Sputnik Mundo, February 18, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210218/cnn-explica-la-popularidad-de-la-vacuna-rusa-sputnik-v-en-america-latina-1107942626.html>.

²⁷⁹ Ibid.

Palabras clave de diplomacia y geopolítica junto a Rusia, Moscú, gob. ruso, o Kremlin en la misma frase (Eliminadas Stop Words y lematizadas)				
expresion	expresion buscada	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
	suministro	179	74	74
	cooperación	110	49	34
	cooperar	29	17	5
	diplomacia	22	9	6
	ayuda	20	11	7
	donación	13	5	4
	responsable	12	9	4
	asistencia	9	5	4
	amistad	7	4	2
	victoria	5	2	2
	geopolítico	5	3	0
	generoso	3	2	1
	donar	2	2	1
	liderazgo	1	1	0
	responsabilidad	1	1	0
	contribución	1	1	0
Grand Total		419	195	144
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra			
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada			
Sum of in_header	Nº de veces que cada palabra es mencionada en el titular o frases subsiguientes			

Embora o *Sputnik* e a *RT* aproveitem sempre que podem das informações positivas sobre a Sputnik V publicadas na mídia ocidental, eles também investem esforços consideráveis para denunciar e desmantelar o que consideram uma campanha de difamação, se não uma campanha de desinformação, do Ocidente contra a vacina russa. Ambos os meios de comunicação repetem a denúncia dos serviços de inteligência russos sobre a alegada tentativa da União Europeia de denegrir a vacina Sputnik V. Segundo eles, o desejo dos representantes da UE de “seguir incondicionalmente o caminho das diretrizes de Washington em relação à Rússia está ultimamente assumindo formas grotescas”, acrescentando que os europeus não podem tolerar que a Rússia busque ajudar outros países em suas realizações científicas sem obter benefícios comerciais.²⁸⁰

Eles também observam o alerta do Kremlin de que há “uma campanha massiva destinada a moldar uma atitude tendenciosa em relação aos avanços científicos russos”,²⁸¹ sendo supostamente impulsionada pela Agência dos Estados Unidos para o Desenvolvimento Internacional, a Fundação George Soros, a BBC e a Reuters, entre outros. Todos são inimigos — as instituições, as grandes corporações, a mídia e as elites ocidentais — na linguagem política de Moscou. A eles se juntam um “exército de trolls que invadiram as redes sociais com o claro objetivo de provocar medo e rejeição” da vacina russa,²⁸² bem como alguns meios de comunicação latino-americanos, cuja “abordagem evoca os tempos da Guerra Fria” e cuja “subordinação a interesses estrangeiros” destaca o domínio do “espaço da mídia latino-

²⁸⁰ “El Servicio de Inteligencia de Rusia denuncia intentos de denigrar la vacuna rusa en la UE,” Sputnik Mundo, March 30, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210330/el-servicio-de-inteligencia-de-rusia-denuncia-intentos-de-denigrar-la-vacuna-rusa-en-la-ue-1110614246.html>.

²⁸¹ “Fuentes en Kremlin advierten de campaña de desinformación de Occidente contra Sputnik V,” Sputnik Mundo, March 12, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210312/fuentes-en-kremlin-advierten-de-campana-de-desinformacion-de-occidente-contra-sputnik-v-1109879119.html>.

²⁸² “Sputnik V, atacado sin éxito por un ejército de 'trolls',” Sputnik Mundo, January 5, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210105/sputnik-v-atacado-sin-exito-por-un-ejercito-de-trolls-1094028276.html>.

americana por atores estrangeiros, especificamente os Estados Unidos”.²⁸³

Essas “barbáries da mídia” são usadas por muitos meios de comunicação para atuar como “lobistas” para o mundo ocidental “onde atacar os russos é seu discurso típico.”²⁸⁴ Frequentemente, *Sputnik* e *RT* apoiam essas denúncias ao usar palavras de líderes latino-americanos aliados da Rússia, como Evo Morales, que alertou para “uma campanha na mídia política dos grandes consórcios que fazem negócios com saúde”,²⁸⁵ ou López Obrador, que zombou as “teorias da conspiração” que afirmam que o Sputnik V “contém um chip que transforma aqueles que o recebem em comunistas”.²⁸⁶ Embora “autoridades, mídia e capangas da ocasião” ocidentais tenham feito o possível para desacreditá-la, a ciência russa derrotou a “máquina de propaganda do Ocidente”.²⁸⁷

Com essa abordagem, a mídia russa promove a ideia de que as autoridades ocidentais e a grande mídia são tendenciosas em sua avaliação e divulgação da vacina russa, enquanto — de acordo com eles — estão ignorando os perigos e as suspeitas de segurança das vacinas ocidentais. Em relação a este último, foi anteriormente explicado que, da análise do título inicial do bloco de 512 artigos da *RT* e *Sputnik* sobre vacinas ocidentais, 124 os apresentavam em termos negativos por sua eficácia ou segurança duvidosa e outros 20 se opunham às práticas de companhias farmacêuticas. Segundo a análise mais detalhada de Python desses mesmos 512 artigos, as vacinas ocidentais são mencionadas 3.393 vezes em 579 artigos.

²⁸³ “Campaña contra la Sputnik V: denuncian subordinación de medios latinoamericanos a intereses ajenos,” *Sputnik Mundo*, December 15, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201215/campana-contra-la-sputnik-v-denuncian-subordinacion-de-medios-latinoamericanos-a-intereses-ajenos-1093832526.html>.

²⁸⁴ “¿Por qué “barbaridades” mediáticas contra Sputnik V constituyen amenaza mortal?,” *Sputnik Mundo*, December 22, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201222/por-que-barbaridades-mediaticas-contra-sputnik-v-constituyen-amenaza-mortal-1093909991.html>.

²⁸⁵ “Evo Morales denuncia una campaña político-mediática contra la vacuna rusa Sputnik V,” *Sputnik Mundo*, January 3, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210103/evo-morales-denuncia-una-campana-politico-mediatica-contra-la-vacuna-rusa-sputnik-v-1094014474.html>.

²⁸⁶ “López Obrador se burla de las teorías conspirativas contra la Sputnik V,” *RT*, February 8, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/382879-lopez-obrador-rie-burdas-teorias-sputnikv>.

²⁸⁷ “¿Victoria de la ciencia rusa contra la maquinaria propagandística de Occidente?,” *Sputnik Mundo*, December 31, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201231/victoria-de-la-ciencia-rusa-contra-la-maquinaria-propagandistica-de-occidente-1094000780.html>.

Menciones vacunas occidentales		
(Eliminadas Stop Words y lematizadas)		
word	Sum of word_count	Sum of #_art
astrazeneca	1.503	225
pfizer	951	143
johnson	326	42
moderno	295	60
biontech	218	56
janssen	56	23
pfizerbiontech	22	12
oxfordastrazeneca	9	7
astrazenecaoxfoi	6	4
astrazeneca/	3	3
moderna	2	2
pfizerbiotech	1	1
jansssen	1	1
Total general	3.393	579
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra	
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada	

Abaixo a tabela criada de 62 palavras negativas ligadas à história da vacina, que chamamos de “Vacuna negativo”. Essas palavras são citadas 1.894 vezes, conforme tabela a seguir. Podemos refinar a análise procurando o número de vezes que todas essas palavras negativas na categoria estão vinculadas, na mesma frase, a cada uma das vacinas ocidentais. Como resultado, essas palavras negativas coincidem na mesma frase com um dos nomes comerciais das vacinas ocidentais 1.539 vezes (ver tabela). Python conta que essas frases que incluem um termo negativo e o nome de uma vacina comercial aparecem em 777 artigos; e em 728 deles, esta frase está no título, subtítulo, introdução ou primeiro parágrafo.

Menciones de palabras en categoría "Vacunas negativo"			
(Eliminadas Stop Words y lematizadas)			
category	word	Sum of word_count	Sum of #_art
Vacuna negativo	suspender	225	83
	riesgo	186	75
	enfermedad	162	66
	coágulo	147	58
	grave	107	47
	muerte	95	43
	problema	95	40
	efectossecundario	91	45
	retraso	58	19
	suspensión	53	27
	reacción	52	17
	duda	46	19
	morir	43	27
	raro	39	23
	trombo	37	27
	retrasar	34	11
	complicación	29	19
	fallecer	26	18
	detener	26	15
	reaccionesadversas	23	13
	afección	21	12
	demanda	21	9
	alérgico	20	8
	trastorno	19	13
	suicidio	18	5
	inexplicable	13	6
	restricción	13	6
	muerto	12	7
	prohibición	11	6
	reaccionesalérgica	11	3
	alergia	11	8
	tensión	11	6
	incertidumbre	10	8
	rechazo	10	6
	veto	9	3
	demora	8	6
	humanitario	8	1
	fiebre	7	5
	desafío	7	5
	abuso	7	2
	fallo	6	2
	hospitalización	6	6
	hinchazón	5	4
	dolordecabeza	5	3
	brote	5	2
	interrupción	4	4
	revés	4	4
	lentitud	4	3
	intimidación	4	1
	desaconsejar	4	3
	interrumpir	4	3
	acusación	3	2
	reticencia	3	1
	escalofrío	3	3
	fatiga	3	2
	competición	2	1
	desconfianza	2	1
	escasez	1	1
	norecomendar	1	1
	escándalo	1	1
tabú	1	1	
reaccionesgraves	1	1	
sinéxito	1	1	
cuna negativo] Total		1894	868
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra		
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada		

Apariciones de la categoría "Vacunas negativo" con las vacunas occidentales en la misma frase (Eliminadas Stop Words y lematizadas)				
expresion	expresion buscada	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
1	suspender	191	72	93
	riesgo	100	48	25
	coágulo	95	45	37
	seguridad	77	39	20
	enfermedad	74	37	37
	eficacia	70	26	34
	éxito	69	67	67
	grave	56	26	21
	efectossecundario	54	29	21
	problema	54	22	23
	muerte	46	21	20
	retraso	44	13	25
	suspensión	40	22	20
	seguro	37	17	9
	efectividad	35	11	19
	reacción	28	11	17
	eficaz	28	18	6
	trombo	28	20	6
	morir	27	16	16
	protección	26	9	16
	retrasar	25	8	19
	complicación	24	16	5
	inmunidad	20	7	14
	duda	19	9	11
	raro	19	12	9
	detener	15	10	7
	reaccionesadversas	15	9	11
	fallecer	12	9	2
	demanda	12	7	6
	afección	11	8	2
	trastorno	11	6	5
	alérgico	11	5	8
	pausa	10	7	8
	inexplicable	10	5	6
	restricción	9	3	5
	efectivo	8	5	4
	incertidumbre	8	7	2
	prohibición	7	3	4
	reaccionesalérgica	7	3	5
	muerto	7	3	3
	abuso	6	1	3
	veto	6	2	6
	fallo	6	2	5
	tensión	5	3	4
	respuestaimune	5	3	4
	cuestionar	5	3	3
	confiar	5	4	1
	alergia	5	3	5
	revés	4	4	2
	desafío	4	4	1
	intimidación	4	1	3
	démora	4	4	1
	interés	4	4	1
	hospitalización	3	3	2
	fiebre	3	2	2
	reticencia	3	1	3
	dolordecabeza	3	2	2
	efectivaysegura	2	2	0
	interrupción	2	2	0
	interrumpir	2	2	1
	hinchazón	2	1	1
	brote	2	1	2
	rechazo	2	2	1
	desaconsejar	2	1	2
	desconfianza	2	1	0
	competición	1	1	1
	incidente	1	1	0
	sinéxito	1	1	1
	reaccionesgraves	1	1	1
	escándalo	1	1	0
	segurayefectivo	1	1	1
	esperanza	1	1	1
	fiable	1	1	0
	acusación	1	0	0
Grand Total		1539	777	728
Sum of word_count	NP de menciones de cada palabra			
Sum of #_art	NP de artículos en los que cada palabra es citada			
Sum of in_header	NP de veces que cada palabra es mencionada en el titular o frases subsiguientes			

Vale ressaltar que, em meio a críticas constantes à AstraZeneca, com alegações de que os inoculados com a vacina se tornariam macacos (já que a vacina teria sido desenvolvida a partir de um vírus de chimpanzé), a campanha de difamação contra a AstraZeneca terminou quando a AstraZeneca concordou com a Sputnik V a fazer ensaios combinados com suas respectivas vacinas. Os dados acima mostram que uma campanha de difamação cruel se converteu em um

ambiente de notícias positivas para a AstraZeneca da noite para o dia.²⁸⁸

Este retrato negativo das vacinas ocidentais no *Sputnik* e *RT* não se limita apenas a questionar sua qualidade, eficácia ou segurança. A mídia russa aproveita a rivalidade percebida com a Sputnik V e o que é percebido de Moscou como uma campanha de difamação contra a vacina russa e contra a Rússia, para lançar a cobertura jornalística sob uma luz geopolítica. Isso leva a mídia a entrar plenamente em uma das narrativas oficiais mais utilizadas pelo regime russo: desacreditar governos, instituições, elites, corporações e valores ocidentais, destacando e ampliando as disfunções do sistema, os excessos e, no caso da pandemia, a gestão questionável dos governos ocidentais.

Ao contrário de outras questões, em que a mídia estatal russa tem como alvo específico os EUA, na cobertura de vacinas é a União Europeia que está no centro das atenções. O objetivo não é tanto Washington ou Bruxelas, mas atacar o inimigo — o Ocidente — onde ele é considerado mais vulnerável. E a Europa — com suas contradições, o impacto da pandemia e as deficiências da vacinação — era, nesse contexto, um alvo fácil. Apontar as contradições da democracia, provocar divisões internas e suscitar tensões políticas ou sociais é uma das especialidades da mídia oficial russa.

Depois da suposta campanha ocidental contra a vacina russa, um dos episódios que o *Sputnik* e a *RT* mais enfatizam é a recusa europeia em autorizar e comprar a vacina russa, em meio à escassez de vacinas e ao baixo índice de vacinação na UE. Testemunhos de vários cantos da geografia europeia, nenhum deles de notoriedade pública comprovada, são utilizados para questionar a política de Bruxelas: “uma decisão inaceitável e incompreensível”²⁸⁹ que a Europa só poderia justificar por “questões políticas, geoestratégicas e de prestígio”, o que explicaria a recusa europeia e o fato de a política de compras da Comunidade “se ter autolimitado às vacinas da NATO”.²⁹⁰

Tudo isso gera uma “situação grotesca”, porque enquanto as autoridades europeias “mostram sua incapacidade de garantir” a vacinação, “ofertas viáveis como a Sputnik V continuam sendo ignoradas”.²⁹¹ Em seu raciocínio, o mesmo artigo chuta o ninho de vespas e, ao mesmo tempo, chama a atenção: “se a explicação é geopolítica, os cidadãos europeus têm todos os motivos para estarem muito zangados. Estamos falando sobre vidas humanas, famílias desfeitas, sofrimento em uma escala inimaginável.” O *Sputnik* também dá voz às críticas de Putin às

²⁸⁸ “Influence Enza: How Russia, China and Iran have Shaped and Manipulated Coronavirus Vaccine Narratives,” Alliance for Securing Democracy, March 6, 2021. Available at: <https://securingdemocracy.gmfus.org/russia-china-iran-covid-vaccine-disinformation/>.

²⁸⁹ “La UE rechaza comprar la vacuna rusa Sputnik V ¿una acción sin sentido?” *Sputnik Mundo*, December 2, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201202/la-ue-rechaza-comprar-la-vacuna-rusa-sputnik-v-una-accion-sin-sentido-1093702597.html>.

²⁹⁰ Víctor Ternovsky, “Critican en el Congreso de España la apuesta por las ‘vacunas OTAN’ e instan a considerar la rusa Sputnik V,” *Sputnik Mundo* February 1, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210201/critican-en-el-congreso-de-espana-la-apuesta-por-las-vacunas-otan-e-istan-a-considerar-la-rusa-1094293057.html>.

²⁹¹ Víctor Ternovsky, “Acusan a “burócratas europeos” de “jugar con la salud” de la ciudadanía al ignorar Sputnik V,” *Sputnik Mundo*, January 27, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210127/acusan-a-burocratas-europeos-de-jugar-con-la-salud-de-la-ciudadania-al-ignorar-la-vacuna-rusa-1094245362.html>.

autoridades europeias: “Não impomos nada a ninguém, mas (...) perguntamo-nos quais os interesses que defendem e quem representam: os interesses das empresas farmacêuticas ou os interesses dos cidadãos europeus?” O presidente russo então conclui em termos geopolíticos: “E ainda assim eles tentam nos dar lições e nos impor suas sanções”.²⁹²

Algum tempo depois, a mídia russa aproveitou as fissuras internas na UE, com vozes da Hungria, Eslováquia e Áustria pedindo para considerar a autorização da vacina Sputnik V ou mesmo anunciando aquisições, para esfregar sal na ferida da divisão europeia. “Não deveria haver cegos geopolíticos para as vacinas”,²⁹³ publicou a *RT*, ecoando as palavras do chanceler austríaco. E, em meio ao debate, a mídia russa assegurou que “publicamente a UE rejeitou o fornecimento de vacinas russas” como “um truque de propaganda de um regime indesejável”, enquanto “nos bastidores o bloco está recorrendo ao Sputnik V para vacinar seus 450 milhões de habitantes.”²⁹⁴

A mídia do Kremlin também alardeou que a vacina russa “está chegando à Europa apesar dos obstáculos”, apontando supostos “pactos” com Espanha, Itália, França e Alemanha, apesar de ainda não ter sido aprovada pela Agência Europeia de Medicamentos.²⁹⁵ A “arma antipandêmica russa abala a Europa”,²⁹⁶ concluiu um artigo; “países estão fazendo fila, de todos os continentes nos pedindo para dar uma mãozinha com a vacina”,²⁹⁷ assegurou outro; “a vacina Sputnik V também contribuirá, talvez, para conter a 'histeria anti-russa' que está se espalhando por toda a Europa”, concluiu um artigo final com uma manchete ilustrativa: “Europa, o vírus Navalny e a vacina russa”.²⁹⁸

Alimentando o Caos Social e Político no Chile

Uma das práticas usuais da *RT* e do *Sputnik*, na medida em que foram concebidos como aríetes

²⁹² “‘Esta gente trata de darnos lecciones’: Putin cuestiona el rechazo de Europa a la vacuna Sputnik V,” *Sputnik Mundo*, March 22, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210322/esta-gente-trata-de-darnos-lecciones-putin-cuestiona-el-rechazo-de-europa-a-la-vacuna-sputnik-v-1110261045.html>.

²⁹³ “No debe haber anteojeras geopolíticas”: Austria negocia la compra de un millón de dosis de la vacuna rusa Sputnik V,” *RT*, March 30, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/387964-austria-negociar-rusia-compra-vacuna-sputnik>.

²⁹⁴ “¿Impensable? La UE estudia la posibilidad de comprar la vacuna rusa Sputnik V,” *Sputnik Mundo*, March 15, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210315/impensable-la-ue-estudia-la-posibilidad-de-comprar-la-vacuna-rusa-sputnik-v-1109960396.html>.

²⁹⁵ “Sputnik V se abre camino en Europa pese a las trabas,” *Sputnik Mundo*, March 15, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210315/sputnik-v-se-abre-camino-en-europa-pese-a-trabas-1109979999.html>.

²⁹⁶ Denis Lukyanov, “La vacuna Sputnik V, el ‘arma’ antipandemia rusa de nueva generación que sacude Europa,” *Sputnik Mundo*, April 2, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210402/la-vacuna-sputnik-v-el-arma-antipandemia-rusa-de-nueva-generacion-que-sacude-a-europa-1110760432.html>.

²⁹⁷ “Moscu asegura que los países hacen cola para conseguir la vacuna rusa,” *Sputnik Mundo*, February 9, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210209/moscu-destaca-que-los-paises-hacen-cola-para-conseguir-la-vacuna-rusa-1094372782.html>.

²⁹⁸ Luis Rivas, “Europa, el virus Navalni y la vacuna rusa,” *Sputnik Mundo*, February 5, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210205/europa-el-virus-navalni-y-la-vacuna-rusa-1094345088.html>.

da mídia contra o Estado russo com o propósito de servir aos interesses diplomáticos e geopolíticos nacionais, é alimentar tensões e conflitos sociais e políticos também nos EUA e na Europa como países considerados aliados do Ocidente. O Chile é um exemplo disso, onde a mídia russa buscou agitar o caos social. Isso faz parte da estratégia do Kremlin de se opor ou pelo menos enfraquecer as democracias ocidentais explorando as vulnerabilidades de seu sistema.

Os diversos eventos vividos desde outubro de 2018 no país sul-americano ofereceram à mídia russa uma oportunidade única de cumprir tal objetivo político. Durante o período de análise deste trabalho, três circunstâncias internas convergiram que permitiram aos dois meios de comunicação estatais russos aprofundar sua estratégia de desacreditar o governo chileno e até questionar a capacidade da democracia de funcionar plenamente no Chile.

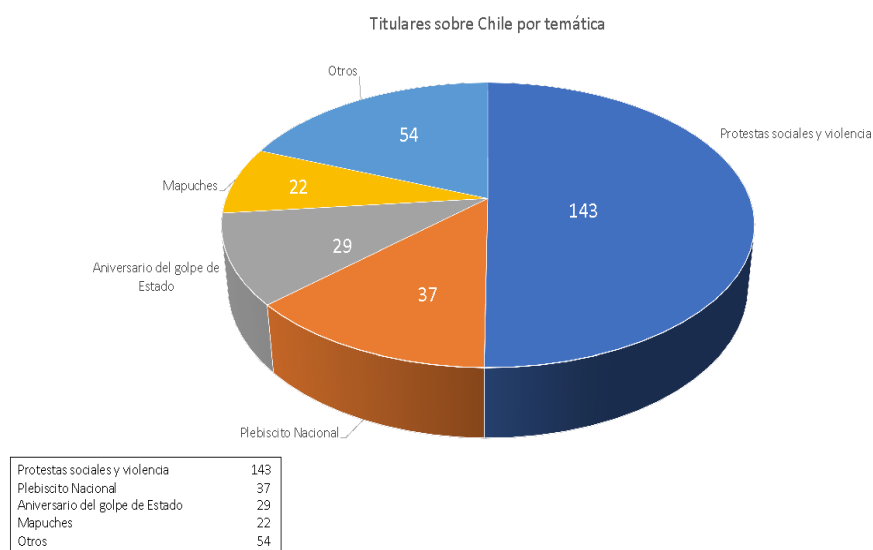
Em primeiro lugar, as tensões sociais e a violência já desencadeadas no Chile dois anos antes foram reproduzidas em 2020 e 2021, provocando protestos, prisões, feridos e mortes. Isso permitiu que a *RT* e o *Sputnik* apresentassem sua cobertura dos eventos sob o prisma do caos social e da violência policial, duas das narrativas usuais que a mídia russa usa para desacreditar a democracia ocidental.

Em segundo lugar, novos episódios de protestos e violência em torno da comunidade Mapuche no Chile, cujo conflito já dura mais de um século, contribuíram para o fortalecimento dessa narrativa.

Em terceiro lugar, com os protestos sociais anteriores, em outubro de 2020, foi realizado o plebiscito nacional do Chile, visando iniciar um processo constituinte para redigir uma nova Constituição, aprovada por esmagadora maioria. Precisamente, nas semanas anteriores à consulta popular, *RT* e *Sputnik* discutiram, com considerável cobertura noticiosa, o 47º aniversário do triunfo do golpe de Estado de Pinochet e a queda de Salvador Allende.

Para analisar a cobertura dos eventos de notícias interconectados acima, selecionamos artigos da *RT* e do *Sputnik* cujas manchetes tratam especificamente dos tópicos acima, usando diferentes palavras-chave para filtrá-los.²⁹⁹ O corpo de trabalho resultante contém 286 artigos, classificados por título da seguinte forma:

²⁹⁹ Among others, the following words were chosen: “protestas sociales,” “manifestaciones,” “violencia policial,” “golpe de Estado,” “Pinochet,” “Allende,” “mapuche,” “plebiscito” y “Constitución.” Others such as “BID,” “Claver-Carone” or “Malvinas” were also included, in order to include in the analysis the coverage of other news related to Chile, Argentina or Peru that RT and Sputnik take advantage of to disseminate their narratives.



A análise da ferramenta Python, que divide o conteúdo das frases em palavras, confirma que a narrativa ligada às tensões sociais se articula em torno da brutalidade policial e do descontentamento social. Esta conclusão é alcançada da seguinte maneira:

Primeiramente são criadas duas categorias de palavras, que estão vinculadas às notícias ocorridas no Chile nessas datas, conforme descrito nos parágrafos anteriores. Eles consistem no seguinte:

Categoria 1	Palavras seleccionadas
Tensões sociais	Carabinero, protesta, policía, estallido social, detenido, herido, víctima, represión, detener, cañón, ataque, reprimir, manifestar, muerto, gas lacrimógeno, disturbio, violencia, nueva protesta, estallido, brutalidad, masiva protesta, arder, caos, extrema derecha, ultraderecha
Conflicto mapuche	Mapuche, querella, amenazar, genocidio, indígena, lucha mapuche

Categoria 2	Palavras Seleccionadas
Plebiscito nacional	Plebiscito, nueva constitución, constituyente
História	Pinochet, dictadura, allende, golpe de estado, asesinato, crimen, derrocar, tortura, desaparecido, golpe militar

O objetivo é quantificar de três formas: quantas vezes essas palavras são mencionadas nos 286 artigos analisados; quantos artigos mencionam essas palavras; e, por fim, a quantidade de vezes que essas palavras são citadas no título e/ou nas primeiras frases do artigo.

O resultado é conclusivo. As cerca de trinta palavras na “Categoria 1” são citadas 1.999 vezes em 286 artigos, entre as quais 601 menções estão associadas a uma narrativa de agitação social (protesta, estallido social, manifestar, disturbio, violencia, nueva protesta, estallido, masiva protesta, arder, caos). Enquanto isso, outros 1.153 estão ligados a uma narrativa de brutalidade ou repressão policial (carabinero, policía, detener, herido, detenido, cañón, ataque, reprimir, reprimir, muerto, gás lacrimógeno, brutalidad, víctima, represión). As 245 menções restantes estão associadas ao chamado conflito Mapuche (ver tabela abaixo).

Cobertura de tensões sociais no Chile por RT e Sputnik/Análise usando termos Python

category	word	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header	
['tensiones sociales']	carabinero	320	107	150	
	policía	283	103	153	
	detenido	139	65	65	
	herido	62	40	21	
	víctima	61	41	24	
	represión	55	34	27	
	detener	54	34	27	
	cañón	43	23	29	
	ataque	43	20	10	
	reprimir	34	25	22	
	muerto	28	24	8	
	gás lacrimógeno	27	20	15	
	brutalidad	4	3	2	
	extremaderecha	1	1	1	
	ultraderecha	1	1	1	
	total	1155	541	555	
		protesta	294	110	135
estallidosocial		201	84	92	
manifestar		33	24	13	
disturbio		23	11	16	
violencia		18	15	3	
nuevaprotesta		14	8	14	
estallido		14	11	3	
masivaprotesta		2	1	1	
arder		1	1	1	
caos		1	1	1	
total		601	266	279	
		mapuche	185	25	49
		querrela	26	13	14
	amenazar	12	11	3	
	genocidio	9	4	3	
	indígena	7	6	1	
	luchamapuche	4	3	3	
	total	243	62	73	
	['tensiones sociales'] Total	1999	869	907	
	Narrativa represión policial				
	Narrativa descontento social				
	Narrativa conflicto mapuche				
Sum of word_count	Nº de menciones de cada palabra				
Sum of #_art	Nº de artículos en los que cada palabra es citada				
Sum of in_header	Nº de veces que cada palabra es mencionada en el título o frases subsiguientes				

Essas palavras não são apenas predominantes na cobertura de tensões sociais da RT e do Sputnik, o que sem dúvida sinaliza sua abordagem, mas também são mencionadas repetidamente em muitos artigos (869). Mais importante ainda, essas menções aparecem 907 vezes em lugar de destaque do artigo, ou seja, no título, no subtítulo, na introdução ou no primeiro parágrafo.

A partir da análise aprofundada do conteúdo, fica clara a criminalização da polícia chilena e dos carabineros pelo Sputnik e pelo RT. A mídia russa frequentemente alude à polícia chilena

“reprimindo”³⁰⁰ manifestantes, organizando “operações violentas”³⁰¹ e exibindo “brutalidade policial”,³⁰² às vezes contra “manifestantes pacíficos”.³⁰³ E, pontualmente, “atiraram em um homem que estava roubando um veículo”³⁰⁴ ou “mataram a tiro”³⁰⁵ um artista no meio da rua, considerado um “assassinato”³⁰⁶ que gerou “tumultos em massa”. Segundo a mídia russa, devido à violência da polícia e da extrema-direita, jornalistas no Chile estão expostos a “perigo iminente”,³⁰⁷ uma ameaça que o Sputnik expõe em um único artigo que sugere uma conexão tácita entre essas duas ameaças a jornalistas.

Esta ameaça de “perigo iminente” para os jornalistas é apoiada pelo Sputnik com a informação de que sua correspondente no Chile foi “gaseada pelos”³⁰⁸ carabineros” e que foi “ameaçada pela ultradireita”.³⁰⁹ A violência policial também teve como alvo a comunidade Mapuche, um de cujos membros “foi morto por um tiro que recebeu nas costas” nas mãos dos carabineros. A violência em torno do chamado 'conflicto mapuche' leva o Sputnik a se perguntar se “o povo mapuche é um inimigo interno do Estado chileno”³¹⁰ ou se existem “grupos paramilitares” operando na região de Araucanía.³¹¹

³⁰⁰ “Carabineros de Chile reprimen una nueva protesta contra el Gobierno de Piñera en Santiago,” . RT, March 6, 2021. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/385535-carabineros-chile-reprimir-nueva-protesta-gobierno>.

³⁰¹ “El jefe de carabineros dimitido por un violento operativo es reemplazado por un oficial clave en la represión de las protestas chilenas en 2019,” RT, November 20, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/374086-ricardo-yanez-nuevo-jefe-carabineros-chile>.

³⁰² “Asistentes denuncian brutalidad policial en protesta contra Piñera en Chile,” RT, November 21, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/video/374293-asistentes-denunciar-brutalidad-policial-protesta-pinera>.

³⁰³ “Policía chilena reprime pacífica manifestación feminista en el centro de la capital,” Sputnik Mundo, March 8, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210308/policia-chilena-reprime-pacifica-manifestacion-feminista-en-el-centro-de-la-capital-1109661999.html>.

³⁰⁴ “Un carabinero abate a un hombre que intentaba robar el vehículo oficial del ministro de Hacienda en Chile,” RT, November 30, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/actualidad/375295-chile-abaten-delincuente-auto-ministro-hacienda>.

³⁰⁵ “Policía chileno mata a balazos a un artista callejero que se negó a un control,” Sputnik Mundo, February 5, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210205/policia-chileno-mata-a-balazos-a-artista-callejero-que-se-nego-a-un-control-1094347014.html>.

³⁰⁶ “El asesinato de un artista callejero genera protestas y disturbios masivos en Chile,” Sputnik Mundo, February 9, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210209/el-asesinato-de-un-artista-callejero-genera-protestas-y-disturbios-masivos-en-chile-1094373567.html>.

³⁰⁷ “Carabineros y ultraderecha: un peligro inminente para los periodistas en Chile,” Sputnik Mundo, October 22, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201022/carabineros-y-ultraderecha-un-peligro-inminente-para-los-periodistas-en-chile-1093222652.html>.

³⁰⁸ Carolina Trejo, “Chilenos queman banderas y se enfrentan con carabineros a 47 años del golpe de Estado,” Sputnik Mundo, September 9, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20200912/corresponsal-de-sputnik-en-chile-gaseada-por-carabineros-1092740655.html>.

³⁰⁹ “Corresponsal de Sputnik en Chile, amenazada por grupos de ultraderecha,” Sputnik Mundo, October 18, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201018/corresponsal-de-sputnik-en-chile-amenazada-por-grupos-de-ultraderecha-1093163545.html>.

³¹⁰ Carolina Trejo, “¿Es el pueblo mapuche un enemigo interno del Estado chileno,? Sputnik Mundo, January 16, 2021. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210116/es-el-pueblo-mapuche-un-enemigo-interno-del-estado-chileno-1094133399.html>.

³¹¹ Carolina Trejo, “¿Paramilitarismo en el territorio mapuche chileno?,” Sputnik Mundo, January 16, 2021.

Tudo isso explica por que “nove em cada dez denúncias” no Chile são contra a polícia,³¹² ou por que 2.520 denúncias foram feitas contra os agentes “por violação dos direitos humanos”.³¹³ Como consequência das ações da polícia militarizada chilena — “uma polícia em crise constante”³¹⁴ — o ano de 2020 “acabou afundando” os carabineros e “grande parte da população mudou de posição na instituição”.³¹⁵ “As ações violentas dos carabineros”, explica a mídia estatal russa, “ultraja os cidadãos”.³¹⁶

A mídia russa conecta a violência policial e o descontentamento social no Chile com o plebiscito nacional realizado no final de 2020 e, retrospectivamente, com o aniversário do golpe de Estado de Pinochet que derrubou Salvador Allende. A imagem do ditador chileno, quase meio século após o golpe e quando o Chile está pronto para virar definitivamente a página da história chilena com o novo processo constituinte iniciado pelo plebiscito nacional, ainda está muito presente na cobertura da mídia estatal russa uma vez que se encaixa perfeitamente nos propósitos geopolíticos que pretende servir.

A tabela a seguir mostra as palavras da “Categoria 2” que estão associadas a esta ligação da mídia russa do Chile ao fantasma de seu passado ditatorial. Este é um passado que a mídia russa também tem o cuidado de lembrar ao Chile que estava em comunhão e aliança com os Estados Unidos. O grupo de palavras associadas ao Pinochetismo, entre elas “dictadura”, “asesinato” ou “tortura”, são mencionadas 546 vezes na análise de Python.

Menções de palavras associadas à narrativa do Chile de Pinochet

Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20210414/paramilitarismo-en-el-territorio-mapuche-chileno-1111138803.html>.

³¹² “9 de cada 10 querellas presentadas por el INDH de Chile fueron contra la policía,” RT, October 16, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/video/370142-querellas-presentadas-indh-chile-contr-policia>.

³¹³ “El instituto de DDHH de Chile presenta 2.520 querellas contra agentes por violar derechos,” Sputnik Mundo, October 16, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201016/el-instituto-de-ddhh-de-chile-presenta-2520-querellas-contr-agentes-por-violar-derechos-1093150375.html>.

³¹⁴ Carolina Trejo, “Carabineros de Chile: una policía en constante crisis,” Sputnik Mundo, October 9, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201009/carabineros-de-chile-una-policia-en-constante-criis--1093064670.html>.

³¹⁵ Francisco Bravo Atias, “2020: el año en que se terminó de hundir la policía chilena,” Sputnik Mundo, December 30, 2020. Available at: <https://mundo.sputniknews.com/20201230/2020-el-ano-en-que-se-termino-de-hundir-la-policia-chilena-1093995445.html>.

³¹⁶ “Acciones violentas de carabineros indignan a la ciudadanía de Chile,” RT, October 4, 2020. Available at: <https://actualidad.rt.com/video/368747-acciones-violentas-carabineros-indignar-ciudadania-chile>.

category	word	Sum of word_count	Sum of #_art	Sum of in_header
['historia']	pinochet	146	56	58
	dictadura	131	64	47
	allende	67	21	30
	golpedeestado	47	24	28
	asesinato	46	21	14
	crimen	38	23	15
	derrocar	26	15	11
	tortura	21	14	5
	desaparecido	13	9	6
	golpemilitar	11	6	6
['historia'] Total		546	253	220
['coyuntura política]	plebiscito	159	70	58
	nuevaconstituíór	129	53	50
	constituyente	94	33	30
['coyun. política'] Total		382	156	138

Conclusões

Este artigo confirma os enormes esforços da China para disseminar suas narrativas oficiais — que também podem ser consideradas propagandísticas — para o público latino-americano. Este é um esforço de longa data, decorrente do desejo de Pequim de mudar a percepção negativa da China que existe em muitas partes do mundo. Essa imagem negativa é, segundo o regime comunista, divulgada pela mídia ocidental visando isolar a China e promover os valores ocidentais.

Sem dúvida, a ofensiva midiática de Pequim se concentrou fortemente em alcançar públicos internacionais com sua própria narrativa para tentar mudar a percepção anterior. Agora, com a pandemia da COVID-19 e a devastação que ela causou, Pequim se viu na necessidade ainda mais urgente de dar sua própria versão dos eventos não apenas para fugir de sua responsabilidade pela crise de saúde, mas também para apresentar para a comunidade internacional como uma grande potência em formação. A China se apresenta como uma potência responsável, generosa e confiante em seu modelo de desenvolvimento e em seus próprios pontos fortes.

Este estudo é abordado exatamente neste contexto. Nele, a mídia oficial chinesa mostra seu compromisso inequívoco em defender os interesses de Pequim, em vez de refletir os fatos com precisão, como seria apropriado em sistemas políticos onde a mídia é teoricamente independente e desempenha um papel de contrapoder. Portanto, não podemos considerar Xinhua, CGTN, China Radio International e People Online como mídia em sua concepção clássica, mas como meras correias de transmissão de poder. Eles estão em dívida com o Partido Comunista Chinês (PCC), não com a verdade.

É compreensível que a cobertura das vacinas que os referidos meios de comunicação tenham divulgado em suas edições em espanhol para a América Latina e o resto do mundo hispânico seja marcada por essa característica da mídia chinesa. Como já foi explicado, o centro de gravidade narrativo em torno da pandemia no período em análise consistiu, fundamentalmente, em apresentar as vacinas chinesas como solução para a grave crise que assola o mundo e, por elevação, como prova do surgimento da China como instrumento científico e poder tecnológico. Nesse contexto, as vacinas Sinovac e Sinopharm deveriam ser consideradas eficazes e seguras para serem aceitas internacionalmente.

Toda a narrativa oficial foi construída em torno dessa ideia. No entanto, com a falha em publicar a análise dos dados dos ensaios clínicos de fase 3, com tanta informação fragmentada ou contraditória em torno de suas vacinas e dada a falta de transparência que geralmente envolve o regime chinês, vozes se levantaram alertando sobre a baixa eficácia de ambas vacinas. A desconfiança internacional forçou a mídia chinesa a concentrar seus esforços narrativos em torno de refutar tal suspeita. A narrativa deles baseou-se em duas ideias, ambas de veracidade duvidosa.

O primeiro era mostrar a eficácia e segurança das vacinas chinesas como uma verdade indiscutível. No entanto, em nenhum momento durante o desenvolvimento das vacinas a imprensa chinesa foi capaz de defender esta afirmação com dados e evidências científicas sólidas, principalmente porque em nenhum momento as empresas chinesas de biotecnologia — e, portanto, nem a mídia oficial — exibiram a evidência principal que teria servido para desarmar todas as suspeitas: o detalhamento dos dados dos ensaios da Fase 3.

Por mais que a mídia oficial tenha defendido — vez após vez — a excelência das vacinas chinesas, o fato é que eles não o fizeram com o único argumento irrefutável — a evidência científica — mas com base na disseminação seletiva de informações, omitindo parte dos dados ou manipulando as informações até mesmo com base em informações irrelevantes para o caso, como a legitimação sistemática da vacina por dezenas de líderes políticos mundiais. Portanto, não é difícil concluir que, enquanto a mídia chinesa não apresentava nenhuma certeza científica, a construção da história em torno do sucesso das vacinas chinesas baseava-se em informações questionáveis.

A segunda ideia é que, com o próprio propósito de endossar suas vacinas, a mídia chinesa se referiu à eficácia e segurança das vacinas ocidentais em termos tão negativos que é difícil conciliar sua história com a realidade. É verdade que, com a transparência exigida nas democracias, os problemas de saúde das vacinas ocidentais em sua fase de desenvolvimento foram divulgados. Mas como essa circunstância foi retratada nas agências de mídia chinesas, aliada à insistência em apontar as fragilidades das vacinas rivais, pode muito bem ser considerada um exemplo de desinformação enquanto ofereceu ao público hispânico uma versão claramente distorcida dos fatos.

Esses não foram os únicos exemplos de informação incorreta. Ainda mais indiscutível é a fragilidade do argumento por trás da suposta “vitória” da China na erradicação total da pobreza extrema em seu país. Como vimos na seção correspondente, a tese que sustenta toda essa ideia triunfalista é baseada em uma imprecisão. Tivesse o critério utilizado para definir o limiar de pobreza que realmente corresponde à China de acordo com seu nível de riqueza, não só não seria possível reivindicar “vitória”, mas haveria pelo menos 200 milhões de pessoas vivendo em extrema pobreza na China.

Essa omissão flagrante ou interpretação seletiva dos dados permite que Pequim construa uma narrativa que, embora adulterada, serve para projetar uma narrativa atraente em torno do sucesso do modelo de desenvolvimento chinês e das conquistas do PCC. A análise deste artigo sugere que a omissão em questão passa em grande parte despercebida pelo público, permitindo que a ideia do sucesso chinês no combate à pobreza apareça quase intocada na mídia latino-americana. Tanto a imagem mitológica da transformação da China nas últimas quatro décadas

quanto o escasso conhecimento sobre o país contribuem para isso. O que não se encaixa no estereótipo dificilmente é questionado.

Torcer os fatos para elaborar uma narrativa alinhada com seus interesses também serve a Pequim para implantar um argumento sedutor voltado para o mundo em desenvolvimento, incluindo a América Latina. A narrativa em torno do desenvolvimento e da “distribuição equitativa” das vacinas chinesas, por não terem sido autorizadas para comercialização nos Estados Unidos e na Europa, é repleta de piscadelas para esse público com repetidas referências à cooperação, doações e ajuda que Pequim oferece. Porém, para além da retórica de proximidade com a região para se posicionar como referência, ficou evidente que como a mídia chinesa apresentou a adesão de Pequim ao programa COVAX continha outra fragilidade fundamental: a omissão do fato de a China ter aderido com relutância e depois de 165 países já o terem feito.

A descrição da propaganda chinesa da gestão da COVID-19 pela China, o sucesso das vacinas chinesas e as conquistas no alívio da pobreza também servem como um trampolim para exaltar as supostas virtudes do sistema político da China. Um modelo apresentado como superior às democracias e que, segundo a mídia chinesa, pode servir de inspiração para a América Latina. Esta é uma narrativa repleta de slogans oficiais que, além disso, costumam ser abertamente hostis a tudo o que o Ocidente representa politicamente. Este é um ponto de inflexão, já que suas críticas até recentemente eram pontuais e muito menos diretas.

Nesse sentido, a propaganda que a China divulga em seus meios de comunicação tenta promover a ideia da adequação do modelo de governança chinês, denegrindo os sistemas democráticos com base em sua resposta ineficaz à pandemia, bem como em sua percepção de incapacidade para enfrentar certos desafios. A este argumento se junta, com mais veemência e boa dose de sensacionalismo, a mídia russa, sempre disposta a desacreditar governos, instituições, empresas, elites e valores ocidentais e a amplificar as disfunções do sistema. Embora possa haver elementos verdadeiros nesta história, a construção dessa narrativa seletiva e artificial poderia muito bem passar como um exemplo de desinformação.

Assim sendo, é impressionante como a mídia oficial chinesa conseguiu construir uma narrativa alternativa sobre os direitos humanos, seu tradicional elo fraco. O argumento se concentra, por um lado, em vincular a gestão do PCC durante a pandemia e o que significou em termos de proteção à vida apresentá-la como um exemplo de seu compromisso com os direitos humanos. E, por outro lado, ao vincular as conquistas da China na redução da pobreza com a proteção dos direitos humanos. Uma abordagem falaciosa que, para além da discussão política, esbarra na realidade da situação dos direitos humanos naquele país, como atestam os rankings que colocam a China como um dos países onde os direitos humanos são mais violados.

De modo geral, não parece que essas narrativas oficiais estejam causando um impacto significativo na grande mídia da Argentina, Chile e Peru. Eles podem falar de “ajuda” chinesa no contexto da COVID-19, com suas doações de material de saúde primeiro e sua distribuição de vacinas depois, mas as outras narrativas, especialmente aquelas que exaltam as virtudes do modelo chinês e rebaixam o Ocidente e seus valores democráticos, estão amplamente ausentes.

As exceções a essa tendência geral são, por um lado, a mídia ideologicamente próxima do que

a China e o PCC representam, mais propensos a reproduzir propaganda, e, por outro lado, a mídia pública da Argentina e do Peru, principalmente o jornal *El Peruano* e as agências de notícias *Télam* e *Andina*, cujas relações com as embaixadas e a mídia chinesas remontam há vários anos. Em virtude disso, além de ter o cuidado de não selecionar notícias críticas ou delicadas entre o que é publicado sobre a China, eles divulgam narrativas oficiais com fidelidade e sem o menor traço de crítica. Seu público, portanto, recebe informações sobre a China com um viés significativo.

Os três meios de comunicação mencionados também não hesitam em usar as embaixadas chinesas como fonte de suas informações. Na verdade, as embaixadas desempenham um papel importante não só pela divulgação de propaganda e desinformação através do Twitter e seus comunicados, mas também pelo conteúdo destes, nos quais se atrevem a censurar, criticar e repudiar, às vezes com virulência inusitada, a cobertura negativa da China por alguns meios de comunicação. Nesse sentido, buscam impor a visão do regime chinês sobre o papel que a mídia deve desempenhar no sistema, que nada mais é do que submissão ao poder político.

Outro efeito da estratégia de Pequim no campo da comunicação é a crescente influência do conteúdo pago que a plataforma *China Media Group* insere nos principais jornais do Chile e da Argentina. Favorecidos pelo design dos sites e pelo layout das notícias, estes conteúdos patrocinados nem sempre se distinguem das restantes notícias, visto que o seu formato não é o clássico da publicidade institucional, facilmente identificável, mas sim uma verdadeira notícia. Na verdade, algumas dessas notícias não se limitam a compartilhar uma narrativa positiva sobre a China, mas visam criticar os Estados Unidos e o mundo ocidental.

Por fim, este estudo confirma a importância de instituições e indivíduos que, pela proximidade com Pequim, divulgam a propaganda chinesa e as narrativas oficiais por meio das redes sociais. São atores que, devido ao seu conhecimento do país asiático, são percebidos como vozes de autoridade sobre o assunto, mesmo que boa parte deles em algum momento tenha feito parte de programas de intercâmbio ou de recrutamento de elite na forte estratégia de *sharp power* do governo chinês. Embora a comunidade acadêmica seja particularmente ativa na defesa da visão de Pequim, em geral, além de ter influência em seu campo, os chamados “aliados” não desempenham um papel decisivo na divulgação dessas narrativas para o resto da sociedade.

Medianálisis - Venezuela

Sumário Executivo

Este relatório examina a desinformação em canais de mídia públicos e privados na Venezuela por meio da análise de notícias relacionadas à Rússia e China, bem como ao conteúdo publicado pelo governo venezuelano em suas contas no Twitter e no Facebook. Uma revisão do conteúdo das contas do Twitter do Russia Today (RT), Telesur e Sputnik Mundo também foi conduzida para mostrar o que foi qualitativamente descrito como o núcleo do ecossistema de desinformação na Venezuela vindo de potências autoritárias estrangeiras. O estudo descobriu que a Rússia e a China estão promovendo abertamente a desinformação na Venezuela, reforçando o governo de Maduro e erodindo as instituições democráticas do país com a ajuda dos próprios militares venezuelanos e funcionários de alto escalão do governo. Este relatório também demonstra, por meio do monitoramento cuidadoso de fontes de mídia tradicionais e não tradicionais, os esforços combinados da Rússia e da China, com a Venezuela como seu pivô regional, para influenciar os países vizinhos a adotarem sua agenda geopolítica e para perturbar as instituições daqueles cujos líderes atuais fizeram parceria com os Estados Unidos.

Contexto

Por mais de vinte anos, a Venezuela está imersa em uma crise política — em que um regime autoritário que inicialmente chegou ao poder através de uma crise eleitoral em 1998 consolidou cada vez mais seu domínio sobre a sociedade venezuelana, especialmente por meio do desmantelamento e tomada do poder de instituições democráticas.

A crise trouxe graves consequências para a Venezuela. A economia está em recessão há sete anos, com três anos de hiperinflação (Econalítica, 2021) causando um aumento generalizado da pobreza que atinge 96 por cento das famílias, segundo a Pesquisa de Condições de Vida realizada pelo Instituto de Pesquisas Econômicas e Sociais da Universidade Católica Andrés Bello em 2020. Conforme o mesmo estudo, pelo menos uma em cada quatro famílias venezuelanas sofre de insegurança alimentar. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura (FAO, 2021), a Venezuela está entre os 25 países com maior risco de insegurança alimentar.

A situação econômica e política desencadeou um êxodo sem precedentes na região. Segundo a Agência das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR, 2021), a maior crise migratória do mundo não está mais no Oriente Médio ou na África; é na América Latina, devido aos 5,6 milhões de venezuelanos que fugiram de seu país em busca de melhores condições de vida.

Acuña-Alfaro e Khoudour (2020) documentaram que os migrantes e refugiados venezuelanos estão especialmente concentrados na Colômbia, Equador e Peru, países que viram suas populações de migrantes venezuelanos aumentarem 66 por cento entre 2010 e 2019.

Naturalmente, a descida para a autocracia levou à restrição do sistema de liberdades civis estabelecido na Constituição da República Bolivariana da Venezuela. A liberdade de expressão e informação é severamente restringida. Centenas de empresas de mídia privadas tradicionais foram forçadas a fechar, mudar sua linha editorial ou ser vendidas a interesses pró-governo. Medianálisis (2020) estimou que, entre 2013 e 2018, 71 publicações impressas na Venezuela mudaram sua distribuição, migraram para o formato somente online ou foram fechadas, enquanto 144 estações de rádio foram fechadas pela Comissão Nacional de Telecomunicações (CONATEL), agência reguladora.

Além disso, dezenas de portais de jornalismo independente e canais de televisão internacionais foram sancionados ou bloqueados pela CONATEL segundo a legislação jornalística restritiva.

As redes de mídia social agora representam um importante meio de interação e informação entre os venezuelanos. Segundo o relatório “We are social” (2020), existem 12 milhões de usuários de mídia social na Venezuela, sendo o Facebook, Instagram e, em menor medida, o Twitter, as plataformas mais populares. Além disso, o relatório indica que 81 por cento dos venezuelanos se conectam regularmente a plataformas de mídia interativa através de seus dispositivos móveis.

É importante acrescentar que a deterioração dos serviços públicos, como eletricidade e internet, contribui de forma decisiva para o controle governamental sobre a esfera pública. Em março de 2019, toda a Venezuela ficou cinco dias sem energia elétrica, devido a uma falha na principal hidrelétrica do país. Desde então, os cortes diários de energia, especialmente no interior, só se intensificaram.

Segundo o Comitê de Pessoas Atingidas por Blackouts (Depablos, 2021), pelo menos 38.004 falhas de energia foram registradas no primeiro trimestre de 2021.

Segundo a CONATEL, o principal provedor de internet na Venezuela é o serviço de acesso público CANTV-ABA, que representa 66,4 por cento dos assinantes de internet (Arvelais, 2021). O CANTV-ABA, no entanto, funciona apenas intermitentemente e bloqueia vários portais informativos independentes, limitando o acesso dos cidadãos às informações.

Os serviços de Internet via satélite e fibra óptica estão começando a ser oferecidos, mas permanecem inacessíveis para a maioria dos venezuelanos, cujos salários estão bem abaixo da média da região (e continuam a depreciar com a atual crise econômica e financeira do país).

Consequentemente, a hegemonia do governo sobre os meios de comunicação se solidificou nos últimos cinco anos. Bisbal (2011) identificou isso como a principal estratégia do estado para garantir a primazia de sua ideologia. A hegemonia ideológica do “socialismo bolivariano” foi liderada pelo falecido presidente Hugo Chávez, que ordenou a criação de uma multidão de meios de comunicação estatais que passaram a dominar as ondas de rádio.

Nesse contexto, fica mais fácil para o Estado venezuelano produzir desinformação que gere repercussões no país e no exterior. Segundo Trepiccione (Cañizález, 2020), a Venezuela “se tornou há alguns anos um grande laboratório para a fabricação de notícias falsas, enquanto o problema venezuelano deixou de ser um conflito político local e deu lugar a uma disputa

geopolítica e geoestratégica global.”

O estudo foi conduzido com base nas seguintes duas premissas:

- Os governos da Rússia e da China estão coordenando e conduzindo atividades de desinformação na Venezuela.
- O estado venezuelano, através de seus veículos de comunicação estatal, participa ativamente das atividades de desinformação.

Os tópicos abordados neste estudo são detalhados a seguir. Os resultados decorrem de uma análise dos meios de comunicação russos e chineses, seguida de uma análise geopolítica.

Rússia

Vacinas Sputnik e EpiVacCorona

Este estudo analisa as contas do Twitter da RT, Telesur e Sputnik. Também foram identificadas contas na mídia social de atores do governo venezuelano que seguem esses canais. Dentre esses atores, identificamos Venezolana de Televisión (VTV), vice-presidente Delcy Rodríguez e Nicolás Maduro, conforme divulgado na tabela a seguir:

Tabela 1: Contas do governo venezuelano que acompanham a mídia russa

from_user_bot	from_user_scri	id	original_query
0.7	VTVcanal8	GobVe	SputnikV
0.36	AquiConErnesto	GobVe	SputnikV
0.75	ViceVenezuela	GobVe	SputnikV
520.294	CarnetDLaPatria	GobVe	SputnikV
0.45	drodriven2	GobVe	SputnikV
708.113	DianaIndustrias	GobVe	SputnikV
0.26	Mippcivzla	GobVe	SputnikV
323.988	LaHojillaenTV	GobVe	SputnikV
0.59	bloque_patria	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.31	NicolasMaduro	GobVe	SputnikVLlegaAVene
900.614	MisionRSOficial	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.67	CancilleriaVE	GobVe	SputnikVLlegaAVene
379.801	ErikaPSUV	GobVe	SputnikVLlegaAVene
515.643	ZE_Aragua	GobVe	SputnikVLlegaAVene
207.906	MarcoTorresPSUV	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.37	MercalOficial	GobVe	SputnikVLlegaAVene
596.776	ZEPortuguesa	GobVe	SputnikVLlegaAVene
	FundambienteOfc	GobVe	SputnikVLlegaAVene
495.058	somos_ejercito	GobVe	SputnikVLlegaAVene
959.028	GNB_Amazonas	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.88	Lechuginos_com	GobVe	SputnikV
0.39	ConasGNBCmdte	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.45	GDP_Cabimas	GobVe	SputnikVLlegaAVene
835.829	hogardepatria	GobVe	SputnikV
0.54	GNBDesur32	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.71	CMDTEDESUR32	GobVe	SputnikV
0.33	CaracasUnefa	GobVe	SputnikVLlegaAVene
0.47	ConasGNB	GobVe	SputnikVLlegaAVene

Os dados da hashtag #SputnikV extraídos com a ferramenta Hoaxy revelam que a hashtag foi desenvolvida pela Actualidad RT com o suporte de pelo menos 54 bots e 152 contas adicionais, que compartilham muitas características dos *cyborgs*. Assim, a mídia estatal busca elogiar o apoio russo por meio da distribuição da vacina Sputnik, em oposição às vacinas desenvolvidas nos Estados Unidos. Segundo essa narrativa, esses veículos defendem que os Estados Unidos mantêm um “bloqueio” contra a Venezuela, quando, na realidade, não existe tal sanção. Na verdade, o Departamento de Estado dos EUA afrouxou as sanções para facilitar a aquisição de suprimentos para combater a COVID-19.

Ao analisar os veículos de comunicação pró-governo (PROGOB) e privados indicados na tabela a seguir, os resultados mostram que os veículos não elaboraram sobre o assunto, nem verificaram essa informação quanto à distribuição das vacinas.

Tabela 2: Notícias através de comunicação e tendência

Canal	Tendência	Unidades
-------	-----------	----------

CDCCS	PROGOB	8
EFEECTO COCUYO	PRIVADO	11
EL PITAZO	PRIVADO	17
CARAOTA DIGITAL	PRIVADO	16
TELESUR	PROGOB	3
LA IGUANA TV	PROGOB	3
TAL CUAL	PRIVADO	6
LA PATILLA	PRIVADO	25
EL NACIONAL	PRIVADO	17
EL UNIVERSAL	PRIVADO	3
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	PROGOB	9
CORREO ORINOCO	PROGOB	4
APORREA	PROGOB	4
BANCA Y NEGOCIOS	PRIVADO	2
2001	PRIVADO	3
TOTAL DOS RESULTADOS REVISADOS: 15		31
TENDÊNCIA DE PROGOV: 6		
TENDÊNCIA PRIVADA: 8		

A análise contempla três momentos distintos: o anúncio do registro da vacina em 11 de agosto de 2020; declaração de Maduro dizendo que ele seria o primeiro a ser vacinado; e, finalmente, a suposta participação da Venezuela na terceira fase do ensaio da vacina. O monitoramento da implantação da vacina na Venezuela foi constante durante nossa investigação, incluindo o contrato firmado entre a Venezuela e a Rússia e a chegada da vacina Sputnik; entretanto, até o momento não há informações oficiais sobre a chegada das segundas doses da vacina.

Como último componente da investigação, 11 fontes foram selecionadas, incluindo sites oficiais venezuelanos e russos e meios de comunicação públicos. Este período do estudo foi de 1º de junho a 12 de julho de 2021. Devido aos dados compartilhados no Twitter pelo Ministro da Educação sobre a extensão do tempo entre a aplicação da primeira e da segunda dose da vacina Sputnik, foi necessário verificar e comparar essas informações com outras fontes, incluindo o site do Ministério da Educação e dois meios de comunicação russos.

As fontes analisadas são detalhadas a seguir:

Tabela 3: Meios de comunicação

MEIO DE COMUNICAÇÃO	WEBSITE
VTV	vtv.gob.ve
TELESUR	telesur.net
CORREO DEL ORINOCO	correodelorinoco.gob.ve
SPUTNIK MUNDO	mun.do.sputniknews.com
RT	actualidad.rt.com

Tabela 4: Fontes governamentais

FONTE	WEBSITE
MINISTÉRIO DA SAÚDE	mpps.gob.ve
SISTEMA PÁTRIA (SISTEMA DE IDENTIFICAÇÃO NACIONAL)	covid19.patria.org.ve
MINISTÉRIO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS	mppre.gob.ve
VICE-PRESIDÊNCIA	Vicepresidencia.gob.ve
MINISTÉRIO DA ECONOMIA E FINANÇAS	mppef.gob.ve
MINISTÉRIO DA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	minci.gob.ve

Posteriormente, a rede de televisão estatal VTV publicou um único artigo informativo datado de 27 de junho de 2021, e intitulado "Estudo na Argentina revela que uma dose de Sputnik V reduz a mortalidade em até 80 por cento em pessoas com mais de 60 anos de idade." No entanto, o artigo não abordou as implicações para a Venezuela, nem mencionou o pedido único que se tornou a norma na Venezuela. Também não houve menção a isso no jornal estatal Correo de Orinoco. A rede de TV multiestadual Telesur publicou um artigo informativo em seu site em 20 de junho com a manchete: "[Vice-presidente] Delcy Rodríguez acompanha o fornecimento de vacinas na Rússia". Ele usou um tweet publicado em 18 de junho pelo vice-presidente em sua conta no Twitter como referência. A Telesur copiou a história do site do vice-presidente na mesma data em que o tweet foi postado. No corpo do artigo, a história é sobre seu encontro com o Fundo Russo para Investimento Direto "para acompanhar o Plano de Entrega das vacinas Sputnik V e Sputnik Light na Venezuela". Os meios de comunicação aproveitaram para informar incorretamente ao afirmar: "em meio à sanção econômica imposta pelo governo dos Estados Unidos, o governo continua garantindo a proteção e a vida ao povo venezuelano".

Uma análise dos meios de comunicação indicados acima foi conduzida especificamente com relação à vacina EpiVacCorona desenvolvida pelo Centro de Pesquisa Estadual de Virologia e Biotecnologia (VECTOR).

O discurso de condenação ao imperialismo norte-americano, contra o qual os governos da Rússia e da Venezuela estão unidos, prevalece nas notícias relacionadas a esse tema. No site do Sputnik, agência de notícias russa, há informações que explicam o atraso na produção e entrega das segundas doses. A RT publicou quatro artigos relacionados ao assunto em análise. As manchetes são: i) em 23 de junho, "Moscou comenta relatórios sobre a escassez da vacina Sputnik V na Argentina"; ii) em 26 de junho, "Um estudo na Argentina revela que uma dose de Sputnik V reduz a mortalidade em até 80 por cento em pessoas com mais de 60 anos de idade; iii) em 29 de junho, "O laboratório argentino Richmond anuncia que a produção da segunda dose do Sputnik V começará na próxima segunda-feira"; e iv) em 12 de julho, "o Sputnik V produz um alto nível de anticorpos e neutralizadores da COVID-19 [sic] após uma única dose, conclui um estudo argentino publicado na revista *Cell*". Todos se referem ao caso da Argentina, mas nada é dito sobre a Venezuela.

Além disso, o viés da propaganda no tratamento das informações públicas é claramente notado nos artigos publicados entre 4 de maio e 4 de junho de 2021, que também são usados como meio de desviar a atenção da falha na entrega das segundas doses da vacina Sputnik. Enquanto

isso, o governo se cala sobre o assunto.

Ao investigar a mídia governamental, é evidente que a propaganda do regime é ainda mais perceptível em torno de questões relativas à Rússia do que à ajuda chinesa. Durante a análise das informações, determinou-se que em 29 de março de 2021 foi feito o anúncio de que a segunda dose da vacina russa chegaria ao país e que os voluntários venezuelanos participariam do ensaio clínico de Fase III da vacina. No dia 30 de março, chegaram as primeiras doses e os dois eventos foram celebrados simultaneamente. Porta-vozes do governo elogiaram Vladimir Putin e aproveitaram a oportunidade para fazer declarações contra o inimigo comum: os EUA. Os anúncios de março foram oportunistas na esteira da visita do vice-primeiro-ministro russo, Yuri Borisov, a Caracas. Então não houve mais nenhuma palavra sobre o assunto ou sobre a segunda dose. Além disso, o documento do Ministério da Saúde autorizando seu uso emergencial não está disponível. Não se sabe quantas doses chegaram, qual é o protocolo de seleção dos candidatos ao ensaio, a faixa etária dos voluntários, quanto custa ou quanto será pago.

O vice-presidente Rodríguez expressou claramente em nome do governo de Maduro que: “Há um contraste entre a Rússia e a China e o papel de alguns países que acumulam vacinas visando criar desequilíbrios e assimetrias em todo o mundo”.

O portal espanhol da RT ecoou os tweets que o ministro da Ciência e Tecnologia escreveu sobre a vacina em 30 de março e intitulou a notícia como: "Venezuela inicia estudos com a vacina russa EpiVacCorona". Estranhamente, publicou um artigo com uma manchete semelhante em 5 de maio, afirmando: "A Venezuela inicia os ensaios clínicos da vacina anticovid russa EpiVacCorona." Nesse caso, eles fazem referência à declaração de Delcy Rodríguez e a um tweet do embaixador russo na Venezuela.

Informações adicionais de três sites do governo foram analisadas:

Tabela 5: Sites governamentais

FONTE	WEBSITE
MINISTÉRIO DA SAÚDE	mpps.gob.ve
SISTEMA PATRIA	patria.org.ve
MINISTÉRIO DA COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO	minci.gob.ve

Em 4 de junho de 2021, um mês após a vacinação do embaixador russo na Venezuela, um acordo para exportar a segunda dose da vacina para a Venezuela foi anunciado durante o Fórum Econômico Internacional de São Petersburgo. Foi assinado por Carlos Alvarado, Ministro da Saúde, na presença de Gabriela Giménez, da Ministra da Ciência e Tecnologia e do Ministro da Indústria e Comércio da Rússia, Denis Manturov.

Em meio à desinformação que circulava sobre as vacinas, a única resposta do governo foi impor o bloqueio. Em comparação, a maioria dos países da região havia relaxado as medidas de bloqueio nessa época, de modo a mitigar os efeitos devastadores da pandemia na economia e

iniciar as campanhas de vacinação.

Durante a análise da resposta da mídia, a habitual cobertura ao vivo pela rede de TV estatal VTV do aeroporto de Maiquetia e os tweets de Nicolás Maduro ou Delcy Rodríguez não foram complementados por mais informações no site da VTV. No jornal Correo del Orinoco, o tema das vacinas só ganhou destaque depois da assinatura do acordo de exportação. Um breve artigo citou apenas a VTV como referência.

Ao analisar os dois meios de comunicação internacionais russos, a agência Sputnik e a RT, nenhuma cobertura detalhada foi encontrada sobre este tópico.

A agência Sputnik relatou apenas informações relevantes em torno das datas mencionadas. Quando o acordo de exportação foi assinado, Carlos Faría, embaixador da Venezuela em Moscou, foi entrevistado sobre a quantidade de vacinas a serem fornecidas. A resposta do diplomata foi: “os números são detalhes que estão sendo definidos agora”. Em outras palavras, o acordo foi assinado; mas as condições são desconhecidas.

Nesta revisão, foram examinadas informações de 13 fontes oficiais, começando com a mídia venezuelana e comparativamente incluindo a mídia na Argentina, México e Bolívia. Todos eles reproduziram a natureza incorreta das informações. A tabela a seguir lista as saídas incluídas nesta análise:

TABELA 6: Canais de mídia revisados

CANAL	WEBSITE
VTV	vtv.gob.ve
TELESUR	telesur.net
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	ultimasnoticias.com.ve
EL ESTÍMULO	elestimulo.com
TAL CUAL	talcualdigital.com
EFEECTO COCUYO	efectococuyo.com
EL ECONOMISTA	economista.com.mx
EL FINANCIERO	elfinanciero.com.mx
EL MUNDO	elmundo.com.bo
PAGINA SIETE	paginasiete.bo
LA NACIÓN	lanacion.com.ar
INFOBAE	infobae.com

A fonte natural de informação pública, neste caso, são os sites dos meios de comunicação. A cobertura da mídia local foi analisada e triangulada pela resposta da mídia na Argentina, Bolívia e México. Isso se traduz na reprodução de informações por 15 fontes de notícias primárias espalhadas por 12 sites de mídia e três sites oficiais do governo. O conteúdo revisado abrange 12 de agosto de 2020 a 13 de fevereiro de 2021, abrangendo o período desde os anúncios oficiais sobre a entrega da vacina até a data final de publicação deste relatório.

As datas principais incluem 11 de agosto de 2020, quando a Rússia anunciou a vacina Sputnik

e Maduro quase imediatamente expressou sua vontade de obtê-la. Em outubro, foi anunciada a assinatura do acordo para o envio de 10 milhões de doses à Venezuela. Em fevereiro de 2021, chegaram as primeiras 100 mil doses, mas não se sabe se o acordo será cumprido e quando chegarão as demais doses da vacina.

China

O traço de desinformação também se reflete na cobertura da mídia de notícias relacionadas à China. A suposta ajuda humanitária chinesa prestada a vários países da região foi elogiada pelo governo venezuelano como um ato de altruísmo.

Maggioreli (2019) observa que enquanto os EUA diminuíram a ajuda humanitária, militar e policial em seu quintal, a China tornou-se a principal fonte de apoio na região e aumentou sua ajuda e empréstimos aos governos latino-americanos. Ao longo do processo de pesquisa, os dados sugerem um tratamento especial dado às informações sobre a ajuda humanitária chinesa e a vacina Sinopharm. As informações de 14 veículos de comunicação do governo foram analisadas, desde 16 de março de 2020, quando a estratégia nacional de quarentena teve início, até setembro de 2020. Os sites oficiais dos Ministérios da Saúde, Economia e Relações Exteriores foram examinados para tentar identificar informações específicas sobre a ajuda humanitária. A tabela abaixo lista os meios de comunicação privados e públicos examinados:

Tabela 7: Veículos de comunicação que publicam notícias sobre a ajuda da China à América Latina

Canal	Website	Tendência
Últimas Noticias	www.ultimasnoticias.com.ve	Progob
Efecto Cocuyo	www.efectococuyo.com	Privado
El Universal	www.eluniversal.com	Privado
El Nacional	www.elnacional.com	Privado
Telesur	www.telesur.tv.net	Progob
Alba Ciudad	www.albaciudad.org	Progob
La Iguana TV	www.laiguana.tv	Progob
Correo del Orinoco	www.correodelorinoco.gob.ve	Progob
VTV	www.vtv.gob.ve	Progob
Runrun.es	www.runrun.es	Privado
La Patilla	www.lapatilla.com	Privado
El Estímulo	www.elestimulo.com	Privado
El Pitazo	www.elpitazo.net	Privado
Agência Venezuelana de Notícias (AVN)	www.avn.info.ve	Progob

A análise demonstra que os meios de comunicação estatais ecoam a propaganda oficial do governo. Os meios de comunicação privados possuem uma perspectiva igualmente acrítica em relação às informações fornecidas pelo governo, abrindo caminho para a divulgação da

desinformação em uma sociedade já devastada por complexas crises sociais, políticas e econômicas.

Além disso, a falta de transparência em relação à vacina Sinopharm é um dos exemplos mais óbvios de desinformação que persiste ao longo do tempo. É importante notar que em 1º de março de 2021, 500 mil doses da vacina chinesa chegaram à Venezuela, mas nem os sites do governo, nem os meios de comunicação públicos ou privados relacionados à governança de Chávez fornecem informações consolidadas sobre a distribuição da vacina. Esses sites também não especificaram se essas vacinas eram uma doação, embora a participação da Venezuela nos ensaios clínicos de Fase 3 tenha sido anunciada. As tabelas 8 e 9 abaixo descrevem os meios de comunicação e as fontes governamentais examinadas.

Tabela 8: Canais de comunicação analisados em relação ao Sinopharm na Venezuela

CANAL	WEBSITE
VTV	vtv.gob.ve
TELESUR	telesur.net
CORREO DEL ORINOCO	correodelorinoco.gob.ve
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	ultimasnoticias.com.ve
AGENCIA XINHUA	spanish.xinhuanet.com

Tabela 9: Fontes governamentais consultadas

FONTE	WEBSITE
MINISTERIO DE SALUD	mpps.gob.ve
SISTEMA PATRIA	covid19.patria.org.ve
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES	mppre.gob.ve
VICEPRESIDENCIA	Vicepresidencia.gob.ve
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS	mppef.gob.ve
MINISTERIO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN	minci.gob.ve

Além disso, um diretor da VTV anunciou uma semana depois que “professores de 250 escolas de Caracas receberam a primeira dose da vacina chinesa.”

A verdade é que o governo venezuelano deu prioridade especial à vacina Sputnik, apesar de as 10 milhões de vacinas prometidas não terem sido entregues e as segundas doses aguardarem centenas de milhares de cidadãos. Não houve a mesma precedência com a vacina Sinopharm e, como dito anteriormente, não se sabia se era uma doação. Isso foi verificado analisando o conteúdo de 10 fontes entre 1º de março e 3 de maio, incluindo sites oficiais do governo e meios de comunicação, bem como o site da agência Xinhua.

Uma postura anti-imperialista contra os EUA foi considerada proeminente nas comunicações sobre as relações da Venezuela com a Rússia, especialmente no contexto de qualquer evento

envolvendo Nicolás Maduro. As informações sobre a vacina chinesa são escassas, afóra o anúncio da chegada das vacinas e sua aplicação em 250 escolas de Caracas, sem maiores detalhes sobre o número de professores que receberam a vacina. Nem no site da agência de notícias Xinhua, nem nos sites dos subdomínios da Telesur há qualquer informação disponível sobre a vacina chinesa.

Da mesma forma, a narrativa a favor da Rússia e da China também se reflete nas críticas e denúncias em relação ao programa COVAX Global Vaccine e à Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS). De acordo com essas instituições, a exclusão da Venezuela do programa é justificada e a vacina AstraZeneca, a primeira vacina definida a chegar à Venezuela por meio deste programa, está desacreditada.

A reação do governo de Nicolás Maduro à possibilidade de fornecer 1,4 a 2,4 milhões de doses da vacina britânica AstraZeneca (AZ) por meio do programa COVAX não convence a muitos. O descredenciamento desta vacina promovida pelo governo não tem embasamento científico porque segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2021) o risco de desenvolver trombose com trombocitopenia é muito baixo. No Reino Unido, apenas quatro casos por milhão de adultos vacinados desenvolveram esses efeitos adversos. Portanto, foi recomendado que as autoridades estivessem alerta e realizassem análises de riscos e benefícios com base nas características específicas de cada país.

Seis sites do governo e seis meios de comunicação foram analisados de 19 a 31 de março de 2021. A análise revela a complexidade dos interesses políticos em torno da questão das vacinas e como isso pode refletir no governo de Nicolás Maduro. Parece que a entrada da Venezuela no programa COVAX pode ser considerada uma vitória do *chavismo*, já que foi tratada como uma proposta em conjunto com o “governo provisório” liderado pelo ex-presidente da Assembleia Nacional (Poder Legislativo e oposição) Juan Guaidó. No entanto, em paralelo à proibição da vacina AstraZeneca, o governo de Maduro anunciou que importaria a vacina russa EpiVacCorona.

Este é um achado importante que representa as extensas atividades de desinformação realizadas pelo governo venezuelano. Até mesmo as Forças Armadas Nacionais, por meio da Guarda Nacional Bolivariana, se envolveram nessa manobra ao promover intencionalmente artigos da VTV, rede de televisão estatal, no Facebook e no Twitter.

O décimo primeiro voo da China para a Venezuela chegou no dia 1º de março às 23 horas, transportando 500 mil doses da vacina Vero Cell produzida pela Sinopharm. O avião também carregava 17 toneladas adicionais de suprimentos para combater a pandemia da COVID-19.

O evento teve a cobertura das principais agências de notícias, em especial a EFE e a Europa Press — ambas entre os primeiros resultados de busca do Google na Venezuela. Também teve cobertura dos canais de televisão CNN en Español e RT Actualidad, bem como do site *Sputnik Mundo*. No entanto, não foi coberto pelo site da agência de notícias chinesa *Xinhua*. A última matéria publicada sobre os voos chineses para a Venezuela foi no dia 24 de fevereiro, quando pousou o 10º voo. Em vez disso, o que foi encontrado é um artigo sobre como a China está apoiando a América Latina em sua luta contra a COVID-19, reforçando a narrativa de que a China é um líder global em ajuda internacional. O jornal *Últimas Noticias* não poupou elogios

com a manchete "Vacinas chinesas dominam grande parte do mundo". Os seguintes meios de comunicação cobrindo a entrega de vacinas Sinopharm foram revisados:

Tabela 10: Veículos de comunicação que cobrem a entrega de vacinas Sinopharm para a Venezuela

Canal	Título
VTV	Chega insumos e primeira remessa de 500 mil vacinas contra a COVID-19 desenvolvidas pela China
Telesur	Venezuela recebe 500.000 doses da vacina anticovid chinesa
CNN	Venezuela recebe 500 mil doses da vacina chinesa Sinopharm
EFE	Venezuela recebe meio milhão de doses de vacinas contra a COVID-19 da China
Europa Press	Venezuela recebe meio milhão de doses de vacina chinesa contra a COVID-19
Finanzas Digital	Venezuela inicia vacinação de professores com vacinas chinesas Sinopharm
Últimas Noticias	As vacinas chinesas dominam grande parte do mundo
Actualidad RT	Venezuela recebe as primeiras 500 mil doses da vacina Sinopharm contra COVID-19 [sic]
Sputnik	Primeira remessa da vacina chinesa Vero Cell chega à Venezuela

Os dados foram obtidos usando a extensão Crowdtangle (plugin) para o Chrome em dois dias diferentes: 3 e 15 de março. Foram baixados os dados compartilhados de todas as contas do Facebook, bem como os dados das contas da Telesur e VTV do Twitter.

O achado mais interessante está nos dados baixados do artigo da VTV compartilhado via Twitter. Mostra que o artigo foi compartilhado por 59 contas militares venezuelanas vinculadas à Guarda Nacional Bolivariana (GNB). Muitas das contas também usaram emojis máscara facial (😬) e polegar para cima (👍), sugerindo que eles foram criados de acordo com instruções de algum tipo. A maioria dessas contas parece ser institucional, e há várias contas de comandantes e tenentes.

Tabela 11: Exemplos de contas militares

Usuário	Seguidores	Interações
Antidrogas GNB	3.090	22
GNB Sucre 😬👍	10.641	21
GNB D- 811 Faja Petrolífera 😬👍	1.600	20
👍😬DESUR-VIGIA👍😬	114	20
@1RACIA-DESUR👍😬	581	19
GNB ANZOALAB52	3.044	18
Gnb2daciaDesurLara	229	16
D.V.C N° 41 GNB😬👍	1.885	15

@IRACIA-DESUR 🍑👍	581	15
🍑👍DESUR-VIGIA 👍🍑	114	15
GNB PUEBLO FALCON 🍑👍	5.793	15

O artigo da VTV também foi o mais compartilhado no Facebook. Duas contas militares também se destacam: Milicia Bolivariana e FuerzasMilitares.org, embora este último seja uma revista colombiana independente que cobre temas de segurança e defesa.

Tabela 12: sites do Facebook que compartilharam o artigo da VTV

Sites do Facebook (página ou grupo)	Seguidores	Interações
VTVCanal8	601.687	1490
Seguidores de Ernesto Che Guevara	19.101	19
fuerzasmilitares.org	164.609	8
Revolucionários de Chávez e Bolívar	636	6
BOLIVARIAN MILITIA	6.414	6
RT (notícias internacionais em espanhol) [grupo não oficial]	12.675	0
Município Socialista de Trujillo	1.186	0
APOSENTADO E PENSIONADO DA VENEZUELA	106.994	0
Maracaibo Raya Maicao Travel	105.493	0

Esta análise expõe a diversidade de atores que participam de campanhas de desinformação e demonstra compromisso com o governo, a mídia governamental e até mesmo com as Forças Armadas nacionais. É evidente que, pela comunicação hegemônica, essas campanhas têm um efeito importante na população. A exibição do poder do governo nas redes sociais é evidente, como aconteceu entre 2015-2017, quando o governo conseguiu dominar a discussão no Twitter.

A GNB é o maior braço das Forças Armadas Nacionais depois da Milícia Bolivariana e do Exército. Este organismo militar, com toda a sua onipresença, possui contas no Twitter que servem para promover não só as suas atividades, mas também as do governo: não só as contas institucionais, mas também as dos militares ativos. Essas atividades estão fora da estrutura regulatória do país. Por exemplo, o artigo 330 da Constituição de 1999 da República Bolivariana da Venezuela proíbe as Forças Armadas Nacionais de participar de propaganda, militância ou proselitismo político.

Em contraste com os primeiros resultados da pesquisa sobre a promoção da GNB da vacina chinesa na mídia interativa, os dados de 40 contas identificadas no início foram baixados. As contas GNB identificadas foram:

Tabela 13: Contas da Guarda Nacional Bolivariana que promovem a vacina chinesa

Conta do Twitter	Seguidores	Seguindo
GNB Guardia del Pueblo	97.507	1.012
GNB Capital	37.469	1.203
GNB Anzoátegui	29.743	1.137
GNB Bolívar	25.776	894
Prefeito GNB Rivero	16.948	18.562

Quando as contas a seguir foram filtradas em relação aos seguidores das 40 contas selecionadas, verifica-se que não parece haver uma estratégia de seguir para seguir, dado que nem todas as contas seguem umas às outras. No entanto, o número de contas que são seguidas é certamente notável. O número total de contas de seguidores únicos é de 692 (de um total de 3.482 seguidores baixados de todas as contas), o que é uma particularidade que começou quando Hugo Chávez criou sua conta @chaveucedanga em 2010.

O que diz a análise de sentimento da vacina?

O objetivo desta seção é detectar se há um viés na análise de sentimento usando uma ferramenta desenvolvida para este projeto pelo Tecnológico de Monterrey. Esta ferramenta permite que você analise e visualize a emoção por trás de um texto (positiva, negativa ou neutra) e determine a possível intenção subjacente.

Foram baixados 3.200 tweets da conta Telesur Internacional e 3.200 tweets da conta Telesur Venezuela. Embora as duas contas pertençam ao mesmo meio, os tweets não são todos idênticos. Para o propósito desta pesquisa, selecionamos tweets discutindo especificamente as vacinas, dos quais apenas 254 resultaram em triunfos, 131 da Telesur Venezuela e 123 da Telesur Internacional. Tweets repetidos foram incluídos na análise de sentimento, pois são considerados parte de uma estratégia para entender a percepção geral de sentimento com base em mensagens idênticas.

Na análise de sentimento da conta do Twitter da Telesur foram consideradas as seguintes questões: É possível identificar viés de emoção nos tweets de um canal considerado informativo? Além disso, um preconceito existente torna possível identificar notícias falsas? É geralmente aceito que notícias falsas ou falsificadas usam a estrutura informativa da mídia ou o conteúdo sensacionalista de clickbait. O jornalismo pode ser sensacional, mesmo que não seja falso.

Foram aplicadas as ferramentas de léxico VADER e NRC Emolex, além da interface de programação de aplicativos (API) TextBlob.

Quando a análise foi realizada com o léxico VADER, que produz resultados rotulados como positivos, negativos e neutros, é evidente que as mensagens são principalmente neutras. A coluna neutra deu uma classificação de 1 a 87 de 254 valores, o que significa que em uma escala de 0 a 1, eles são completamente neutros. No entanto, o valor total médio é 0,924. As ferramentas não identificaram evidências de linguagem que pudessem refletir uma tendência positiva ou negativa no grupo de tweets sobre a vacina.

das atividades de desinformação. Aliados da mídia governamental como Últimas Noticias, Telesur, La Iguana TV, Correo del Orinoco, VTV, Diario Vea, Ciudad Caracas, Agência Venezuelana de Notícias, Globovisión e TVES foram analisados. Os últimos casos estudados foram relativos à desinformação sobre os embarques de petróleo venezuelano, os Republicanos (um grupo alternativo de direita), bem como o caso dos Centros de Diagnóstico Integral (CDI) como parte de um sistema de saúde paralelo implantado há 18 anos pelo então presidente Hugo Chávez. As contas vinculadas a esta iniciativa também difundiram a desinformação através de slogans socialistas, destacando sobretudo a suposta solidariedade cubana com a Venezuela.

O caso dos embarques de petróleo da Venezuela para a China é um exemplo claro da obscuridade do governo venezuelano e da falta de resposta da mídia em questões vitais. Isso cria um perigoso quebra-cabeça de informações incorretas, que limita o direito dos cidadãos à informação. O caso se refere à informação divulgada pela Reuters e Bloomberg sobre o embarque de petróleo venezuelano com mediação da China.

Foi realizada uma revisão das publicações entre 30 de novembro e 6 de dezembro de 2020. Essas publicações pertencem a oito veículos de comunicação, incluindo a agência de notícias *Xinhua*. É perceptível que a ajuda da China não é mencionada na mídia governamental, o que mostra que a promoção desse apoio não faz parte da técnica de propaganda da aliança. Os meios de comunicação examinados estão descritos na tabela abaixo.

Tabela 14: Meios de comunicação examinados para cobertura de embarques de petróleo da Venezuela com mediação chinesa

CANAL	WEBSITE
AGENCIA XINHUA	spanish.xinhuanet.com
TELESUR	telesur.net
VTV	vtv.gob.ve
ÚLTIMAS NOTÍCIAS	ultimasnoticias.com.ve
EL ESTÍMULO	elestimulo.com
EL UNIVERSAL	eluniversal.com
EL NACIONAL	elnacional.com
EFFECTO COCUYO	efectococuyo.com.ve

Isso reforça a narrativa oficial, que explica que o colapso da Petróleos de Venezuela (PDVSA) é resultado de sanções do governo dos Estados Unidos. A partir dessa única afirmação, já podemos corroborar elementos de desinformação divulgados pelo governo venezuelano na forma de propaganda. Nessa mesma perspectiva, afirmam estar vivendo e travando uma guerra assimétrica, da qual o governo de Xi Jinping se une à Venezuela como aliado.

Outra questão é o grupo denominado Los Republicanos — termo que significa "cidadãos destacados e versados em assuntos de Estado e questões políticas" — que se definem como um movimento político e não como um partido. Eles acreditam que a solução para a Venezuela é uma intervenção militar dos Estados Unidos e consideram grande parte da oposição venezuelana uma farsa. Eles foram os últimos a reconhecer que Trump havia perdido uma eleição, ou melhor, que Biden chegaria ao poder. Eles veem a intervenção do filantropo George

Soros em tudo e são influentes nas redes sociais.

Alberto Franceschi, representante do Partido do Projeto Venezuela (centro-direita) no extinto congresso venezuelano (como era anteriormente chamado o poder legislativo), é um dos membros mais proeminentes do movimento de direita alternativa. Franceschi conduz conteúdo tanto no site do movimento quanto no canal no YouTube. Em seu canal de vídeo pessoal, ele tem 32.000 seguidores.

Humberto González é outro líder visível dos Republicanos, com 565.000 seguidores no Twitter. No final de 2020, antes das eleições presidenciais dos Estados Unidos, ele havia estimado em 615.000 seguidores. Ele foi considerado membro de uma rede de venezuelanos que apoiava Donald Trump como presidente e candidato, e até se juntou à campanha de comunicação de Trump para contestar as acusações de fraude eleitoral contra ele. Ele também é colunista do semanário *La Razón*.

Franceschi e González não são os únicos; no entanto, eles são os Republicanos mais conhecidos. No site da Republicanos há um grupo de pessoas que está constantemente postando e comentando, incluindo ativistas de outros países da América Latina.

Os Republicanos têm contas pessoais e institucionais no WhatsApp, Telegram, YouTube, Twitter, Parler e Gab (essas duas últimas redes são famosas nos Estados Unidos por abraçarem figuras de extrema-direita e grupos proibidos por outras plataformas). Eles têm conexões com canais de notícias, como Parte de Guerra, que tem mais de 36.000 assinantes e mais de seis milhões de visualizações desde 2014.

Em comparação, *Efecto Cocuyo*, um meio de comunicação venezuelano independente que também está no YouTube desde 2014, mal ultrapassa 5.000 assinantes e 900.000 visualizações de vídeo. O Freedom Post, um veículo relacionado que surgiu este ano, começou com 100.000 visitas segundo a análise da Similarweb na Internet realizada em janeiro deste ano. Agora, o número de visitantes é inferior a 50.000, o que pode ter sido influenciado pela mudança do algoritmo do Google que ocorreu este ano.

O último caso estudado foi o do CDI, que faz parte do sistema de saúde paralelo criado pelo *chavismo*, apesar da existência formal e funcional de um sistema público de saúde desde o primeiro terço do século 20.

É importante esclarecer que as chamadas “missões” são programas de assistência social criados pelo governo de Hugo Chávez a partir de 2003 para enfrentar a exclusão social, mas também para controle social da população em situação de pobreza. A missão Barrio Adentro é uma estratégia para levar profissionais de saúde a bairros pobres das cidades para oferecer cuidados de saúde com a ajuda de trabalhadores cubanos. Este programa foi criado apesar de já existir uma extensa rede de ambulatórios e centros de saúde primários, bem como pessoal de saúde local qualificado.

A Venezuela não só comprou os serviços de Cuba para construir a missão Barrio Adentro, mas também começou a controlar a mídia interativa associada a este programa de bem-estar social. A Venezuela comprou serviços de Cuba que nem produzia para criar e operar a rede Barrio

Adentro. Além disso, o governo mantém uma rede de propaganda para convencer os venezuelanos de sua solidariedade.

A investigação teve como objetivo identificar o verdadeiro alcance das contas do Twitter vinculadas ao CDI e à Missão Médica Cubana. Estatísticas de usuários de 14 contas de CDI em toda a Venezuela foram baixadas. São contas que promovem a hashtag #BarrioAdentro18Aniversario e variam de dezenas a algumas centenas de seguidores. Essas contas estão listadas abaixo.

Tabela 15: Usuários, seu número de seguidores, contas que seguem e seguidores do CDI

Usuário	Seguidores	Seguindo	Seguidores do CDI
@cdipuertadelli1	121	25	46
@CDI arenas	364	262	46
@CdiMichelena	22	79	16
@CdiLibertador	531	387	21
@cdihiguerote3	n.a.	n.a.	58
@CdiGilberto	271	156	19
@CDIelRosario	67	77	16
@cdicorpo11	232	181	50
@cdicarvajal	73	27	3
@CdiBocono	10	4	8
@CDI Tariba	32	2	2
@cdi suiza	99	99	42
@CDI feyalegria	914	1.751	53
@CdiLagunas	189	201	47
@cdi sucre	53	226	9

Entre todas essas contas, há 1.431 contas únicas que incluem indivíduos, centros de saúde pública e contas Cuba Cooperera, como são chamados os usuários do programa de cooperação médica internacional de Cuba — ou Missão Médica Cubana. Cuba Cooperera tem contas no Twitter por estado e missão.

Após examinar as 14 contas mencionadas acima, descobrimos que existem até 114 contas únicas de CDI na missão Barrio Adentro. Em 2009, havia 499 CDIs na Venezuela, segundo fontes do Barrio Adentro.

Sem dúvida, o número de contas que indicam Cuba como sua localização também é curioso, pois no Twitter a localização pode significar que o usuário é originário ou atualmente se encontra no país mencionado no carimbo de data/hora da postagem. Com isso em mente, mais de 370 das 956 contas afirmam que estão localizadas em Cuba. Isso significa que um terço do total de seguidores não são venezuelanos.

Em geral, as contas do Barrio Adentro estão cheias de slogans socialistas, Fidel Castro, jalecos brancos (alusivos aos médicos do Barrio Adentro) e insistência na suposta solidariedade de

Cuba com a Venezuela. Além disso, a bandeira cubana aparece nas fotos de perfil dessas contas, por isso é evidente que fazem propaganda em favor do Bairro Adentro.

Estudo de Caso Especial: Protestos na Colômbia

Em 2019, a Colômbia foi abalada por violentos protestos que ressurgiram em 2021 como resultado de uma proposta extemporânea de reforma tributária proposta pelo governo do presidente Duque, que foi imediatamente retirada. No entanto, o pavio já estava aceso e logo se espalhou em protestos sociais que condenaram as profundas desigualdades que persistem.

No contexto desta agitação, numerosas contas de abusos policiais e uso excessivo da força foram relatados, assim como desinformação. Para este estudo de caso, foram examinadas hashtags relacionadas aos protestos na Colômbia. As principais hashtags datadas entre 29 de maio e 7 de junho foram identificadas com base no índice Trendinalia. Hoaxy também foi usado para baixar dados para identificar conexões de hashtag. O aplicativo Vicintas foi usado para baixar tweets de uma hashtag específica. Hoaxy geralmente identifica pouco mais de 1.000 relacionamentos com hashtags por pesquisa, e cerca de 2.000 tweets foram baixados através da Vicintas. Todos os downloads do Hoaxy são da pesquisa #ParoNacional + data (dia + letra inicial do mês), portanto, as hashtags variaram de #ParoNacional29M a #ParoNacional7J.

Para este caso, foi decidido que nenhuma conta oficial do governo seria usada nesta análise. Foi realizada uma análise cruzada de dados usando tweets com hashtag e filtro específicos da Venezuela (no Twitter a localização é definida, não geolocalização, a menos que o usuário da conta ative esta função).

176 contas foram vinculadas às quatro tendências de hashtag a seguir: #ColombiaResiste, #CaliResiste, #DuqueAssino e #SOSColombiaNosEstanMatando.

Embora o foco da análise fosse nas contas que identificaram sua localização como a Venezuela, uma conta específica se destacou. Esta conta teve 69 tweets, retweets ou tweets citados e pertence a um venezuelano que tuíta de Nova York e interage *com* intelectuais do chavismo como Roberto Hernández Montoya. Este usuário conhecido como Prometeo @AntonioM646, publica muitas fotos e comentários sarcásticos e é uma das contas identificadas como mais influentes no contexto deste estudo de caso.

Definimos contas de cyborgs como aquelas que compartilham características semelhantes aos bots, mas são gerenciadas por humanos agindo de forma orquestrada para alimentar campanhas de mensagens. Eles também podem ser automatizados até certo ponto, por exemplo, ao retuitar postagens de certas contas. A maioria das contas encontradas parecem ser contas de cyborgs, com pessoas executando-as nos bastidores.

Em suma, sejam expressamente organizados ou não, é evidente que há tentativas *chavismo* de influenciar a política de outros países; neste caso, o da Colômbia. É importante observar que a Colômbia e a Venezuela são países irmãos com fortes laços culturais, históricos e econômicos. A Colômbia sempre foi um ator importante na política interna e externa da Venezuela.

Para os EUA, a Colômbia é o aliado mais importante e confiável da região. No contexto da crise venezuelana, a Colômbia recebeu o maior número de migrantes venezuelanos e desenvolveu uma ampla estratégia diplomática visando encontrar oportunidades de negociação para acabar com a crise. Um período de instabilidade política ou uma eventual substituição do governo Duque antes do final do mandato enfraqueceria a posição firme da Colômbia contra o governo Maduro e sua liderança internacional. Além disso, se as maiores potências da região, como México e Argentina, atualmente governados pela esquerda, continuarem evitando questionar o regime venezuelano, a pressão regional por mudanças políticas na Venezuela diminuirá notavelmente.

As redes sociais estão desempenhando um papel mais importante na expressão da agitação social, como visto durante a Primavera Árabe há mais de dez anos. Na América Latina, os movimentos sociais se organizam por meio das redes sociais, por isso se tornam um terreno fértil para a desinformação e a promoção de movimentos anti-sistêmicos.

Até poucos anos atrás, a Rússia não tinha grande relevância na região além da venda de armas para vários países. No entanto, recentemente ampliou sua influência através de campanhas de desinformação sem investir muitos recursos humanos, financeiros ou tecnológicos, e está tendo um impacto importante na opinião pública e, conseqüentemente, nas perspectivas para o futuro político da região.

Análise Geopolítica

O governo do presidente Maduro começou em 2013, após uma polêmica vitória de 1,49 por cento sobre o candidato da oposição Henrique Capriles. Durante esse tempo, a tendência autoritária do governo ficou mais forte. Maduro, ao contrário de Chávez, nunca teve um apoio popular avassalador, então seu governo compensou sua falta de legitimidade democrática com o uso da força.

Para Jacome (2016), a virada do governo para um autoritarismo mais aberto foi o triunfo da campanha pró-democrática do partido Mesa Redonda da Unidade Democrática (MUD) nas eleições legislativas de 2015. Isso resultou em maior deterioração das instituições, bem como maior controle do Poder Executivo, de modo a limitar as funções e capacidade do novo poder legislativo do partido da oposição. Jacome argumenta que esse controle foi fortalecido com o aumento da militarização e o adiamento das eleições nacionais.

Esse autoritarismo tornou a crise venezuelana mais visível para o mundo e iluminou as possíveis conseqüências de um êxodo em massa de venezuelanos na região.

A intervenção da comunidade internacional começou em 2002-2003, quando a oposição iniciou uma insurreição para destituir o ex-presidente Chávez. A Organização dos Estados Americanos (OEA) participou de um Fórum de Negociação e Acordo. Infelizmente, a comunidade internacional não monitorou o cumprimento dos acordos por parte do país e todos os esforços foram em vão. A revocação do referendo de 2004 foi tarde demais e o país ficou ainda mais polarizado.

Hoje, o ambiente geopolítico é muito mais complexo. A mudança da política externa venezuelana para um panorama multipolar permitiu estreitar as relações com a Rússia e a China em detrimento da relação anterior com os EUA que existiu durante o período democrático na Venezuela (1958-1998).

Bravo (2011) explica que a política externa do país evoluiu desde 2002 para desafiar os EUA através de sua diplomacia do petróleo, projetando influência internacional em apoio a um sistema internacional multipolar. Ao mesmo tempo, e praticamente desde o início de seu governo, o presidente Chávez buscou uma reaproximação com a Rússia de Putin sob essa retórica da multipolaridade. Como resultado, a Rússia se tornou um dos aliados mais próximos da Venezuela nos domínios militar, econômico, comercial e até científico. Essa ampla cooperação permitiu à Rússia consolidar sua presença na região, além da venda de armas a diversos países.

Da mesma forma, a diplomacia do petróleo permitiu ao então nascente *chavismo* tecer uma rede de apoio com os governos de esquerda da região — começando com Cuba, mas também com Argentina, Brasil, Bolívia, Equador e Nicarágua. *O chavismo* pretendia criar a Aliança Bolivariana para os Povos da Nossa América (ALBA) como alternativa ao que Chávez chamou de integração neoliberal na região.

Esta e todas as iniciativas multilaterais lideradas pelo *chavismo*, como a Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos (CELAC) e a União de Nações Sul-Americanas (Unasul) quebrou assim que o preço do petróleo, seu principal recurso que sustentava lealdades políticas, caiu. Da mesma forma, vários governos de esquerda que entraram na segunda década do século deram lugar a governos liberais que se desvincularam dessas organizações criadas por Chávez porque careciam de institucionalização e propósito além de promover o discurso de Chávez e a indústria do petróleo.

Nesse contexto, a narrativa anti-EUA do governo venezuelano tem sido incessante nos últimos 22 anos: denúncias de assassinatos, conspirações, ataques e invasões militares de toda espécie, tudo sem provas. Mais recentemente, o governo venezuelano culpou os Estados Unidos por suas dificuldades em lidar com a pandemia da COVID-19.

Os quatro anos do governo Trump e suas ameaças retóricas de invasão militar reforçaram a narrativa do governo venezuelano e contribuíram para a polarização da comunidade internacional, dificultando o consenso entre os diversos governos latino-americanos e europeus interessados em encontrar um caminho pacífico para o conflito resolução.

Atualmente, o presidente Biden enfatizou que os maiores desafios para a política externa dos Estados Unidos estão relacionados à Rússia e à China, afirmando claramente que os Estados Unidos se empenharão na defesa dos valores democráticos e dos direitos humanos em todo o mundo. Depois de quatro anos de os EUA se fechando para a política externa e abandonando espaços importantes na política global, lidar com a Rússia e a China não será fácil. Em seus primeiros discursos como presidente, Biden fez saber que os bons sentimentos com a Rússia acabaram e que a China representa uma ameaça para os EUA, assumindo assim uma postura mais confrontadora com as duas potências.

A Rússia de Putin é uma potência em declínio que não tem a estatura da ex-URSS e não pode competir com os EUA. A China é outra coisa. Seu crescimento econômico foi exponencial nas últimas duas décadas, desenvolvendo um sistema autoritário quase perfeito que não deixa espaço para dissidências e parece ter sido fortalecido pela pandemia da COVID-19. Por outro lado, a sua diplomacia discreta, respeitadora dos princípios da não intervenção, promove o seu modelo político na convicção da sua superioridade sobre o Ocidente. Esta é a narrativa preferida dos maiores porta-vozes do governo venezuelano: Nicolás Maduro, o vice-presidente Delcy Rodríguez e o chanceler Jorge Arreaza.

As vacinas Sinopharm e Sputnik têm sido decisivas na estratégia de desinformação que visa retratar o governo dos Estados Unidos como o principal adversário do povo venezuelano e a Rússia e a China como grandes benfeitores. A verdade é que se um processo de negociação falhar novamente, o autoritarismo venezuelano avançará ainda mais e terá consequências não só para o país, mas para a governabilidade democrática de outros países da região.

Conclusões

- A pesquisa reflete que os sites governamentais e os meios de comunicação públicos da Venezuela não dispõem de informações consolidadas e confiáveis sobre nenhum dos temas abordados, mesmo no que se refere à COVID-19, à aquisição de vacinas ou aos planos de vacinação.
- A destruição do tecido tradicional da mídia na Venezuela coloca a população em uma situação vulnerável no que diz respeito ao acesso à informação. À medida que o autoritarismo se aprofunda, os venezuelanos enfrentam sérias barreiras para acessar e comparar informações, permitindo que as campanhas de desinformação do governo tenham um impacto maior sobre a população.
- Na Venezuela, a deterioração dos serviços públicos, especialmente eletricidade e internet, impede o acesso dos cidadãos locais à informação.
- Os resultados desta investigação mostram que o governo venezuelano está realizando atividades de desinformação destinadas a enganar, confundir e promover a polarização social no país em torno de questões-chave como a COVID-19.
- Essas atividades estão vinculadas às agendas de desinformação de outros governos autoritários, como Rússia e China, que destacam a preocupação com o acesso dos países pobres às vacinas da COVID-19 e estão espalhando desinformação na Venezuela para promover seu modelo político como favorável, em oposição ao do Oeste (especificamente os EUA).
- Conforme aponta Milosevich-Juaristi (2017), a desinformação é uma estratégia constantemente utilizada pela Rússia, tanto no mercado interno quanto no exterior. Nesse caso, procurou desacreditar as vacinas ocidentais e duvidar de sua eficácia para promover a Sputnik. No entanto, não tem conseguido cumprir a entrega das vacinas; a

Venezuela ainda não recebeu o embarque das segundas doses da vacina.

- A China usa os mecanismos de relacionamento da Rússia com a Venezuela para penetrar na região e realizar suas próprias atividades de desinformação. No caso específico da vacina Sinopharm, ela usa a mesma estratégia da Rússia para espalhar informações imprecisas sobre todas as vacinas ocidentais e influenciar a opinião pública a favor de suas vacinas.
- A narrativa da mídia russa e chinesa retrata os dois países como aliados e amigos incondicionais da Venezuela diante do “bloqueio”, sanções e supostos atos de agressão impostos pelos Estados Unidos. Além disso, as autoridades venezuelanas adotaram a narrativa de que a China administrou com eficiência a pandemia.
- Ademais, como parte dessa narrativa, há evidente parcialidade e favoritismo em relação à Rússia e sua assistência vacinal à Venezuela na esteira da COVID-19.
- A desinformação gerada pelo governo da Venezuela e seus aliados Rússia e China contribuíram para o desmantelamento da democracia no país.

Recomendações

- O avanço do autoritarismo requer o fortalecimento da sociedade civil por meio da criação de redes que incluam diversos atores sociais para gerar estratégias colaborativas. Além disso, os doadores internacionais desempenham um papel importante ao chamar a atenção para a questão e apoiar o fortalecimento da sociedade civil.
- A capacitação não é uma competência exclusiva de comunicadores e acadêmicos. É essencial que os cidadãos entendam o assunto. Um aspecto a ser considerado seria a criação de cátedras de desinformação em instituições de ensino, com o apoio de ONGs e em um marco de cooperação internacional. No contexto da Venezuela, as ONGs teriam mais destaque, dado que as instituições de ensino superior estão prestes a fechar devido à diminuição do corpo docente e discente, cortes no orçamento e falta de autonomia dos professores.
- A proeminência da informação russa e chinesa deve ser enfrentada promovendo mais veículos de mídia digital independentes e comprometidos com a liberdade de expressão e informação.
- Romper a bolha de informações é uma obrigação. Um processo de negociação sobre a mera realização de eleições livres não é suficiente para promover a democracia na Venezuela. Também requer a reconstrução do tecido social, em que as ONGs desempenham um papel central no aumento da transparência governamental, despolarização da sociedade e promoção de valores como a tolerância.

- A América Latina está passando por um momento difícil. A democracia está em jogo. Países como México, Argentina, Peru e Brasil estão passando pela debilitação de instituições que eram desafiadoras de construir. Por outro lado, Venezuela, Nicarágua e Cuba estão cada vez mais autoritários. Nesse contexto complexo e visando promover o multilateralismo e a agenda democrática do presidente Biden, os EUA devem trabalhar não só com os governos, mas também com a sociedade civil para combater a desinformação e fortalecer o ecossistema da mídia privada.

O Apêndice pode ser acessado em: <https://theglobalamericans.org/disinformation-appendices/>.

Referências

Alianza Federalista (2021). Members of the Alianza Federalista. Official Website of the Alianza Federalista. <https://alianzafederalista.org/integrantes/index.html>

Animal Político [@Pajaropolitico] (September 1, 2021). @lopezobrador_ dará hoy su tercer informe de gobierno y para promocionarlo se difundieron 13 spots publicitarios. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Pajaropolitico/status/1433069113627267074?s=20>

Animal Político. (2021, July 14). Sensacionalistas, hipócritas y una vergüenza', así han calificado a periodistas y medios en la sección 'Quién es quién'. Animal Político. <https://www.animalpolitico.com/elsabueso/periodistas-medios-seccion-quien-es-quien-conferencia-amlo-estigmatiza/>

Barrie, C., & Siegel, A. (2021). Kingdom of Trolls? Influence Operations in the Saudi Twittersphere. Journal of Quantitative Description: Digital Media, 1. <https://doi.org/10.51685/jqd.2021.012>

BBC News (2018, May 30). Mexico election: Concerns about election bots, trolls and fakes. BBC Monitoring. <https://www.bbc.com/news/blogs-trending-44252995>

Belaunzarán, F. [@ferbelaunzaran]. (January 28, 2021). La enfermedad recuerda su condición humana al poderoso. Aunque @lopezobrador_ no deambulará buscando cama ni irá al mercado negro de tanques de oxígeno [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/ferbelaunzaran/status/1354779162796417034>

Centro Prodh [@CentroProdh] (September 1, 2021) 📍 Durante el #TercerInforme de gobierno, el presidente Andrés Manuel López Obrador afirmó que, en México, ya no se violan #DerechosHumanos. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/CentroProdh/status/1433109812108308487?s=20>

Conexiones (2021, January 28). COVID en AMLO: Una bala en el pie. Columna de opinión. Opinion column. <https://conxiones.com/covid-en-amlo-una-bala-en-el-pie>

Edelson, L. [@LauraEdelson2] (August 3, 2021) This evening, Facebook suspended my Facebook account and the accounts of several people associated with Cybersecurity for Democracy, our team. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/LauraEdelson2/status/1422736706554433538?s=20>

El Universal. (2021, August 31). AMLO llega a tercer informe con 61 mil afirmaciones falsas, el doble de Trump en todo su mandato. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/amlo-llega-tercer-informe-con-61-mil-afirmaciones-falsas-el-doble-de-trump-en-todo-su-mandato>

European Commission (2018). Action Plan against Disinformation. Shaping Europe's digital future: Policy and Legislation. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/action-plan-against-disinformation>

European External Action Service (EEAS) (2019). Rapid Alert System: Strengthening Coordinated and Joint Responses to Disinformation. Factsheet. https://eeas.europa.eu/sites/default/files/ras_factsheet_march_2019_0.pdf

Fogel, B. (Director) (2020). *The Dissident* [Documental]. U.S.: Orwell Productions.

Frenkel, S., & Kang, C. (2021). *An Ugly Truth: Inside Facebook's Battle for Domination*. Harper.

Friendly, M., & Wainer, H. (2021). *A History of Data Visualization and Graphic Communication*. Harvard University Press.

Funke, D., & Flamini, D. (2019). A guide to anti-misinformation actions around the world. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>

Gilbert, D. (2021, August 4). Facebook Just Suspended the Accounts of Some of Its Biggest Critics. VICE. <https://www.vice.com/en/article/n7bkg8/facebook-just-suspended-the-accounts-of-some-of-its-biggest-critics>

Government of Mexico (2020, September 25). Respetamos la libertad de expresión. Presidential conference. YouTube. <https://youtu.be/3qjxaheLZic?t=2783>

Hartmann, J., Huppertz, J., Schamp, C., & Heitmann, M. (2019). Comparing automated text classification methods. *International Journal of Research in Marketing*, 36(1), 20-38.

Jones, R. (2019, November 7). In Saudi Arabia, Twitter has become a tool to crack down on dissent. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/in-saudi-arabia-twitter-has-become-a-tool-to-crack-down-on-dissent-11573126932>

Kessler, G., Rizzo, S., & Kelly, M. (2021, January 24). Trump's false or misleading claims total 30,573 over 4 years. *The Washington Post*. <https://www.politico.com/story/2017/09/11/facebook-fake-news-fact-checks-242567>

Kong, S. (2020, December 11). Blue Sky: How's Twitter's project to decentralize itself going? *Decrypt*. <https://decrypt.co/51236/blue-sky-hows-twitters-project-to-decentralize-itself-going>

Matney, L. (2021, June 2). Twitter starts rolling out Birdwatch fact checks inside tweets. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2021/06/02/twitter-starts-rolling-out-birdwatch-fact-checks-inside-tweets/>

Merrill, J. B., & Tobin, A. (2019, January 28). Facebook Moves to Block Ad Transparency Tools — Including Ours. *ProPublica*. <https://www.propublica.org/article/facebook-blocks-ad-transparency-tools>

Milenio (2018, May 9). ¿Cuál es el origen de la palabra 'chayote' en el periodismo? *Milenio Culture*. <https://www.milenio.com/cultura/cual-es-el-origen-de-la-palabra-chayote-en-el-periodismo>

United Nations (2020). La ONU contra la desinformación sobre el COVID-19 y los ataques cibernéticos. Department of Global Communication. <https://www.un.org/es/coronavirus/articulos/onu-contra-desinformacion-COVID-19-ataques-ciberneticos>

Naughton, J. (2021, July 18). An Ugly Truth by Sheera Frenkel and Cecilia Kang review – Facebook’s battle for domination. The Guardian. <https://www.theguardian.com/books/2021/jul/18/an-ugly-truth-inside-facebook-battle-for-domination-sheera-frenkel-cecilia-kang-review>

Observatory on Social Media (2021). Botometer. <https://botometer.osome.iu.edu/>

Palatino, M. (2017, July 7). Philippine Senator Moves to Criminalize ‘Fake News’ — Could This Lead to Censorship? GlobalVoices. <https://globalvoices.org/2017/07/07/philippine-senator-moves-to-criminalize-distributing-fake-news-could-this-lead-to-censorship/>

Paterson, T. (2019, July 5). Indonesia’s ‘hoaxes’ go deeper than just disinformation. East Asia Forum. <https://www.eastasiaforum.org/2019/07/05/indonesias-hoaxes-go-deeper-than-just-disinformation/>

PBS NewsHour. (2020, October 28). Why we are so susceptible to misinformation. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=WPuCnkMF19g>

PBS NewsHour. (2021, July 22). Is Facebook putting company over country? New book explores its role in misinformation. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=37PdvmBcaSI>

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>

Office of the President (2020, April 2). Stenographic version of the morning press conference | Thursday, April 2, 2020. Government of Mexico. <https://www.gob.mx/presidencia/es/articulos/version-estenografica-de-la-conferencia-de-prensa-matutina-jueves-2-de-abril-de-2020?idiom=es>

Office of the President (2020, August 25). Stenographic version of the press conference with President Andres Manuel López Obrador on August 25, 2020. Government of Mexico. <https://www.gob.mx/presidencia/articulos/version-estenografica-conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-del-25-de-agosto-del-2020?idiom=es>

Proceso (2020, July 14). Bots para impulsar a Del Mazo inundan Twitter, revela estudio de Signa Lab. National. <https://www.proceso.com.mx/nacional/2020/7/14/bots-para-impulsar-del-mazo-inundan-twitter-revela-estudio-de-signa-lab-246118.html>

Romandía, S. (2021, September 3). La intachable metodología del Quién es Quién de AMLO. El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/opinion/sandra-romandia/la-intachable-metodologia-del-quien-es-quien-de-amlo>

Schwartz, J. (2017, September 11). Tagging fake news on Facebook doesn't work, study says. Politico. <https://www.politico.com/story/2017/09/11/facebook-fake-news-fact-checks-242567>

Signa_Lab (2020, July 14). PRI Edomex: nuevas formaciones digitales. First part. Western Institute of Technology and Higher Education (ITESO). <https://signalab.mx/2020/07/06/pri-edomex-nuevas-formaciones-digitales/>

Signa_Lab (2021). Investigación, experimentación y desarrollo tecnológico. Western Institute of Technology and Higher Education (ITESO). Available at: <https://signalab.mx/>

Straits Times. (2017, January 6). Indonesia to set up agency to combat fake news. The Straits Times. <https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/indonesia-to-set-up-agency-to-combat-fake-news-0>

Vicario, M. D., Quattrociochi, W., Scala, A., & Zollo, F. (2019). Polarization and Fake News: Early Warning of Potential misinformation Targets. *ACM Transactions on the Web*, 13(2), 1–22.

Villa y Caña, P., & Morales, A. (2021, June 30). AMLO presenta informe "Quién es quién en las mentiras de la semana." El Universal. <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/amlo-presenta-informe-quien-es-quien-en-las-mentiras-de-la-semana>

Waterson, J. (2019, January 27). Facebook restricts campaigners' ability to check ads for political transparency. The Guardian. <https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/27/facebook-restricts-campaigners-ability-to-check-ads-for-political-transparency>

Acuña-Alfaro, J. and Khoudour, D. (2020, January 31). Harnessing the potential of migration. Available at: <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/blog/2020/harnessing-the-potential-of-migration-in-latin-america-and-the-c.html>

United Nations Refugee Agency (2021). Situation in Venezuela, Available at: <https://www.acnur.org/situacion-en-venezuela.html>

Arvelaiz, M. (2021). Internet service in Venezuela: a viewpoint from public policy. Available at: <http://www.debatesiesa.com/el-servicio-de-internet-en-venezuela-una-mirada-desde-las-politicas-publicas/>

Medianálisis Civil Association (2018). *The house without paper: Venezuelan print journalism in danger of extinction*. Available at: <https://www.medianalisis.org/la-casa-sin-papel-periodismo-impreso-venezolano-en-peligro-de-extincion/>

Bisbal, M. (2011). The communications dimensions of the regime: Venezuela at the crossroads of its communications. *Communication: Venezuelan communication studies* N.º 158(2). 21-23.

Briceño, C. (2011). Venezuela's foreign policy in the times of socialism of the XXI century: Between autonomy and subordination to global capitalism. Available at: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/34496/articulo3.pdf;jsessionid=873F70>

[BCDFCA10B4ECC008FA031F654C?sequence](https://doi.org/10.1016/j.chaos.2021.110444)

Depablos, O. (2021). First quarter of the year registers more than 38,000 blackouts in the country. Available at: <https://cronica.uno/primer-trimestre-del-ano-registra-mas-de-38-000-apagones-en-el-pais/>

Ecoanalítica (2021). Migrants make sacrifices to guarantee remittances to their families in Venezuela. Available at: <https://www.descifrado.com/2021/02/27/migrantes-hacen-grandes-sacrificios-para-garantizar-remesas-a-sus-familiares-en-venezuela/>

Jacome, F. (2016). Venezuela. The decline of competitive authoritarianism. Available at: <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-seguridad/13011.pdf>

Olmo, J. (2019, April 4). Disinformation: concept and perspectives. *Elcano Royal Institute Analysis* N.º 41 Available at:

http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/ari41-2019-olmoromero-desinformacion-concepto-y-perspectiva.

Food and Agriculture Organization of the United Nations (2021) Global Report on Food Crises. Available at: <http://www.fao.org/americas/noticias/ver/es/c/1397849/>

World Health Organization (2021). Review of the Global Advisory Committee on Vaccine Safety. Available at:

[https://www.who.int/es/news/item/16-04-2021-global-advisory-committee-on-vaccine-safety-\(gacvs\)-review-of-latest-evidence-of-rare-adverse-blood-coa](https://www.who.int/es/news/item/16-04-2021-global-advisory-committee-on-vaccine-safety-(gacvs)-review-of-latest-evidence-of-rare-adverse-blood-coa)

Trepiccione, P. (2020). Conversations on disinformation in times of pandemic. Interviewed by Andrés Cañizalez. Andrés Bello Catholic University Publications. First Edition.

Andrés Bello Catholic University. Institute of Economic and Social Research (2020). Survey on Life Conditions. Available at: <https://elucabista.com/2020/07/07/encovi-ucab-venezuela-es-el-pais-mas-pobre-de-america-latina-y-el-perfil-nutricional-se-asemeja-a-paises-de-africa/>

We are social. (2020). 2020 Report. Available at: <https://wearesocial.com/es/blog/2020/01/digital-2020-el-uso-de-las-redes-sociales-abarca-casi-la-mitad-de-la-poblacion-mundial>

Alto-Analytics (2020). Protests in South America: An Analysis of New Trends in Digital Disinformation and Influence Campaigns. Alto-Analytics. https://www.alto-analytics.com/en_US/social-unrest-colombia-chile/

Brand, E., & Gomez, H. (2006). *Analysis of Social Media as a Research Methodology: basic elements and application*. [University of Antioquia] <https://bit.ly/2OMWcpb>

Carballal Cano, A. (2009). TeleSur: Building television for Latin American integration. *Latin*

American Studies, 24. <https://doi.org/10.22201/cela.24484946e.2009.24.20253>

Carty, J. W., & Terry, J. L. (1976). Cuban Communicators. *Caribbean Quarterly*, 22(4), 59–67. <https://doi.org/10.1080/00086495.1976.11829278>

Cook, S. (2020). Beijing's Global Megaphone: The Expansion of Chinese Communist Party Media Influence since 2017. Washington: Freedom House.

EuvsDisinformation. (2019, 04). 5 Common Pro-Kremlin Disinformation Narratives. <https://euvsdisinfo.eu/5-common-pro-kremlin-disinformation-narratives/>

Ramírez Hernández, E. B., & Salgueiro Marques, N. C. (2019). The online public debate in Cuba: interlocutors and politicization of conversations about migration on the Cubadebate website. *COMMONS*, 8(2), 80–121. <https://doi.org/10.25267/commons.2019.v8.i2.03>

Rodríguez Rojas, S. A. (2020). #Strike21November: a social media analysis of the interactions and protagonists of political activity on Twitter. *Análisis Político*, 33(98), 44-65. <https://doi.org/10.15446/anpol.v33n98.89409>

Rouvinski, V. (2020) The Russian “return”: five keys to understanding post-Soviet Russia's relations with Latin America and the Caribbean. *Fundación Carolina*, (36), 1-20. https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/07/DT_FC_36.pdf

Walker, C. & Ludwig, J. (2017) From ‘Soft Power’ to ‘Sharp Power’ Rising Authoritarian Influence in the Democratic World. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Introduction-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence.pdf>.

Ye P. & Albornoz L., (2018) “Chinese Media ‘Going Out’ in Spanish Speaking Countries: The Case of CGTN-Español,” *Westminster Papers in Communication and Culture* 13(1). p.81-97. DOI: <https://doi.org/10.16997/wpcc.277>.