

revista de comunicação,
jornalismo e espaço público

5

mediapolis

Periodicidade
Semestral

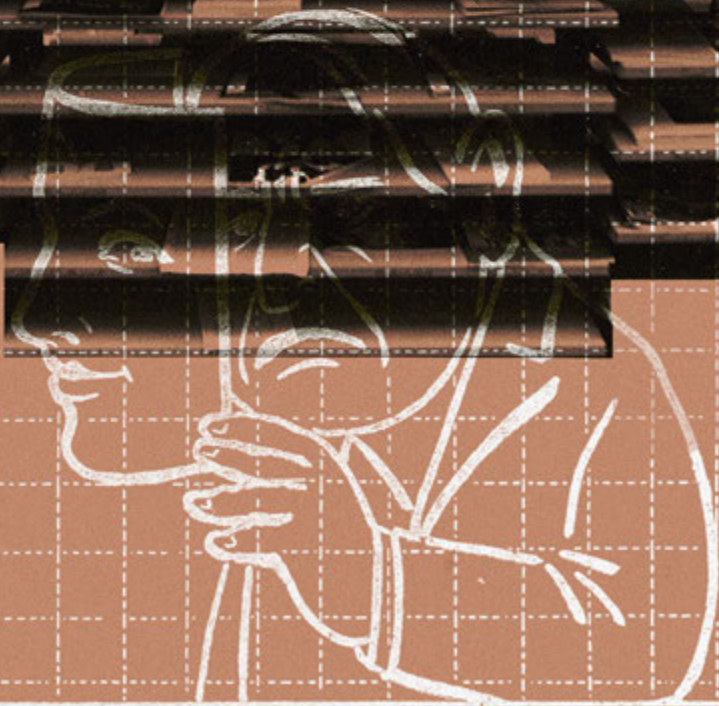
Imprensa da Universidade de Coimbra
Coimbra University Press

tema

crises e os processos comunicativos
crisis and communicative process



Fig.



Fact-Checking no Ecosistema Jornalístico Digital:

Práticas, Possibilidades e Legitimação

*Fact-Checking in the Digital Journalistic Ecosystem:
Practices, Possibilities and Legitimation*

*Amanda Tavares
de Melo Diniz*

Universidade Federal de Pernambuco
amandatdemelo@gmail.com

Resumo:

O artigo investiga como as plataformas de *fact-checking* se estão a legitimar como instituições de credibilidade no jornalismo contemporâneo. O objetivo é entender quais as suas contribuições e desafios no ecossistema digital, em que emergem novos atores, tecnologias e demandas informativas. Como referencial teórico, utilizamos os trabalhos de Graves e Cherubini (2013) e Stencel (2017) sobre a evolução do *fact-checking* e analisamos os princípios norteadores do *fact-checking* arrolados pela Rede Internacional de Checadores (2016). Nossos objetos de estudo são os projetos brasileiros *Aos Fatos*, *Lupa* e *Truco no Congresso*. Avaliamos seus modos de organização, suas metodologias e os sistemas de classificação de suas checagens, relacionando-os às teorizações de Charaudeau (2013) sobre produção de provas e valor de verdade. Constatamos que a checagem de factos assume crescente importância na cobertura político-administrativa mundial, ao munir os cidadãos de informações relevantes e confiáveis.

Palavras-chave: jornalismo digital; *fact-checking*; credibilidade; verificação; *fake News*; discursos públicos

Abstract:

This article surveys how fact-checking platforms make themselves legitimate as trustworthy institutions in contemporary journalism. The objective is to understand their contributions and challenges in the digital ecosystem, in which new actors, technologies and informative demands arise. As academic references, we work with the studies of Graves and Cherubini (2013) and Stencel (2017) about fact-checking's evolution and analyze the fact-checkers' guiding principles listed by The International Fact-checking Network (2016). The analysis presented on this paper is focused on Brazilian fact-checking projects *Aos Fatos*, *Lupa* and *Truco no Congresso*. We observe their organization and work methods and examine how they classify checked information, relating them to the Charaudeau's research (2013) about proof's production and truth value. We argue that fact-checking has become more significant in the media's global coverage of political and administrative events due to its efforts to provide readers relevant and reliable information.

Keywords: journalism; internet; fact-checking; democracy; public statements.

https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_2

1. Introdução

Nas democracias modernas, o jornalismo encontra-se relacionado às funções de narrar os factos, interpretar a realidade e esclarecer os cidadãos. Essa legitimação enquanto campo profissional resulta de um processo histórico alicerçado nos três pilares *lugar social - prática - escrita* (Certeau, 2008). O *lugar social* se constitui a partir de interações e valores deontológicos que se modificam com o tempo, dentro de certo grupo profissional. Significa dizer que, para ser digno de credibilidade, o discurso deve estar atrelado “ao estatuto dos indivíduos que têm o direito regulamentar e profissional, juridicamente definido ou espontaneamente aceite, de proferir discurso semelhante” (Certeau, 2008: 72). Daí advém a noção de *discurso como prática*, segundo a qual o emprego de um conjunto de técnicas de apuração e redação dos textos deriva do exercício desses códigos pelo grupo profissional e do reconhecimento deles por parte dos pares, dos poderes instituídos e da sociedade civil, permitindo estabelecer certas regras de funcionamento para a *escrita* jornalística.

Embora mantenha certo *status* profissional, o jornalismo está a atravessar, desde o início dos anos 2000, uma crise de difícil solução nos próximos anos, relacionada ao colapso de modelos económicos e padrões profissionais obsoletos e à emergência de uma nova ordem informativa. Um dossiê elaborado pela Universidade de Columbia em 2013 investigou o impacto exercido pelas novas tecnologias sobre as práticas e o consumo do jornalismo em terras norte-americanas. Entre suas descobertas está o declínio do capital simbólico e financeiro das grandes redes de mídia nos Estados Unidos, obrigando-as a repensar seus processos, fontes de receita e o próprio exercício do jornalismo com o uso de tecnologias digitais.

Embora seja difícil solucionar o problema do ‘ovo e da galinha’ que atormenta a indústria jornalística neste século 21 (foi a queda da reputação do jornalismo que deixou o setor em dificuldades económicas ou foram as dificuldades económicas que levaram à queda na reputação?), o facto é que tendências nessa área continuam

indicando um só movimento: o de queda. Assim como a matemática do capital monetário, a matemática do capital simbólico do jornalismo parece vítima de uma crise estrutural, não conjuntural (Anderson et. al., 2013: 59).

Um corolário dessa crise vivenciada pelo jornalismo é o apagamento progressivo das fronteiras entre emissor e receptor de notícias. Prova disso é que factos mundialmente noticiados – as manifestações contra os regimes autoritários em países do Norte da África e Oriente Médio, conhecidas como Primavera Árabe (2010), e, em 2016, as ocupações nas escolas e universidades brasileiras em protesto contra a Proposta de Emenda Constitucional 241/55 – foram divulgados por cidadãos conectados, porém sem formação profissional como jornalistas. Isso deixa claro que, para sobreviver, o jornalismo precisará coexistir com novos atores, tecnologias e formas alternativas de produção e consumo de notícias. Graças a uma tendência mundial de fomento à transparência e à democratização do acesso à informação, os jornalistas do novo milénio

possuem mais ferramentas para apurar, checar e divulgar a informação do que antes. Exemplos disso são as redes sociais, como o Facebook e o Twitter, que servem tanto para acessar a informação em primeira mão, a partir de suas atualizações em tempo real, quanto para viralizar um conteúdo noticioso em poucos minutos. Essas transformações trazem consigo uma série de inseguranças sobre como lidar com a complexidade da informação jornalística dentro do que McLuhan chamou de “aldeia global”. A produção desenfreada de notícias em intervalos exíguos de tempo e a proliferação de notícias falsas são realidades que narcotizam e deformam mais do que informam, potencializando a crise de credibilidade das notícias e do grupo profissional que as produz. É nessa curva de tensão que ascende um desafio central para o jornalismo contemporâneo: adotar práticas que possam assegurar a credibilidade e a relevância do conteúdo noticioso e, ao mesmo tempo, garantir a sobrevivência das instituições midiáticas em uma lógica comercial não amparada no tripé anunciante-veículo de comunicação-público.

*A produção
desenfreada
de notícias em
intervalos exíguos
de tempos e as
notícias falsas
narcotizam a
informação*

**2. “A revolução não
será televisionada”:
será compartilhada
pela internet**

No novo século, uma das mais profundas questões para as sociedades democráticas é se o jornalismo pode sobreviver como uma fonte de informação independente e confiável (Kovach & Rosenstiel, 2014).

Esta ponderação reflete sobre dois elementos essenciais: a independência – em relação a fontes, interesses políticos e grandes conglomerados de mídia – e a credibilidade da profissão junto ao corpo social. Na esteira das reivindicações por maior independência e transparência no ecossistema digital, cresce o número de projetos apartidários e independentes em todo o mundo. A lógica desses projetos é investir na especialização e na produção de conteúdo de nicho por instituições com *know-how* sobre o assunto. Um exemplo são as plataformas especializadas em *fact-checking*, o objeto deste estudo. A maioria delas possui uma área de atuação bastante

segmentada e atua exclusivamente na internet, veiculando seu conteúdo em *blogs* próprios e disponibilizando suas checagens para os veículos parceiros.

Um ponto-chave para a manutenção da independência administrativa e económica desses projetos são as suas formas de custeio. A transparência, nesse sentido, é fundamental para as agências de *fact-checking*, porque sua credibilidade está ancorada em uma imagem de objetividade quase absoluta, sem vínculos de cunho ideológico, económico ou político que possam “interferir” em suas checagens. Sabemos, contudo, que a ideia de imparcialidade total é ilusória, uma vez que “os factos também podem ser subjetivos” (Graves, 2013: 4) e todo discurso denota um ponto de vista. É justamente nesta questão que se encontra um dos problemas das plataformas de *fact-checking*: a defesa da tese de que ater-se exclusivamente aos factos, por meio de técnicas jornalísticas de apuração/redação instauradas pela cartilha da objetividade, seria suficiente para garantir a isenção absoluta dos checadores e a veracidade

inquestionável das informações avaliadas. Discutiremos essa tensão entre a alegação de neutralidade e a dificuldade de aplicá-la na prática no próximo tópico. Importa agora ressaltar o investimento dessas agências de *fact-checking* em fontes de custeio viabilizadas pelas novas tecnologias e desvinculadas de anunciantes e do capital das grandes empresas. Dentre elas, podemos citar parcerias entre coletivos de mídia, cobrança de assinaturas digitais, financiamento coletivo (*crowdfunding*), doações de organizações filantrópicas e doações de tempo e conhecimento de uma comunidade, como na redação de verbetes para a Wikipédia.

Os projetos de checagem *Aos Fatos*, *Lupa* e *Truco no Congresso* utilizam uma ou mais dessas fontes de financiamento coletivo e dois deles, *Aos Fatos* e *Truco no Congresso*, não veiculam anúncios publicitários em seus sítios. As três organizações atuam em colaboração com cidadãos e parceiros editoriais, além de receberem contribuições da iniciativa privada e de entidades da sociedade civil.

3. Notícias falsas, factos verdadeiros: *fact-checking* em tempos de informação líquida¹

O novo milênio assistiu ao surgimento e ao rápido avanço global do que pode ser considerada uma nova instituição democrática, a verificação independente de factos políticos. As primeiras organizações dedicadas a avaliar publicamente a veracidade de declarações políticas nasceram nos Estados Unidos, no início dos anos 2000 (Spinsanity, em 2001), ancorando o que iria se tornar o padrão da cobertura política executada por quase todas as grandes empresas de mídia no país (Graves e Cherubini, 2016: 6).

Em linhas gerais, a atividade consiste em selecionar uma declaração feita por “autoridades públicas, partidos políticos, candidatos, jornalistas, organizações

¹ Referência ao termo “modernidade líquida”, cunhado por Zygmunt Bauman, que diz respeito à fragmentação de valores e laços afetivos e ao esvaziamento da esfera pública. A referência se justifica por entendermos que o jornalismo também se insere neste processo.

de mídia, associações e outros grupos” (Adair e Stencel, 2016) e verificar a sua veracidade. Embora não seja uma prática exatamente nova – checar as informações antes de publicar é um dos pilares do ofício jornalístico, que presume informações verdadeiras e oriundas de fontes confiáveis –, a verificação de factos está a ganhar fôlego devido à propagação das notícias falsas (*fake news*), especialmente na cena político-eleitoral. Definidas como “artigos noticiosos que são intencionalmente e comprovadamente falsos, e que podem enganar os leitores” (Allcott & Gentzkow, 2017: 213), as notícias falsas têm sido amplamente discutidas pela comunidade académica internacional, por organizações de mídia e por gigantes da internet como Google, Facebook e Wikipedia, após terem desempenhado um papel decisivo nas eleições norte-americanas em 2016. Um estudo publicado pela Universidade de Stanford (2017) concluiu que as notícias falsas foram amplamente compartilhadas e eram fortemente inclinadas a favor de Donald Trump.

A base de dados da pesquisa encontrou 115 histórias falsas pró-Trump, as quais foram

compartilhadas no Facebook 30 milhões de vezes; Já Hillary Clinton teve 41 notícias falsas publicadas a seu favor, compartilhadas 7,6 milhões de vezes (2017: 212).

Nesse contexto, a prática do *fact-checking* nos Estados Unidos foi elevada à condição de ferramenta essencial de verificação de discursos públicos, funcionando como uma estratégia para combater as *fake news* e evitar a viralização de informações falsas.

O Duke Reporters’s Lab identificou 52 iniciativas de *fact-checking* atuando em todo o país na última campanha presidencial. Mais checagem de factos foi consumida por mais gente: todos os “três grandes” (Factcheck.org, PolitiFact e The Washington Post’s Fact Checker) bateram recordes de tráfego neste ano. A checagem ao vivo da transcrição do debate entre os candidatos feita pela National Public Radio foi a iniciativa digital mais popular de sua história (Mantzarlis, 2016).

O número de plataformas de *fact-checking* também cresceu em termos

globais. “A contagem atual aumentou 19% em relação a 2016, quando o número de checadores ativos era de 96. O crescimento foi especialmente expressivo na Europa, em que a contagem subiu 44% – de 27 em 2016 para 39 agora” (Stencel, 2017).

Algumas organizações uniram seus esforços para fundar a Rede Internacional de Checadores (International Fact-Checking Network), coordenada pelo Poynter Institute. A Rede foi criada para estimular o diálogo entre as plataformas de checagem de todo o mundo e nortear a atuação delas a partir de um código de princípios construído coletivamente. Para ser signatária do código, a plataforma de *fact-checking* deverá passar por um processo de avaliação no qual comprove seu estatuto jurídico, discrimine suas fontes de financiamento e ateste o respeito aos cinco princípios estabelecidos pelo código em sua atuação. A ideia é garantir checagens de factos independentes e apartidárias, comprometidas com a precisão e veracidade das informações, essenciais para a democracia. O documento estabelece as seguintes diretrizes:

O compromisso com o apartidarismo e a isenção; o compromisso com a transparência das fontes; o compromisso com a transparência da organização e do financiamento; o compromisso com a transparência da metodologia; o compromisso com as correções abertas e honestas (Rede Internacional de Checadores, 2016).

Ao ancorar a sua ação na *transparência* quanto a fontes, modelos de negócio e métodos, na *independência* em relação a governos, mercado e entidades da sociedade civil e na *abertura ao diálogo* com fontes e públicos, a verificação de factos busca se sedimentar como uma alternativa para recuperar a credibilidade perdida pelas instituições jornalísticas. Mais do que uma clássica prática jornalística apresentada sob uma nova roupagem técnica e organizacional, a checagem de factos está a instaurar um novo nicho de mercado, que possui uma lógica de funcionamento própria, responsável por oferecer um serviço altamente especializado e concebido com DNA digital. Significa dizer que os conteúdos

são disponibilizados em plataformas digitais como *blogs*, infográficos e redes sociais por profissionais de elevado conhecimento técnico, capazes de acessar bancos de dados em diversas linguagens e de apresentar as informações em formatos multimídia. Cabe ressaltar, porém, que a checagem de factos como é feita pela maioria das plataformas não se afasta o suficiente da matriz jornalística para caracterizar um novo tipo de proposta informativa; ao contrário, bebe dos fundamentos estruturais do jornalismo para legitimar sua atuação e instrumentalizar seus produtos e serviços.

Posto isso, chegamos a um questionamento central: como *selecionar* o que deve ser checado? Charaudeau (2013: 168) defende que “[a seleção] se faz em função da identidade do declarante e do valor de seu dito. A identidade do declarante pode variar da maior notoriedade possível ao anonimato absoluto”. A partir disso, as plataformas de *fact-checking* estruturaram seu método de seleção em torno de estratégias para alcançar o *valor de verdade*,

que se realiza através de uma construção explicativa elaborada com a ajuda de uma instrumentação científica que se quer exterior ao homem, objetivante e objetivada, que pode definir-se como um conjunto de técnicas de saber dizer, de saber comentar o mundo. A utilização dessa instrumentação permite construir um ‘ser verdadeiro’ que se prende a um saber produzido por textos fundadores (Charaudeau, 2013: 49).

E quem tem autoridade para atestar se algo é verdadeiro ou não?

O crédito que se pode dar a uma informação depende [...] tanto do *papel* que o informador desempenha na situação de troca, de sua *representatividade* para com o grupo de que é porta-voz, quanto do *grau de engajamento* que manifesta com relação à informação transmitida (Charaudeau, 2013: 52. Grifos do autor).

No caso dos checadores de factos, a legitimidade ancora-se nos valores da independência e da transparência em

suas práticas, bem como no reconhecimento pelos pares e pelo corpo social da validade de seus procedimentos e de seu *lugar social* ético e especializado.

Aqui, contudo, cabe refletir sobre o que Moretzsohn (2007: 187) chamou de *jornalismo de mãos limpas*:

O jornalista consulta suas fontes, ‘relata os factos’ e lava as mãos. Porém as mãos estão sempre sujas, no sentido mais geral de que os jornalistas inevitavelmente ‘make the news’ (na acepção de construção social da realidade).

Isso significa dizer que a adoção e a exposição reiterada dos “rituais estratégicos da objetividade” (Tuchman, 1993) não afasta a responsabilidade dos jornalistas sobre o material por eles produzido. Também não elimina a influência das linhas editoriais dos veículos em que os jornalistas trabalham, dos constrangimentos impostos pelo mercado, nem as próprias convicções pessoais dos jornalistas que checam/produzem a informação. Em outras palavras, não há garantias de que os factos checados, por mais

A verificação de factos na maioria das plataformas não se apresenta como uma nova proposta informativa

rigorosa que seja a metodologia empregada e por mais transparente que seja a organização checadora, estarão absolutamente livres de qualquer inclinação ideológica, política ou mesmo mercadológica.

Embora esses procedimentos possam fornecer provas demonstráveis de uma tentativa de atingir a objetividade, não se pode dizer que a consigam alcançar. De facto, tem sido sugerido que esses procedimentos 1) constituem um convite à percepção seletiva, 2) insistem erradamente na ideia de que ‘os factos falam por si’, 3) são um instrumento de descrédito e um meio de o jornalista fazer passar a sua opinião, 4) são limitados pela política editorial de uma determinada organização jornalística e 5) iludem o leitor ao sugerir que a ‘análise’ é convincente, ponderada ou definitiva (Tuchman *apud* Traquina, 1993: 88).

Isso não significa dizer que as plataformas de *fact-checking* não são éticas e não atendem à função de municiar os cidadãos com informações verdadeiras e de credibilidade. Pelo

contrário: essa constatação corrobora a relevância da atuação das plataformas de *fact-checking* para a vida coletiva, uma vez que traz à tona questões tradicionalmente sub-reptícias como as intencionalidades e as relações de poder dentro dos poderes instituídos e, claro, das engrenagens da própria mídia. A checagem de factos pode funcionar como um dispositivo para escrutinar as atividades das altas esferas de decisão e ensejar uma *leitura crítica da mídia* por si mesma e pelos cidadãos, utilizando-se das informações checadas e das metodologias empregadas para fortalecer o ideal democrático, na medida em que a transparência e o rigor técnico-metodológico, aliados ao compromisso precípua de informar com vistas ao interesse público, consubstanciam a espinha dorsal da atividade jornalística.

4. *Fact-checking* no Brasil: a experiência de *Aos Fatos*, *Lupa e Truco* no Congresso

Analogamente ao que acontece no cenário internacional, o ecossistema digital brasileiro assiste ao crescimento, nos últimos cinco anos, de uma série

*Não há garantia
que os factos
checados estejam
livres de inclinações
ideológicas,
políticas ou
mercadológicas*

de organizações jornalísticas sem fins lucrativos, focadas no resgate da informação a serviço do interesse público.

Muitas dessas *start-ups* ganharam maior visibilidade em 2013, quando a população foi às ruas das maiores cidades brasileiras para protestar contra o aumento das passagens de ônibus. Inesperadamente, o tamanho das manifestações cresceu, assim como a abrangência das questões, abrangendo corrupção, os vieses adotados pela mídia corporativa e violência policial. Esses protestos simbolizaram o fim de um período de crescimento económico e otimismo, quando o Brasil pareceu ‘a China da América Latina’ (Maisonnave, 2016).

Na esteira dessas discussões de cunho político, social e midiático, cresceu a necessidade de se ter um cenário informativo mais democrático, plural e analítico, menos susceptível a influências políticas e económicas externas. Emergiram, então, projetos jornalísticos apresentados como uma expressão alternativa ao conteúdo veiculado pelas grandes redes de

comunicação que, até o fim do século XX, dominavam a cena jornalística brasileira².

Para lançar um olhar crítico sobre a cobertura política do país, as plataformas *Aos Fatos*, *Lupa* e *Truco no Congresso* atuam, desde 2015, na checagem de factos relacionados ao universo dos *discursos públicos*, em especial os de políticos e de autoridades que integram os três poderes da República. Analisaremos os seus modos de organização, metodologias de checagem e sistemas de avaliação das declarações checadas.

5. Modos de organização

A atuação dos projetos brasileiros de *fact-checking* fundamenta-se na tríade *transparência* nas práticas, estabelecimento de *parcerias* e modelos de negócio baseados em *múltiplas fontes de financiamento*. Com efeito, verifica-se que as três plataformas disponibilizam em seus

sítios uma área destinada à exposição de suas parcerias editoriais, dos colaboradores (internos e externos) e das fontes de custeio.

Aos Fatos é a única dentre as três agências a não estar associada a nenhuma outra organização midiática, o que confere maior independência à sua atuação por ser realizada exclusivamente pela equipa da própria plataforma. A *Lupa*, por sua vez, tem seu *blog* e sua redação incubados no portal da revista *Piauí*, pertencente à Editora Abril, um dos maiores conglomerados de mídia do Brasil, o que caracteriza um vínculo institucional e operacional com a empresa. Já o *Truco no Congresso* é fruto de uma parceria entre as equipas da Agência Pública e do Congresso em Foco, dois coletivos independentes de mídia que reúnem profissionais de áreas diversas para produzir conteúdo jornalístico.

No tocante às fontes de receita, a *Lupa* também difere das demais por ser subsidiada pela iniciativa privada, na forma de parcerias comerciais com redes de comunicação e de investimentos de um colaborador fixo, o empresário

João Moreira Salles. Apesar de seu DNA digital e sua abertura à colaboração do público para sugerir checasgens, a *Lupa* não adota o *crowdfunding* como fonte de financiamento, ao contrário das outras duas. *Aos Fatos* e *Truco no Congresso*, além de receberem contribuições diretas dos seus leitores, também obtêm recursos por parte de entidades filantrópicas e de investimentos individuais de seus membros. Contudo, em que pese o crescimento dessas organizações, em entrevista ao *Nieman Reports*, a co-fundadora de *Aos Fatos*, Tai Nalon, afirmou:

O escasso capital de risco é o maior obstáculo. Nós não temos um ecossistema próspero de fundações para apoiar a cena emergente de organizações de mídia independentes. A maioria dos jornais e revistas depende da renda de algumas empresas ou do governo. (Maisonave, 2016).

Apesar disso, no mesmo artigo, o diretor do *Knight Center for Journalism in the Americas*, Rosental Alves, defende um prognóstico positivo para este modelo de negócio nos próximos anos:

2 Segundo Costa (2014: 181), trata-se dos grupos familiares Marinho (Globo), Abravanel (SBT), Bloch (Manchete), Civita (Abril), Frias (Folha de S. Paulo), Levy (Gazeta Mercantil), Mesquita (O Estado de S. Paulo), Nascimento Brito (Jornal do Brasil), Saad (Bandeirantes) e Sirotsky (Rede Brasil).

“Existe esperança para o jornalismo sem fins lucrativos. Os negócios da mídia tradicional estão encolhendo tanto que essas plataformas podem ser criadas e serem sustentáveis” (*apud* Maisonave, 2016).

Interessa observar também a colaboração entre as próprias plataformas nas coberturas de grandes eventos, unindo seus recursos humanos e tecnológicos para obter maior agilidade, precisão e pluralismo nas checagens. Como exemplo, tem-se a cobertura do último debate entre os candidatos a prefeito do Rio de Janeiro, Marcelo Crivella e Marcelo Freixo, nas eleições de 2016, “a primeira colaboração em tempo real entre os principais grupos de *fact-checking* do Brasil” (Osborn, 2016). *Aos Fatos*, *Lupa* e *Truco no Congresso* fizeram uma transcrição coletiva do debate entre os candidatos, disponibilizando-a em seus próprios sítios e redes sociais em tempo real, o que aumentou bastante o alcance da cobertura. Este tipo de iniciativa é fundamental para municiar os eleitores com informações sobre as propostas e a autenticidade dos dados apresentados pelos candidatos.

5.1 Metodologias de checagem

As três plataformas demarcam claramente o seu lugar de fala como “organismos especializados” (Charaudeau, 2013: 53) em *fact-checking*, isto é, organizações aptas institucional e tecnicamente a verificar dados, contextualizar informações e relatar as conclusões encontradas. Para assegurar sua credibilidade, é essencial que as checagens sejam guiadas por uma metodologia rigorosa, com procedimentos aplicáveis a todas elas indistintamente. Mais ainda: é necessário provar a autenticidade dos dados obtidos.

Fornecer a prova das explicações significa mostrar o que, por definição, é invisível: os motivos dos factos ou sua possível consequência [...] Esse domínio da verdade é, pois, o do raciocínio, o da possibilidade de remontar ou descer no encadeamento causal, e assegurar sua validade através das provas mais incontestáveis possíveis. Nas mídias, os procedimentos que permitem atingir essa forma de verdade são os que dependem

da demonstração, cujos meios são diversos: uns se obtêm pela análise (apelando, por exemplo, para especialistas ou peritos que podem trazer provas científicas ou técnicas), outros através de uma investigação, outros ainda através unicamente do poder demonstrativo da imagem em sua função de visualização do que não se vê. É preciso que, ao término da demonstração, a mídia possa dizer: ‘Eis por que aconteceu assim’ (Charaudeau, 2013: 90).

Fornecida a prova do que foi dito – ou diante da ausência de material probatório –, como avaliar a veracidade ou a falsidade de uma declaração? Para facilitar as comparações entre os procedimentos de cada plataforma, transcrevemos suas metodologias.

a) *Aos Fatos*:

Selecionamos uma declaração pública. Analisamos sua relevância. Consultamos a fonte original para checar sua veracidade. Consultamos fontes oficiais, para confirmar ou refutar a informação.

Consultamos fontes alternativas, que podem subsidiar ou contrariar dados oficiais. Registramos todas elas, de modo acessível, no texto. Contextualizamos [...] Para chegar a qualquer conclusão, a checagem passa pelas mãos de ao menos um repórter e um editor. Ambos devem chegar a um veredito a respeito do selo que será concedido à declaração ou à informação checada. Se necessário, um terceiro jornalista da equipa fixa deverá ser consultado, para tirar a prova real (2016).

b) *Lupa:*

Ao selecionar a frase que será checada, a Lupa adota três critérios de relevância. Dá preferência a afirmações feitas por personalidades de destaque nacional, sobre assuntos de relevância (que afetam diversos brasileiros ao mesmo tempo) e/ou que tenham ganhado destaque na imprensa ou nas redes sociais (2015a).

[...] Uma vez decididas as pautas do dia, o repórter faz um

A atividade não se afasta muito dos tradicionais métodos de apuração jornalística

levantamento das informações já publicadas sobre o assunto em questão. Nesta fase, consulta jornais, revistas e sítios. Depois, ele se debruça sobre bases de dados oficiais e inicia o processo de garimpo de informações fidedignas. Na ausência de dados públicos ou diante da necessidade de saber mais sobre o assunto a ser checado, o repórter recorre às Leis de Acesso à Informação e/ou às assessorias de imprensa. Em seguida, vai a campo, levando consigo os meios tecnológicos que julgar necessários: foto, áudio ou vídeo. Para concluir uma checagem, o repórter ainda pode recorrer à análise de especialistas (2015).

c) *Truco no Congresso:*

Ao fazer uma checagem, entramos em contato com a pessoa responsável pela frase e perguntamos qual é a fonte daquela informação. Depois verificamos a origem dos dados ou o documento original. Também buscamos fontes alternativas e recorremos a

especialistas quando necessário. No passo seguinte, adicionamos contexto. Após a apuração, atribuímos a qualificação adequada [...] Por fim, voltamos a entrar em contato com o autor da frase e damos uma última chance para que se explique, diante da nossa conclusão (2015).

Embora haja algumas particularidades no trabalho de cada agência, a base dos procedimentos é a mesma: estabelece-se contato com a fonte original da declaração; depois, confronta-se o que foi dito com os dados oficiais e, se for o caso, com fontes alternativas e/ou especializadas; por fim, contextualiza-se a declaração visando ampliar a compreensão do público acerca do tema. Como afirmamos acima, a atividade não se afasta muito dos tradicionais métodos de apuração jornalística: o que difere é o rigor em sua aplicação, a transparência no diálogo com os autores das declarações e com os leitores e a atribuição de *valor de verdade* (ou de ausência dela) aos discursos públicos por meio de provas objetivamente verificáveis.

5.2 Sistemas de classificação das declarações

Cientes de que a categorização binária em “verdadeiro” ou “falso” não abarcaria a complexidade dos discursos checados, as três agências criaram selos/etiquetas/cartas (terminologia adotada, respectivamente, por *Aos Fatos*, *Lupa* e *Truco no Congresso*) para tentar aferir *quão verdadeira* é uma informação, estabelecendo uma espécie de “escala de verdade”. Como ocorre com as metodologias, esses sistemas de classificação funcionam de acordo com o mesmo princípio norteador e, portanto, operam com categorias de análise similares. Embora os três projetos coloquem as categorias “verdadeiro” e “falso” nos polos de sua categorização, há variações entre os “graus de veracidade” situados entre esses extremos.

Aos Fatos conta com cinco selos de classificação: *verdadeiro*; *impreciso*, o qual indica que “[a informação] necessita de contexto para fazer sentido” (2015); *exagerado* “é para aquelas declarações que não são totalmente mentirosas, mas que têm pouco amparo na

realidade [...]” (2015); *falso*; *insustentável* se aplica àquelas declarações cujas premissas não podem ser refutadas nem confirmadas.

Lupa emprega uma classificação parecida, porém acrescenta mais três etiquetas: *Verdadeiro*; *Verdadeiro, mas*: “A informação está correta, mas o leitor merece mais explicações” (2015); *Ainda é cedo pra dizer*: “A informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é”; *Exagerado*: “A informação está no caminho certo, mas houve exagero” (2015); *Contraditório*: “A informação contradiz outra difundida antes pela mesma fonte” (2015); *Insustentável*: não há dados públicos que comprovem a informação (2015); *Falso*; *De olho*: “Etiqueta de monitoramento” (2015).

Inspirado no jogo de cartas “Truco”, o *Truco no Congresso* emprega termos relacionados ao jogo para avaliar as declarações. “*Blefe*” é carta atribuída às informações consideradas falsas e “*Zap!*” diz respeito a uma “informação correta e também relevante” (2015). Os indicadores “*Não é bem assim*” – o qual se refere a uma

“informação exagerada, distorcida ou discutível” (2015) – e “*Tá certo, mas peraí*” – utilizado para apontar “informação correta, mas que merece ser contextualizada” (2015) – contêm semelhanças com os marcadores “Exagerado”, presente nas checagens de *Aos Fatos* e *Lupa*, “Impreciso”, usado por *Aos Fatos* e “Verdadeiro, mas”, da *Lupa*. A principal inovação proposta pelo *Truco no Congresso* em seu sistema de avaliação é a carta “*Truco!*”, que propõe um “desafio público relativo a declarações aparentemente infundadas ou polêmicas, feitas dentro ou fora do plenário, [em que] uma série de perguntas será enviada ao parlamentar” (2015). A atribuição do “*Truco!*” a um discurso abre espaço para o diálogo entre a plataforma checadora e o autor da declaração, instaurando um debate entre autor e verificador da fala.

6. Considerações Finais

Discutimos, neste artigo, a atuação do *fact-checking* como instrumento legitimado para avaliar a veracidade das informações que integram o debate público. Em um cenário de *fake news*

*Todo o discurso é
atravessado por
convicções pessoais e
coletivas e, portanto,
deve ser observado
de maneira crítica*

e de ressignificação de paradigmas no jornalismo, essa prática se apresenta como um caminho para recuperar a credibilidade e fortalecer as coberturas jornalísticas sobre os temas de interesse público. Concluímos que, apesar do amplo uso das tecnologias digitais, as plataformas de checagem de factos não abandonaram os objetivos democráticos nem princípios basilares da *praxis* jornalística.

É neste entrecruzamento de tradição e inovação que o *fact-checking* se consolida como um novo nicho de mercado para os jornalistas. Todo o rigor metodológico, contudo, não garante a isenção absoluta nem o afastamento total de influências políticas, corporativas e ideológicas das checagens, uma vez que todo discurso, inclusive o jornalístico, é atravessado por convicções pessoais e coletivas e, portanto, deve ser observado de maneira crítica, ainda que alegue a utópica neutralidade. Isso abre espaço para mais uma possibilidade para o *fact-checking*: a fiscalização da atuação da própria mídia à luz da mesma metodologia de checagem dos discursos públicos.

Observamos que o fortalecimento dessas organizações apartidárias e independentes revela a importância do *fact-checking* na cobertura político-administrativa em vários países, atuando em prol de desmentir informações falsas, apontar incoerências e municiar cidadãos com dados confiáveis. Isso pôde ser verificado tanto no Brasil, quanto no mapa jornalístico internacional.

Reconhecemos, contudo, que os desafios para essas organizações ainda são muitos. Dentre eles, destacamos a ampliação de seus escopos de atuação para além da seara político-administrativa, especialmente no que se refere à extensão dessa fiscalização para a esfera da própria mídia, e encontrar alternativas para sobreviver institucional e financeiramente.

Referências bibliográficas

- Adair, B. & Stencel, M. (22 de novembro de 2016). How we identify fact-checkers. *Duke Reporters' Lab*. Recuperado de: <http://reporters-lab.org/how-we-identify-fact-checkers/>.
- Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211-236.
- Agência Lupa (15 de outubro de 2015). Quem somos - As dez perguntas mais frequentes. *Agência Lupa*. Recuperado de: <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/quem-somos/>.
- Anderson, C. W., Bell, E. & Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, 5(2), 30-89.
- Aos Fatos (2016). Nosso Método. *Aos Fatos*. Recuperado de: <https://aosfatos.org/nosso-metodo>.
- Certeau, M. (2008) *A Escrita da História*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Charaudeau, P. (2013). *Discurso das Mídias*. São Paulo: Contexto.
- Costa, C. T. (2014). Um modelo de negócio para o jornalismo digital. *Revista de Jornalismo ESPM*, 9, 51-115.
- Graves, L. (2013). *Deciding What's True: Fact-checking journalism and the new ecology of news*. Nova Iorque: Columbia University.
- Graves, L. & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. (Relatório, Reuters Institute for the Study of Journalism). Recuperado de: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/The%20Rise%20of%20Fact-Checking%20Sites%20in%20Europe.pdf>

- International Fact-checking Network (2006). International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles. *Poynter Institute for Media Studies*. Recuperado de: <http://www.poynter.org/fact-checkers-code-of-principles/>
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). *The Elements of Journalism: What newspeople should know and the public should expect*. Nova Iorque: Three Rivers Press.
- Maisonnave, F. (8 de janeiro de 2016). Revitalizing Journalism in Brazil. *Nieman Reports*. Recuperado de: <http://niemanreports.org/articles/revitalizing-journalism-in-brazil/>
- Mantzarlis, A. (10 de novembro de 2016). Fact-checking under President Trump. *Poynter Institute*. Recuperado de: <http://www.poynter.org/2016/fact-checking-under-president-trump/437671/>
- Moretzsohn, S. (2007). *Pensando Contra os Fatos: Do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Revan.
- Osborn, C. (4 de novembro de 2016). Amid political turmoil, Brazilian fact-checking grows. *Poynter Institute*. Recuperado de: <http://www.poynter.org/2016/amid-political-turmoil-brazilian-fact-checking-grows/437310/>
- Stencel, M. (28 de fevereiro de 2017). Internacional fact-checking gains ground, Duke census finds. *Duke Reporters' Lab*. Recuperado: <https://reporterslab.org/category/fact-checking/#article-1472>
- Truco no Congresso (2015). Página Inicial/Truco no Congresso. *Truco no Congresso*. Recuperado de: <http://apublica.org/projeto-truco-no-congresso/>
- Tuchman, G. (1993). A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In Traquina, N. (org.) *Jornalismo: Questões, teorias e 'estórias'* (pp. 74-90). Lisboa: Vega.