

# **Em busca das fontes de ancoragem discursiva: análise de hiperlinks do coletivo *Estamos Juntos* no Telegram**

## **In search of discursive anchorage sources: analysis of hiperlinks from *Estamos Juntos* collective on Telegram**

**Telma Johnson**

*Professora associada da UFJF e Doutora em Comunicação e Sociabilidade Contemporâneas pela UFMG.  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora (MG), Brasil.*

**Paulo Roberto Leal**

*Professor Titular da UFJF e Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ.  
Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora (MG), Brasil.*

### **Introdução**

O presente artigo analisa 1069 hiperlinks informacionais na plataforma Telegram do grupo *Estamos Juntos*, coletivo que se organizou em 2020 em torno da defesa da vida (ameaçada pela má gestão governamental na pandemia do coronavírus) e da ordem democrática (detratada por setores da extrema-direita brasileira próximos ao bolsonarismo). Em oposição aos discursos anticiência e antidemocracia presentes em manifestações pró-governo no início de 2020 (e reiterados desde então), o *Estamos Juntos* nasceu com o projeto de reunir pessoas e organizações ideologicamente diversas, mas unidas pela defesa da vida, da ordem constitucional e dos valores da democracia.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.64-85, set./dez. 2022

A escolha pela análise dos hiperlinks indicados nas conversações desse grupo no Telegram, entre 8 de junho e 6 de setembro, ancora-se em duas pretensões: por meio da compreensão sobre quais foram os recursos acionados nas interações tecnocomunicativas, buscava-se, por um lado, mapear as dinâmicas coletivas de organização da própria iniciativa; por outro, e principalmente, apontar rastros digitais, por meio dos links informacionais publicados, que poderiam servir de “trilhas associativas” – ou seja, ao analisar a quais fontes os links remetiam, seria possível discutir o endosso tácito ou explícito a certas instituições (em detrimento de outras), bem como depreender os processos de persuasão associados a essas escolhas.

Tal objeto configura-se, portanto, como instrumento útil para a revisitação do debate sobre os pesos relativos com que se apresentam diferentes atores nas plataformas midiáticas digitais – por exemplo, websites e portais de grandes grupos de comunicação, meios digitais alternativos, etc. – no processo de subsídio discursivo para o debate público e, conseqüentemente, para a (re)circulação de interpretações tidas como mais legítimas por determinadas parcelas da opinião pública.

### **A polarização política e as fontes informativas**

Conforme apontado por Primo (2011, p. 138), “não se pode levar ao extremo a ideia de perda de centralidade dos veículos jornalísticos de referência, a ponto de supor-se sua atual desimportância, tanto no que toca à seleção (filtragem) dos acontecimentos a serem publicados quanto à produção de notícias”, mas é necessário ressaltar que “o interagente consome informações de várias fontes: profissionais ou amadoras; de periódicos de renome ou de indivíduos desconhecidos; de grandes organizações ou coletivos alternativos” (p. 142).

Neste sentido, evidências sistemáticas vêm indicando que, em relação a temáticas políticas (como é o caso do grupo *Estamos Juntos*), cada vez mais tem sido verificada uma tendência de diminuição da presença do conteúdo produzido pela mídia tradicional como fonte prioritária de informação nas redes (MONT’ALVERNE; MITOZO, 2019; RECUERO; SOARES, 2020; PIAIA; ALVES, 2020; SANTOS; CHAGAS; MARINHO, 2022).

“Percebe-se que há um predomínio de redes sociais como principais fontes de notícias. Tendo o próprio WhatsApp figurado entre as principais fontes, percebe-se que há uma retroalimentação dos grupos

com os conteúdos produzidos por eles próprios”, apontam Camila Mont’Alverne e Isabele Mitozo (2019, p. 20), sobre o processo eleitoral de 2018. Para as autoras,

A concentração de conteúdo proveniente do YouTube também demonstra que as fontes tradicionais de notícias não receberam tanta atenção quanto as ferramentas digitais. A tendência parece ser de compartilhamento de conteúdo partidarizado, baseados na referida ferramenta. (p. 20)

No mesmo rumo, ao analisarem tema diverso (mas igualmente de natureza política), como desinformação sobre meio ambiente, Raquel Recuero e Felipe Bonow Soares (2020, p. 77) apontam a “relevância do conteúdo nativo do Facebook e do uso da multimodalidade. A maior parte do conteúdo que circulou na discussão analisada era oriunda da própria plataforma e acompanhada por vídeos ou imagens”. Igualmente, ao discutirem a informação circulante nos grupos bolsonaristas nas redes, Nina Santos, Viktor Chagas, Juliana Marinho sustentam que “o papel minoritário das mídias tradicionais como fontes de informação acionadas tanto diretamente (através de seus sites) quanto indiretamente, via mídias sociais como o YouTube” (2022, p. 18).

Portanto, o presente trabalho busca verificar se tal fenômeno se repetiu nos hiperlinks do Telegram do *Estamos Juntos*. Com isso, discute-se mais do que a mera conjuntura política do Brasil naquele momento ou mesmo a natureza do coletivo que ali se formava (mesmo que se discutam também esses elementos); trata-se de apontar de onde vieram informações basilares e, na perspectiva daqueles indivíduos e organizações em processo de diálogo no nascente grupo, quais vozes eram mais autorizadas e legitimadas como fontes de interpretação da realidade.

### **A emergência do *Estamos Juntos* no ecossistema midiático**

O grupo *Estamos Juntos* é descrito e analisado, a partir deste momento do trabalho, numa dupla dimensão empírica por meio da utilização de métodos digitais experimentais de observação, coleta, organização e análise de dados quali-quantitativos. Numa primeira dimensão, o grupo é identificado como uma das iniciativas que surgiram em 2020 no cenário brasileiro contra uma eventual ruptura institucional democrática, tendo como pano de fundo a crise sanitária global, particularmente agravada no país pelo negacionismo do poder político estabelecido no espaço público metatópico (TAYLOR, 2000).

Outros casos, por exemplo, foram o *Somos Democracia*, que nasceu de forma autônoma dentro da torcida de futebol do Corinthians Sport Club; o *Pacto pela Democracia*, composto por entidades de diferentes espectros e tradições, como Renova BR, Raps, SOS Mata Atlântica, ONG Sou da Paz, Rede Nossa

São Paulo, Instituto Vladimir Herzog, Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e Instituto Ethos; a hashtag *Somos 70 por cento*, em alusão à pesquisa DataFolha de 28 de maio de 2020 sobre os que consideraram o governo Jair Bolsonaro ruim, péssimo ou regular; a iniciativa de advogados e juristas *Basta!*.

Numa outra dimensão, relacional e comunicativa, o *Estamos Juntos* é compreendido como rede social com características próprias de estrutura, conteúdo, função (BOYD; ELLISON, 2007; JOHNSON, 2010; SIMMEL, 1910), influenciada por indeterminações, sobredeterminações e causalidades semicíclicas (DELEUZE; GUATTARI, 1996; SERRES, 1975). Nessa linha, consideramos ainda que a rede sociotécnica *Estamos Juntos* é movida por *affordances*, na perspectiva de Gibson (1986), ou seja, percebida como valores funcionais sob condições de possibilidades e constrangimentos situacionais.

A fase exploratória do estudo buscou apreender a formação e os recursos usados pela rede *Estamos Juntos* diante do isolamento social em meio à pandemia da SARS-CoV2-19 no Brasil. Essa fase levou às etapas seguintes de problematização e desenvolvimento da pesquisa, como nos deteremos mais adiante no trabalho. A iniciativa *Estamos Juntos* foi lançada em 30 de maio de 2020 com um manifesto de página inteira, publicado como informe publicitário em edições impressas de jornais brasileiros, assinado por políticos, artistas, intelectuais e empresários de diferentes espectros políticos.

Sob o título “Somos muitos”, o texto apresentou o grupo como “uma reunião de cidadãos, cidadãos, empresas, organizações e instituições brasileiras”, que faz parte da maioria dos que defendem “a vida, a liberdade e a democracia” (SOMOS MUITOS, 2020, p. A5). O manifesto posicionou ideologicamente a iniciativa como uma frente ampla suprapartidária: “Esquerda, centro e direita unidos para defender a lei, a ordem, a política, a ética, as famílias, o voto, a ciência, a verdade, o respeito e a valorização da diversidade, a liberdade de imprensa, a importância da arte, a preservação do meio ambiente e a responsabilidade na economia”. (p. A5)

O informe destacou em letras garrafais, no quadrante inferior à direita, a hashtag #JUNTOS, sem mencionar qualquer rede social específica, e, em menor escala, o website [www.movimentoestamosjuntos.org](http://www.movimentoestamosjuntos.org), criado para a coleta de assinaturas de apoio ao projeto. O site veio a ser referência para as primeiras tentativas de estruturação das bases e ações do *Estamos Juntos* com a divulgação de uma lista de grupos criados em 1 de junho no aplicativo de mensagens instantâneas

WhatsApp, separados pelos 26 estados brasileiros e o Distrito Federal, com respectivos hiperlinks de convites para adesão.

Em consonância com nossa agenda de pesquisa – identificar e mapear movimentos sociais e dinâmicas coletivas cognatas (DIANI, 2003) em seus estágios de latência surgidos no contexto da Covid-19 -, ingressamos em 27 grupos do WhatsApp. Entre 1 e 7 de junho, poucos registraram atividades, mas, no dia 8 de junho, mensagens começaram a chegar informando mudanças de rumos no projeto. O *Estamos Juntos* comunicava a abertura de um grupo que funcionaria de forma unificada no aplicativo alternativo Telegram, que vem ganhando popularidade no Brasil (MOGNON, 2021).

Os organizadores justificaram a substituição de aplicativos em função da decisão tomada pelo WhatsApp, à época, de fechar seus grupos para debates, permitindo apenas publicações de administradores. Também informavam que ficaram surpresos com o alto número de engajamentos, em curto espaço de tempo, e que o projeto ainda não tinha “braços” para gerenciar tantos grupos. Assim, os obstáculos encontrados pela política do WhatsApp de limitar grupos de até 256 pessoas foram contornados pela capacidade do Telegram de abrigar grupos maiores de até 200 mil pessoas.

Com o link-convite enviado pelo WhatsApp, acessamos o *Estamos Juntos* no Telegram em 8 de junho de 2020, às 17h49, quando já havia 3.389 membros inscritos. Uma mensagem administrativa, postada às 14h47, tratava do propósito, da descrição e da etiqueta de comportamento do novo grupo:

*Pessoal, estamos abrindo agora este grupo aqui para troca de mensagens e conversa entre os participantes. Pedimos desculpas pela demora! Não esperávamos engajar tanta gente, tão rapidamente, e tomamos tempo para conseguir nos organizar.*

*O movimento nasceu para juntar pessoas em defesa da vida, da liberdade e da democracia na grave crise que o país enfrenta. Aqui neste grupo, o objetivo é trocar conteúdos, ideias e propostas justamente sobre isso.*

*É importante que o debate seja respeitoso e construtivo. Por isso buscaremos vetar mensagens com tom ofensivo, agressivo e notícias falsas.*

*Queremos fazer um Brasil que nos traga de volta a alegria e o orgulho de ser brasileiro!*

As intensas, e muitas vezes acirradas, discussões que se travaram nas horas e dias seguintes entre os participantes diziam respeito aos mais diversos assuntos, a começar pela falta de familiaridade com o uso do aplicativo Telegram. Enumeramos aqui as mais comuns: 1) reclamações sobre a enxurrada de mensagens recebidas no Telegram, cujas funcionalidades eram desconhecidas por muitos, dificultando o

diálogo; 2) controvérsias pró e contra processos de *impeachment* do presidente Jair Bolsonaro; 3) polêmicas sobre os recursos que o grupo deveria mobilizar para além de “panelaços” domésticos; 4) críticas quanto ao caráter muito aberto do grupo, em que todos podiam postar; 5) impasse sobre a falta de direcionamento do grupo, principalmente de moderação nos debates.

Essa fase exploratória nos levou a perceber que a própria natureza emergente do *Estamos Juntos*, com indefinições, disputas e processos em devir, precisaria de uma estratégia metodológica que possibilitasse mapeá-lo pelos recursos acionados nas interações tecnocomunicativas. Assim, entendendo que bases ontológicas e construtos epistemológicos caminham juntos, trabalhamos com a perspectiva planificada, não dualista e não essencialista da Teoria Ator-Rede (TAR), que parte do pressuposto de que a natureza é constituída por complexas redes de relações negociadas entre agregados humanos e não humanos.

Desde o início dos anos 1980, a TAR questiona a teoria social tradicional, seu foco no antropocentrismo, e reivindica um lugar para a importância dos atravessamentos materiais no mundo social. No sentido gibsoniano sobre a capacidade de apreensão das informações pela percepção direta das propriedades de um objeto ou de um ambiente, Latour (2012) avança para argumentar que a TAR propõe a superação de incertezas pela adoção de posturas e práticas científicas que compreendam os meios não só como suportes intermediários, mas como agentes de mediação, significação e transformação. Como explica o autor, a TAR:

“Não é – a criação de uma “absurda simetria entre humanos e não humanos”. Obter simetria, para nós, significa não impor a priori uma assimetria espúria entre ação humana intencional e mundo material de relações causais. Existem divisões que não devemos ultrapassar, superar, reduzir dialeticamente. Elas precisam, isto sim, ser ignoradas e abandonadas a seus próprios recursos, como um castelo outrora formidável e hoje em ruínas. (p. 114)

Nesse sentido, endereçamos a questão sobre como o *Estamos Juntos*, no processo de apropriação das funcionalidades do Telegram, desvela rastros digitais (VENTURINI; LATOUR, 2019) sobre dinâmicas, práticas midiáticas e oscilações de valores. Partiu-se da premissa de que os territórios dos aplicativos de mensagens instantâneas são diferentes de plataformas abertas de mídias sociais como Facebook, Twitter, Instagram, etc. Como afirma Abdin (2019), numa sistematização de estudos globais sobre usos de tecnologias substitutivas dos tradicionais Short Messaging Services (SMS), baseados em texto, esses

serviços instantâneos ganharam popularidade nos países do Cone Sul, inclusive no Brasil, em função dos protocolos de criptografia ponta a ponta.

O desenvolvimento da pesquisa, nosso item a seguir, adota a abordagem dos métodos digitais, que trabalham com técnicas de pesquisa social e cultural a partir das especificidades das *affordances* da mídia online e dos rastros digitais produzidos pelas plataformas em sua mediação de ações coletivas (VENTURINI; GRAY; BOUNEGRU; ROGERS, 2018).

### **Em busca de rastros digitais e trilhas associativas do *Estamos Juntos***

A abordagem dos métodos digitais, introduzida por Rogers (2009), é um programa de pesquisa que distingue ontologicamente objetos, conteúdos, dispositivos e ambientes nativamente digitais daqueles digitalizados e migrados para a internet. Rogers (2009, p. 8) desenvolveu a noção de *online groundedness* (fundamentalidade online) para propor uma virada metodológica “num esforço de conceitualização de pesquisa que segue o meio, captura sua dinâmica, e faz afirmações fundamentadas sobre mudança societal e cultural”.

O princípio de “seguir o meio”, para além de seguir um grande volume de dados (big data), “é uma estratégia de pesquisa para lidar com a natureza instável e efêmera dos dados online” (p. 3), combinando estudos interessados em como a plataforma afeta a disponibilidade do conteúdo (pesquisa sobre o meio) e quais histórias o conteúdo conta em função dos efeitos da plataforma (pesquisa social).

Atualmente a web está se tornando um espaço para mais do que o estudo da cultura online. Em vez disso, tornou-se um site para estudar uma série de questões culturais e sociais, mapeando, por exemplo, 'preocupações do eleitorado' a partir das 'buscas que eles realizam' e 'a disseminação de argumentos ... sobre questões políticas e outras', entre outras questões sobre a sociedade em geral [...]. Claro, também continua sendo um site para estudar a cultura online e realizar pesquisas de mídia. Os métodos digitais são abordagens para estudar ambos, um ponto ao qual volto ao abordar a questão de saber se é possível remover artefatos midiáticos (como resultados de mecanismos de busca manipulados ou bots) e ter um objeto de estudo purificado. (p. 4)

A etapa de coleta de dados para o rastreamento dos objetos nativamente digitais (ROGERS, 2019) na estrutura do Telegram e da gramatização da ação (D'ANDRÉA, 2020) pelo *Estamos Juntos* foi realizada durante 13 semanas, totalizando 91 dias, adaptadas do calendário de notificação epidemiológica para o ano de 2020, abrangendo o período de 8 de junho a 6 de setembro. Por convenção internacional, as semanas epidemiológicas são contadas de domingo a sábado. Neste estudo, adaptamos para semanas de

segunda-feira a domingo, de acordo com a data de lançamento do grupo no Telegram, que ocorreu numa segunda-feira.

Ao contrário do WhatsApp, o Telegram é um serviço de mensagens rápidas baseado em nuvem, que permite acesso aos seus grupos e canais simultaneamente, por meio de vários dispositivos. Os canais são ferramentas para transmitir mensagens para grandes públicos e têm número ilimitado de inscritos, mas apenas o administrador pode publicar mensagens. Nos grupos todos podem publicar. Esses recursos possibilitaram monitoramentos diários do grupo *Estamos Juntos* pelo aplicativo, utilizando um aparelho de smartphone Samsung S9, e operações sistemáticas de extração de dados sincronizados por meio do Telegram Desktop para Windows x64.

A versão web permite exportar e armazenar no computador fotos, vídeos, mensagens de voz e de vídeo, stickers, gifs animados e arquivos de vários tipos (doc, zip, mp3, etc.), em formatos html e json, para visualização em navegadores, inclusive off-line. Em 6 de setembro, quando a coleta foi encerrada após a última postagem às 23h49, a ferramenta registrava um total de 2981 membros no *Estamos Juntos* (12,04% a menos que 8 de junho), 1033 hiperlinks compartilhados, 460 fotos, 91 mensagens de voz, 83 vídeos e 35 arquivos.

A constatação de alta incidência de hiperlinks compartilhados nos levou ao desenvolvimento de uma base de dados brutos com atributos relacionais granulados em cinco categorias:

1) quem postou - Esta categoria foi incluída inicialmente para viabilizar um construto baseado no modelo relacional. As identificações individuais das postagens foram anonimizadas, em etapas posteriores do trabalho, por não serem do interesse e do escopo desta pesquisa.

2) data/hora da postagem;

3) texto da postagem;

4) hiperlink extraído da postagem; e

5) assunto do hiperlink - Os arquivos extraídos do Telegram Desktop, após conversão do formato html para csv, passaram por processos de seleção e organização com auxílio do editor de texto Notepad++ e de planilha Excel, seguidos de técnicas de curadoria manual.



Na verificação dos 1033 hiperlinks capturados automaticamente, notamos um conjunto de 43 referências que classificamos como falso-positivas. Tratava-se de endereços eletrônicos (*Uniform Resource Locators*, URLs): 1) quebrados, que apontavam para assuntos diferentes dos indicados nos textos das postagens; 2) inexistentes, conhecidos no ambiente web como “Erro 404”; 3) com conteúdo publicitário; ou 4) para participação voluntária em pesquisa científica com seres humanos. Esses casos, por serem considerados “ruídos” para os propósitos da pesquisa, foram descartados.

O desenvolvimento da base também requereu identificar, nas mensagens, hiperlinks em forma de hipertextos (elementos intertextuais em destaque com links incorporados para conexões instantâneas) não detectados via recursos de localização do software Notepad++ pelas palavras-chave de protocolos de rede “http” ou “https” ou pelo caminho “www”, para torná-los visíveis e passíveis de análises pelos atributos das categorias 4 e 5 (acima citadas). A construção dessas categorias envolveu ainda reverter todos os links postados com o auxílio de ferramentas encurtadoras de URLs. Houve também registros de hiperlinks postados como objetos isolados, isto é, sem adição de conteúdo de contextualização.

Esses procedimentos de filtragem, corte e inserção resultaram num corpus de 1069 hiperlinks informacionais como unidades de análise. Hanada (2013, p. XIV), ao diferenciar o uso de links informacionais e navegacionais, explica que os primeiros referenciam “para outras páginas que se julga importantes que os usuários consultem, em razão do seu conteúdo”. Links navegacionais (HANADA, 2013), criados para que usuários possam abreviar o acesso entre seções de um mesmo site, são funcionalidades disponíveis na estrutura do Telegram, mas não estão no foco do nosso trabalho.

Ao sintetizar uma longa tradição de usos e contínuas transformações morfológicas dos hiperlinks na convergência midiática digital, Turow (2008) revisita a utilidade da noção proposta por Vannevar Bush, nos anos 1940, de links intertextuais como “trilhas associativas”. O autor afirma que hiperlinks instantâneos digitais, como trilhas associativas que funcionam como “forças básicas” que nominam e priorizam certas ideias e atores enquanto silenciam outras, “afetam o tamanho e a forma geral da esfera pública” (TUROW, 2008, p. 4). Como o autor argumenta:

Qualquer discussão sobre como promover uma sociedade saudável offline e online deve, portanto, prestar muita atenção aos links. O objetivo deve ser facilitar o compartilhamento mais amplo possível de informações variadas e confiáveis, a fim de encorajar grupos especializados e a sociedade como um todo a confrontar seu passado e presente em relação ao futuro. Com uma abundância de novas tecnologias de mídia e milhões de sites e blogs, seria fácil presumir que esse objetivo é iminente. No entanto, uma ampla

gama de críticos lamenta que esse não seja o caso. Alguns afirmam que tanto os setores convencionais quanto os não-estabelecidos da mídia digital têm como alvo pessoas que já concordam com eles, produzindo conteúdo que reforça, ao invés de desafia, seus pontos de vista compartilhados. (p. 4)

Nessa concepção, Halavais (2008) discute que, para além da definição de hiperlinks digitais como formas de citações automatizadas de fontes, é necessário compreender sua natureza, usos e implicações sociais em contexto, uma vez que seus significados não são universais nem permanentes. Ao comparar com a história das citações de fontes no mundo acadêmico, Halavais (2008) sugere que práticas de hiperlinkagem digital não são apenas formas de endosso ou reconhecimento de fontes, mas também de crítica, análise, contextualização e persuasão.

Para mapear as trilhas associativas do grupo *Estamos Juntos*, exportamos parte de nossa base de dados para o software Gephi para criar inicialmente uma rede bipartite estruturada por nós representativos de hiperlinks compartilhados e de atores responsáveis pelos compartilhamentos. Todos os hiperlinks receberam rótulos, a partir de suas informações de hospedagens e domínios. A partir da Análise de Redes Sociais (ARS), com base nas estatísticas e algoritmos de distribuição da rede original, criamos uma segunda rede, desta vez baseada apenas nas URLs e em seus rótulos, para uma análise mais específica de frequências sobre tipos de plataformas, fontes de informação e conteúdos temáticos com o emprego de técnicas de análise de conteúdo e das coocorrências (BARDIN, 2022) realizadas manualmente, para inferências comparativas semânticas.

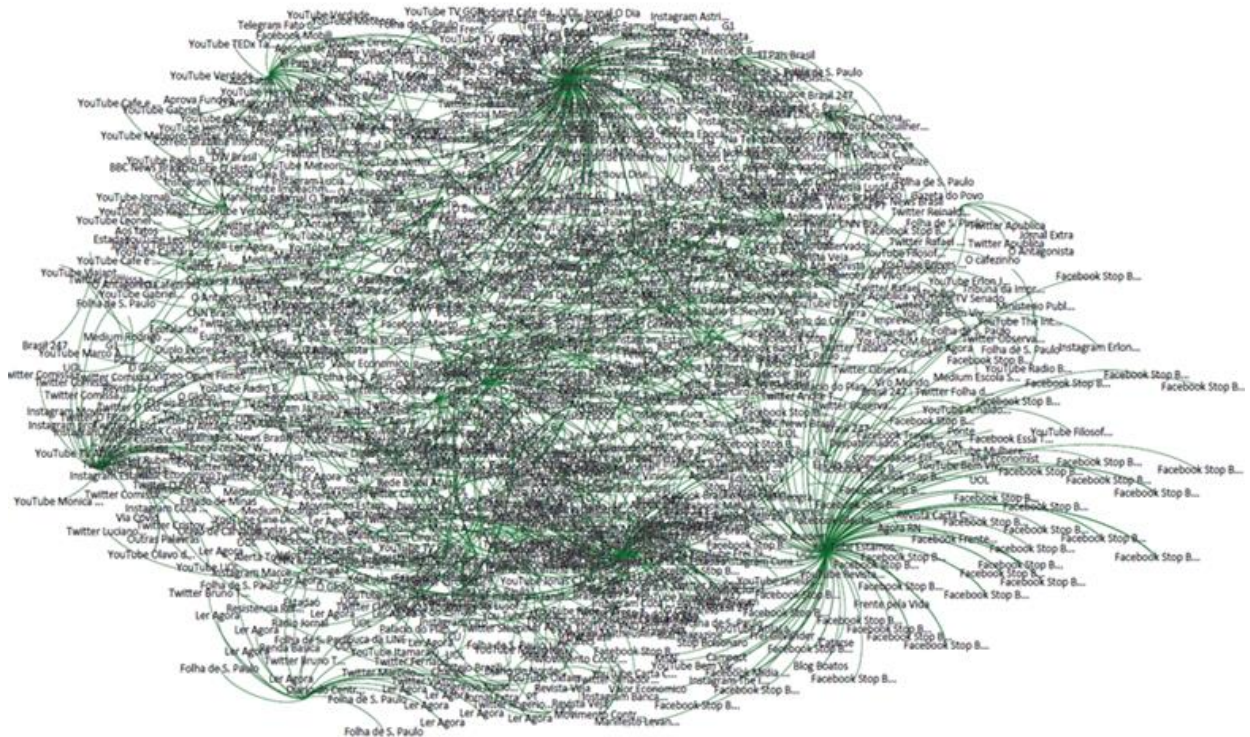
### Achados e análises

Em linhas gerais, o *Estamos Juntos* apresentou três picos de compartilhamentos de links válidos no período de dados coletados. O primeiro e mais elevado ocorreu entre 8 e 14 de junho de 2020, primeira semana de operação no Telegram, quando houve direcionamento para 178 links. A segunda alta, de 126 links, foi na terceira semana (22-28/junho). Esses compartilhamentos foram identificados como espontâneos. No último pico (31 de agosto-6 de setembro), o grupo já contava com uma equipe de voluntários responsável pela elaboração de clippings de notícias, tendo compartilhado 71 dos 118 links no período (60%). Os *clippings* começaram a ser distribuídos no grupo em 17 de agosto, via arquivos em .pdf, mas se transformaram em *clippings* com hiperlinks diretos a partir de 25 de agosto. Em ambos os casos, não havia uma periodicidade determinada.

A primeira representação geral da rede *Estamos Juntos* é uma estrutura bipartite formada por 1238 nós – envolvendo links compartilhados e atores responsáveis pelos compartilhamentos – com 1069 arestas que ligam esses nós. A primeira estatística que aplicamos foi a de Grau Médio, para identificar a quantidade de arestas que incidem sobre os nós, graus de entrada e saída, fluxos direcionais e nós com maiores e menores números de conexões. Em seguida, aplicamos a estatística de Diâmetro da Rede, que indica a distância de um nó de partida para o nó mais distante, com base no princípio da centralidade – o ponto da rede que concentra o maior número de recursos, funções e competências (BRANDES, 2001). A partir desse princípio, é possível identificar atores centrais, intermediários e periféricos.

O tamanho da rede apresenta diâmetro com índice 1, tendo o grau médio de 0.863 arestas entre os 1238 nós, o que significa um nível de proximidade direta entre os nós. As arestas representam citações aos 1069 links unidirecionais feitos pelos usuários, uma vez que, pela arquitetura do Telegram, as conexões não requerem aceitação ou conhecimento do referenciado, sendo possível formar trilhas associativas não recíprocas. As métricas dos graus de atividades dos 1069 nós, baseados na quantidade de linhas adjacentes, mostram que 957 deles (89,52% do total) incidiram em grau 1, pois receberam uma única citação. Esse fenômeno, chamado de trilha em análise de rede por ser uma caminhada que só ocorre uma vez (WASSERMAN; FAUST, 1994), é constatado pela taxa bastante elevada de diferentes categorias e arquivos indexados aos domínios-raiz.

A Figura 1 apresenta uma visão geral da rede. Para a sua construção, utilizamos o algoritmo ForceAtlas 2, um layout de força direcionada que simula um sistema físico de atração e repulsão. Depois aplicamos, nesta ordem, os algoritmos Contração, Não Sobrepor, Ajustar Rótulos, além de filtros para uma representação visual mais limpa. Para viabilizar uma identificação produtiva nesta etapa analítica, todos os nós relativos aos links receberam rótulos criados a partir das variações de informações presentes em suas URLs.



**FIGURA 1:** Grafo geral com as estatísticas Grau Médio e Diâmetro da rede Estamos Juntos

**Fonte:** Elaboração própria com o auxílio do software Gephi.

Um dos fatores que chama a atenção no grafo da Figura 1 é que, embora o grupo tenha iniciado com 3389 membros em 8 de junho e tenha sofrido uma pequena redução de 12% até o final da coleta de dados, o compartilhamento de links é uma prática de poucos atores. Os dados evidenciam que, dentre 169 usuários que compartilham links para vários ambientes digitais, apenas 15 deles responderam por 54,63% do total dos 1069 links compartilhados, incluindo as fases pré- e pós-criação da equipe de clippings de notícias. O grafo, assim, apresenta uma estrutura reticular descentralizada e espalhada, em função das muitas trilhas de links, ao mesmo tempo demarcada por graus de saída (*out-links*) de nós de usuários com alta concentração de conexões (cor verde).

Com base nos graus de atividades dos nós que indicaram alta pulverização na circulação informativa, calculamos a distribuição de frequências por tipos de plataformas que emergiram das 1069 unidades informativas já rotuladas, excluindo indexadores e identificadores de carregamento de arquivos em navegadores. Os links de saída da rede foram classificados por categorias midiáticas gerais baseadas no universo de sites web e de mídias sociais. Como mostramos a seguir (Tabela 1), os direcionamentos para websites representam um pouco mais do dobro de todos os sites de mídias sociais juntos.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

Tipos de plataforma	Número de links de saída	% do total
Websites	725	67,82
YouTube	133	12,44
Twitter	100	9,35
Facebook	60	5,61
Instagram	30	2,81
Medium	10	0,94
Telegram	06	0,56
WhatsApp	04	0,38
LinkedIn	01	0,09
<b>Total</b>	<b>1.069</b>	<b>100,00</b>

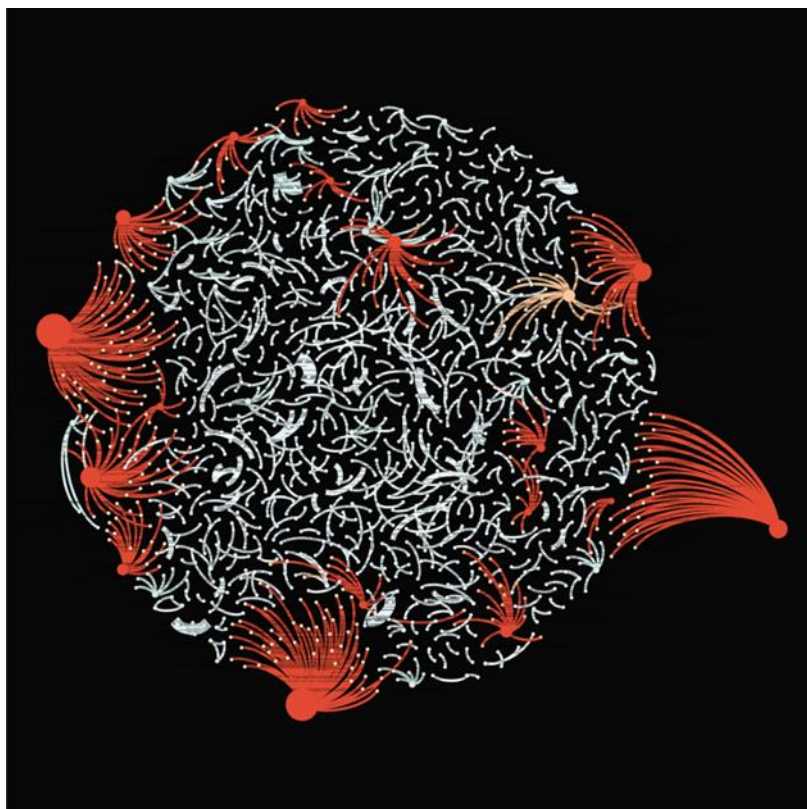
**TABELA 1:** Distribuição de frequências de links por plataformas midiáticas da rede

**Fonte:** Produzido pelos autores.

A partir desses dados, decidimos nos deter na análise de coocorrência entre os websites e as trilhas deixadas pela pluralidade de categorias e arquivos vinculados aos seus domínios-raiz, conforme mencionamos anteriormente. Nosso propósito foi compreender a quais fontes de informação a rede se associa e até que ponto a aparente pluralidade se traduz em diversidade, considerando que o projeto *Estamos Juntos* surgiu no espaço público se autopoicionando como uma frente ampla democrática e suprapartidária.

As métricas de coocorrências, com suas frequências de distribuição e dinâmicas dos agrupamentos de websites a partir da rede original que desenhamos, foram obtidas com o algoritmo de Modularidade do Gephi, que nos apontou um índice de 0.989 de distribuição de pesos em classes de clusters que totalizaram 484 comunidades. Como ilustramos na Figura 2, os agrupamentos mais expressivos em número de referências, com base em domínios-raiz, estão em tamanho maior e na cor vermelha no mapa de calor.





**FIGURA 2:** Agrupamentos de domínios de websites na rede *Estamos Juntos*

**Fonte:** Elaboração própria com o auxílio do software Gephi.

As evidências extraídas das análises de conteúdo dos maiores agrupamentos indicam um menu midiático com predominância de fontes de informação associadas a veículos da grande imprensa brasileira – caracterizada pela tradição de concentração empresarial e convergência ideológica à direita (JOHNSON; LEAL, 2019). Numa visão geral, como apresentamos na Tabela 2, o portal de conteúdo UOL e o jornal Folha de S. Paulo, que pertencem ao mesmo conglomerado de mídia Grupo Folha, encabeçam a lista das trilhas que receberam o maior número de referências na rede. Em seguida surgem o portal de notícias G1 e os jornais O Globo e Valor Econômico, do Grupo Globo, maior conglomerado de mídia da América Latina.

Uma segunda modalidade de agrupamentos que notamos é constituída por veículos da imprensa alternativa situados em diferentes espectros ideológicos. É o caso dos sites à esquerda Ler Agora, Diário do Centro do Mundo, Brasil 247, Portal Fórum e da agência de notícias The Intercept Brasil, vindo mais ao centro o Poder 360 e à direita O Antagonista e Agência MBrasil. Apesar da baixa representatividade, dois sites desse agrupamento são reconhecidos por fazer jornalismo investigativo. O Poder 360 faz parte do Consórcio Internacional de Jornalismo Investigativo (ICIJ), tendo participado dos Panamá Papers, Bahama Leaks e Paradise Papers, e o The Intercept Brasil, mais recentemente, trouxe à tona o escândalo brasileiro

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.64-85, set./dez. 2022

“Vaza Jato”, sobre vazamento de conversas no Telegram entre o ex-juiz Sérgio Moro e integrantes da força-tarefa da Operação Lava Jato.

A Tabela 2, que traz os resultados dos 21 websites mais referenciados na rede com suas 362 trilhas (54,76% do total de 725 links), mostra que há ainda uma terceira modalidade de agrupamento, representando operações jornalísticas internacionais que atuam no cenário brasileiro com produtos digitais em língua portuguesa mais diversificados e independentes. É o caso dos sites da BBC News Brasil (Reino Unido), El País Brasil (Espanha), DW Brasil (Alemanha) e CNN Brasil (Estados Unidos). No conjunto geral dos 725 websites, houve registros esporádicos de veículos jornalísticos alternativos segmentados, propositivos, colaborativos.

Domínios	Número de referências
1. Portal UOL	55
2. Folha de S. Paulo	51
3. Ler Agora	30
4. Portal G1	28
5. Brasil 247	27
6. O Antagonista	21
7. BBC News Brasil	20
8. O Globo	17
9. El País Brasil	15
10. Diário do Centro do Mundo	15
11. Portal Fórum	11
12. O Estado de S. Paulo	10
13. Valor Econômico	08
14. Correio Brasiliense	08
15. DW Brasil	08
16. Poder 360	07
17. Revista Veja	07
18. Agência MBrasil	06
19. CNN Brasil	06
20. Estado de Minas	06
21. The Intercept Brasil	06

**TABELA 2:** Os 21 domínios jornalísticos mais referenciados pela rede Estamos Juntos\*

(\*) Após os 21 domínios, a distribuição de frequências decresce de 5 para 1

**Fonte:** Elaboração própria.





- 2) **UOL (Coluna Rubens Valente):** “Ação sigilosa do governo mira professores e policiais antifascistas” (29/07/2020).

<https://noticias.uol.com.br/colunas/rubens-valente/2020/07/24/ministerio-justica-governo-bolsonaro-antifascistas.htm>

- 3) **Folha (Notícia):** “Impeachment de Bolsonaro é potencializar uma crise, diz Bruno Araújo, presidente nacional do PSDB – Tucano diz que partido será oposição ao presidente e que não quer entregar 'candidato pronto' em 2022” (13/06/2020).

<https://www1.folha.uol.com.br/amp/poder/2020/06/impeachment-de-bolsonaro-e-potencializar-uma-crise-diz-bruno-araujo-presidente-nacional-do-psdb.shtml>

- 4) **Folha (Editorial):** “Jair Rousseff - Quebra do teto seria contratar crise futura em que pobres e presidente perderiam” (22/08/2020).

<https://www1.folha.uol.com.br/opiniao/2020/08/jair-rousseff.shtml?origin=folha>

### Considerações finais

Uma característica importante verificada no corpus analisado do grupo *Estamos Juntos* é que sua estrutura de valor está fortemente amparada em temáticas e informações agendadas pela grande imprensa. Mesmo marcada pela velocidade temporal de um ecossistema midiático complexo, a discussão no grupo apresentou pouca visibilidade para vozes alternativas.

Ou seja, ao contrário do já constatado em numerosas pesquisas sobre temas políticos na contemporaneidade (no sentido de uma diminuição significativa da circulação, no ambiente digital, de conteúdo produzido pelas empresas tradicionais de comunicação, com acréscimo do material produzido pelo próprio campo político em questão), a presente análise indica que tal fenômeno não se manifestou no grupo *Estamos Juntos*.

O estudo demonstra que as trilhas associativas mobilizadas foram escassamente polifônicas e pulverizadas e, mesmo que não se possa afirmar que haja necessariamente (e sempre) convergência entre as agendas da imprensa e do *Estamos Juntos*, é em grande medida na narrativa produzida pelos grupos tradicionais da mídia brasileira que se ancoraram as conversações (re)produzidas pelo grupo.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

Assim, aponta-se que, mesmo num coletivo potencialmente plural e diante de contexto marcado por superposição de crises pandêmica, política e de governança no cenário brasileiro atual (em tese estimulador de um ambiente discursivo marcado pela diversidade e pela multiplicidade de valorações), houve correlação entre pautas da mídia e a discussão sobre temáticas políticas naquele grupo.

Tal constatação aponta para a necessidade de estudos e tensionamentos baseados em análises empíricas sobre o discurso da derrocada da mídia tradicional, diante da emergência do mundo digital, que nem sempre encontram ecos nas evidências. Simbiose, mais do que substituição, talvez seja a palavra-chave a designar a complexidade do atual ecossistema midiático – o que demanda ampliação de esforços de pesquisa futuros com base nesse pressuposto conceitual.

**Telma Johnson**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7561-9794>

*Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora (MG), Brasil*

*Doutora em Comunicação e Sociabilidade Contemporâneas pela UFMG*

*E-mail: [telma.johnson@ufjf.br](mailto:telma.johnson@ufjf.br)*

**Paulo Roberto Leal**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9935-1614>

*Universidade Federal de Juiz de Fora, Programa de Pós-graduação em Comunicação, Juiz de Fora (MG), Brasil*

*Doutor em Ciência Política pelo IUPERJ*

*E-mail: [pabeto.figueira@uol.com.br](mailto:pabeto.figueira@uol.com.br)*

Recebido em: 25 de novembro de 2022.

Aprovado em: 9 de dezembro de 2022.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.64-85, set./dez. 2022

**Referências:**

ABDIN, Latifa. **Bots and Fake News: the role of WhatsApp in the 2018 Brazilian presidential election.** Intersections Cross-sections 2019 Graduate Conference. Toronto, 2019.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Lisboa: Edições 90, 2022.

BOYD, Danah; Ellison, Nicole. Social network sites: definition, history, and scholarship. **Journal of computer-mediated communication**, v.13, n.1, p. 210-230, 2007.

BRANDES, Ulrik. Faster algorithm for betweenness centrality. **Journal of Mathematical Sociology**, v.25, n.2, p. 163-177, 2001.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos.** Salvador: EDUFBA, 2020.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Felix. **Mil platôs: Capitalismo e esquizofrenia - Vol. 1.** Rio de Janeiro: 34, 1995.

DIANI, Mario. Networks and social movements: A research programme. In: \_\_\_\_\_. **Social movements and networks: Relational approaches to collective action.** Oxford: Oxford Scholarship Online, 2003. p. 299-319.

GIBSON, James. **The ecological approach to visual perception.** Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1986.

HALAVAI, Alexander. The hyperlink as organizing principle. In: \_\_\_\_\_. **The hyperlinked society.** Ann Arbor: University of Michigan Press, 2008. p. 39-55. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/j.ctv65sxn0.6>. Acesso em: 06 set. 2020.

HANADA, Raíza Sarkis. (2013). **Métricas de análises de links e qualidade de conteúdo: um estudo de caso na Wikipédia.** 2013. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Ciências Matemáticas e de Computação, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013.

JOHNSON, Telma. **Nos bastidores da Wikipédia Lusófona: percalços e conquistas de um projeto de escrita coletiva on-line.** Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

JOHNSON, Telma; LEAL, Paulo. O jornalismo da edição brasileira do El País no contexto da oligopolização midiática: dissonâncias entre percepção do público e autopoicionamento. **Líbero**, n.43, p. 14-28, jan./jun. 2019.

LATOIR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do Ator-Rede. Salvador: EDUFBA, 2012.

MOGNON, Mateus. (5 de março de 2021). Telegram cresce no Brasil e já está em 45% dos celulares no país. Tecmundo. **Tecmundo**, 5 mar 2021. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/software/212212-telegram-cresce-brasil-45-celulares-no-pais.htm>. Acesso em: 20 dez. 2021.

MONT'ALVERNE, Camila; MITOZO, Isabele. Muito além da mamadeira erótica: As notícias compartilhadas nas redes de apoio a presidenciáveis em grupos de WhatsApp, nas eleições brasileiras de 2018. In: VIII Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política – Compolítica, 2019, Brasília. **Anais...** Brasília: Universidade de Brasília (UnB), 2019. Disponível em: [http://compolitica.org/novo/anais/2019\\_gt4\\_Montalverne.pdf](http://compolitica.org/novo/anais/2019_gt4_Montalverne.pdf). Acesso em: 15 fev. 2023.

PIAIA, Victor; ALVES, Marcelo. Abrindo a caixa preta: análise exploratória da rede bolsonarista no WhatsApp. **Intercom – RBCC**, v.43, n.3, p. 135-154, set./dez. 2020.

PRIMO, Alex. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. **Intexto**, v.02, n.25, p. 130-146, dez. 2011.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe B. A desinformação sobre meio ambiente no Facebook: o caso das queimadas no Pantanal Brasileiro. **Journal of Digital Media & Interaction**, v.3, n.8, p. 64-80, 2020. Disponível em: <https://proa.ua.pt/index.php/jdmi/article/view/21243/17196> . Acesso em: 15 fev. 2023.

ROGERS, Richard. **Doing digital methods**. London: SAGE, 2019. Edição Kindle.

\_\_\_\_\_. **The end of the virtual**: digital methods. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2009.

SANTOS, Nina; CHAGAS, Viktor; MARINHO, Juliana. De onde vem a informação que circula em grupos bolsonaristas no WhatsApp. **Intexto**, n.53, e-123603, 2022. DOI: <https://doi.org/10.19132/1807-8583202253.123603>.

SERRES, Michel. **Hermes I: La communication**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1975.

SIMMEL, Georg. How is society possible? In: \_\_\_\_\_. **George Simmel: On individuality and social forms – selected writings**. Chicago: The University of Chicago Press, 1971. p. 6-22.

SOMOS MUITOS. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, p. A5, 30 maio 2020.

TAYLOR, Charles. **Argumentos Filosóficos**. São Paulo: Loyola, 2000.

TUROW, Joseph. Introduction: On not taking the hyperlink for granted. In: \_\_\_\_\_. **The hyperlinked society**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2008, p. 1-18. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/j.ctv65sxn0.3>. Acesso em: 06 set. 2020.

VENTURINI, Tommaso; LATOUR, Bruno. O tecido social: rastros digitais e métodos quali-quantitativos. In: \_\_\_\_\_. **Métodos digitais: teoria-prática-crítica**. Lisboa: ICNOVA, 2019. p. 37-46.

VENTURINI, Tommaso; GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; ROGERS, Richard. A reality check(list) for digital methods. **New Media & Society**, v.20, n.11, p. 4195-4217, nov. 2018.

WASSERMAN, Stanley; FAUST, Katherine. **Social network analysis: Methods and applications**. New York: Cambridge University Press, 1994.

## Resumo

O artigo efetua análise dos hiperlinks publicados na plataforma Telegram pelo grupo *Estamos Juntos* – coletivo brasileiro criado em 2020 para combater os discursos anticiência e antidemocracia mobilizados pela extrema-direita em manifestações de rua e nas redes sociais. Com base em métodos de observação, coleta, organização e interpretação de dados digitais, em perspectiva quali-quantitativa, a pesquisa analisou 1.069 hiperlinks entre 8 de junho e 6 de setembro de 2020, para identificar rastros digitais e trilhas associativas que indicassem a quais fontes os membros do *Estamos Juntos* recorriam para orientar seus debates. Constatou-se que as narrativas produzidas pelos grupos tradicionais da mídia brasileira ancoraram majoritariamente as informações que circularam pelo grupo, dedicando-se pouco espaço a fontes alternativas.

**Palavras-chave:** Ecosistema Midiático. Plataformas Digitais. Links Informativos.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v22.ed48.2022.329>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 22, Nº 48, p.64-85, set./dez. 2022

## Abstract

The article analyzes the hyperlinks published on the Telegram platform by the *Estamos Juntos* group – a Brazilian collective created in 2020 to combat anti-science and anti-democracy discourses mobilized by the far right in street demonstrations and on social networks. Based on methods of observation, collection, organization and interpretation of digital data, in a quali-quantitative perspective, the research analyzed 1,069 hyperlinks between June 8 and September 6, 2020, to identify digital traces and associative trails that indicated which sources the members of *Estamos Juntos* used to guide their debates. It was found that the narratives produced by traditional groups in the Brazilian media anchored the majority of the information that circulated within the group, dedicating little space to alternative sources.

**Keywords:** Media Ecosystem. Digital Platforms. Informational Links.

## Resumen

El artículo analiza los hiperlinks publicados en la plataforma Telegram por el grupo *Estamos Juntos* – un colectivo brasileño creado en 2020 para combatir los discursos anticientíficos y antidemocráticos movilizados por la extrema derecha en manifestaciones callejeras y en las redes sociales. Con base en métodos de observación, recolección, organización e interpretación de datos digitales, en una perspectiva cuali-cuantitativa, la investigación analizó 1.069 hiperlinks entre el 8 de junio y el 6 de septiembre de 2020, para identificar rastros digitales y sendas asociativas que indicaran de qué fuentes los integrantes de *Estamos Juntos* recurrió a orientar sus debates. Se encontró que las narrativas producidas por grupos tradicionales en los medios brasileños anclaban mayoritariamente la información que circulaba por el grupo, dedicándole poco espacio a fuentes alternativas.

**Palabras clave:** Ecosistema de Medios. Plataformas Digitales. Links informativos.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*