
As fontes dos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros

News sources of fact-checking from Brazil and Portugal

Jhonny Póvoa Cazetta e Ana Isabel Reis

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/5348>

DOI: 10.4000/cp.5348

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

ISBN: 2183-2269

ISSN: 16461479

Refêrencia eletrónica

Jhonny Póvoa Cazetta e Ana Isabel Reis, « As fontes dos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros », *Comunicação Pública* [Online], Vol.14 nº 27 | 2019, posto online no dia 13 dezembro 2019, consultado o 13 novembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/5348> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.5348>

Este documento foi criado de forma automática no dia 13 novembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

As fontes dos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros

News sources of fact-checking from Brazil and Portugal

Jhonny Póvoa Cazetta e Ana Isabel Reis

NOTA DO EDITOR

Recebido: 2 de Outubro de 2019

Aceite para publicação: 19 de novembro de 2019

Introdução

- 1 Em quem acreditar? Na era da pós-verdade, o jornalismo tradicional vem sendo desafiado a se reinventar diante do grande número de notícias falsas – popularmente conhecidas como *fake news* – que diariamente circula pelo mundo da Internet e que por vezes convence os seus leitores de que o que estão lendo se trata da mais pura verdade. Seja pela rapidez na leitura realizada, seja por trazerem informações que podem ir ao encontro do pensamento e da crença do leitor, seja por variados outros motivos, fato é que o modo de se fazer e consumir jornalismo tem-se transformado, sendo o *fact-checking*¹ – tema central deste artigo – um dos instrumentos utilizados no combate contra as notícias inverídicas.
- 2 É importante aqui destacar que o *fact-checking*, ou verificação de fatos, em tradução para o português, não nasce com o surgimento do fenómeno da *dis-information*, mas destaca-se após a eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos da América, em 2016, sendo um modelo de aposta das mais diferentes empresas de comunicação. Até junho de 2018, segundo estudo da Universidade Duke (EUA)², existiam 149 iniciativas de *fact-checking* em 53 países pelo mundo, com mais de metade destas lançada a partir de 2016. Na mesma época, apenas 50 estavam devidamente credenciadas na Rede Internacional de *Fact-Checking* (IFCN)³, quatro das quais em países

de língua portuguesa. Mais especificamente três no Brasil – *Truco*, *Aos Fatos*, e *Agência Lupa* – e uma em Portugal – o *Fact Check*, do *Observador*.

- 3 Em termos de resultados práticos, o principal objetivo deste artigo será o de apresentar e identificar os tipos de fontes utilizadas pelas iniciativas luso-brasileiras⁴ de *fact-checking*, sendo o entendimento, do ponto de vista deste trabalho, a fonte como parte crucial de uma checagem ou verificação de informação. Logo, entender quais os tipos de fontes essas iniciativas utilizam é também compreender quais os instrumentos aplicados pelo jornalismo para combater a desinformação.

1. Dos boatos à dis-information

- 4 Especialmente desde as eleições americanas de 2016 e o *Brexit* – saída do Reino Unido da União Europeia –, no mesmo ano, o termo *fake news* vem sendo um dos fenômenos com maior repercussão no mundo da comunicação. Popularizado na sociedade, utilizado por inúmeros investigadores e jornalistas, este termo será substituído neste trabalho por outros três: *dis-information*, *mis-information*, e *mal-information*. A substituição se dará principalmente pelo entendimento do Conselho da União Europeia defendido na publicação *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making* (Wardle e Derakhshan, 2017). Os termos são os seguintes:
- 5 *Mis-information*: quando uma informação falsa é compartilhada, mas sem intenção de causar dano.
- 6 *Dis-Information*: quando uma informação falsa é compartilhada com a intenção de causar algum dano.
- 7 *Mal-information*: quando uma informação possivelmente verdadeira é compartilhada com a intenção de causar dano.
- 8 A utilização de novas definições em detrimento de “*fake news*” vai ao encontro do pensamento de estudiosos sobre o assunto, como Adrian Bresson⁵, Caroline Jack⁶ e Claire Wardle⁷, que defendem que o termo popularizado vem sendo apropriado por políticos com o intuito de desacreditar parte da imprensa e também que não consegue abranger a complexidade que merece o assunto.

1.1. Um novo “velho” conhecido

- 9 O fenômeno da *dis-information* e da *mis-information*, como já explicado, vem crescendo desde 2016, principalmente por causa de mudanças culturais com a integração da Internet e das redes sociais no cotidiano da sociedade. Porém, não é de hoje que notícias inventadas circulam pelo mundo. Em entrevista ao jornal *Folha de São Paulo*, em 19 de fevereiro de 2017, o historiador Robert Darnton, da Universidade de Harvard, dos Estados Unidos, afirma que pelo menos desde o século VI elas já existiam, como é exemplo o texto chamado *Anekdotia* – do grego Procópio de Cesareia –, que atribuiu de forma caluniosa crimes e adultérios ao imperador Justiniano e a outros nobres romanos da época.
- 10 Boatos e mentiras espalhados na sociedade foram muitas vezes assunto na imprensa, como destaca o psicólogo francês Jean Noel Kapferer (1993) no seu livro *O mais antigo mídia do mundo*. Já no século XIX, Machado de Assis⁸, autor de obras consagradas como

Memórias Póstumas de Brás Cubas (1881) e *Dom Casmurro* (1899), defendeu em uma de suas crônicas no jornal *O Diário do Rio de Janeiro*, republicada no livro *Ao Acaso* (2012), que o boato é como se fosse “a telegrafia da mentira” – sendo ele uma “coisa misteriosa, cômoda, impalpável, veloz como o raio, como ele fulminante”. “Algumas vezes esta acerta e aquela mente, mas a verdade é exceção”.

- 11 De acordo com Kapferer (1993), a origem dos boatos está diretamente associada à perda de credibilidade de fontes oficiais, tais como as organizações públicas e até mesmo o jornalismo:

Como os boatos nascem, em certas ocasiões, de uma desconfiança nas versões governamentais, o segredo da prevenção é a credibilidade das fontes. Esta recomendação trivial coloca, como se vê, inevitáveis problemas práticos. Para ser confiável, não basta dizê-lo, é preciso se ter atrás de si as provas de sua credibilidade, isto é, ser um homem que diga a verdade sempre (Kapferer, 1993, p. 238).

- 12 Este pensamento, expresso pelo autor em 1993, não difere muito das explicações para a pós-verdade e para a *dis-information* e *mis-information* atuais, como afirma o professor Jayson Harsin (2018), do Departamento de Comunicação Global da Universidade Americana de Paris. Segundo o autor, o jornalismo “é vítima e ao mesmo tempo cúmplice” deste evento. Isso porque, ao longo dos anos, alguns grandes veículos de informação podem ter-se precipitado ou até mesmo errado – intencionalmente ou não – na propagação do conteúdo de certas informações, levando, assim, os recetores das notícias a pensarem que “nem tudo o que a imprensa diz é a verdade”.

- 13 No estudo *Identifying and countering fake news*, de autoria dos professores Mark Verstraete, Derek E. Bambauer e Jane R. Bambauer (2017), da Universidade do Arizona, nos Estados Unidos da América, as histórias falsas são classificadas em quatro diferentes categorias: Sátira (programas ou revistas de humor como o *The Daily Show* e o jornal *The Onion*), Trote (mentiras informativas contadas através de “pegadinhas”, em que o leitor também é avisado – normalmente no final do texto – de que aquilo é uma brincadeira), Fraude (notícias feitas como se fossem de mídias tradicionais, com logo similar, porém com conteúdos irreais), e Propaganda (textos aparentemente jornalísticos, sem vinculação com mídias tradicionais, que trazem no seu conteúdo ideologias para persuasão. Aqui são também incluídas as informações falsas ditas por políticos).

- 14 Desde a explosão do fenómeno, e principalmente após as eleições americanas de 2016, que se debatem medidas de combate à desinformação. Os professores Mark Verstraete, Derek E. Bambauer e Jane R. Bambauer (2017) defendem que campanhas, discussões e alterações na veiculação de notícias em mídias sociais, como o *Facebook*, são um caminho para o combate a esse evento. Mas chamam a atenção para o fato de um verdadeiro combate às falsas informações passar pelo menos, por quatro áreas: arquitetura dos algoritmos e a codificação destes, o mercado, e a criação de normas e leis – que precisam de ser discutidas e realizadas de uma forma que não permita a censura ou o privilégio da informação apenas por alguns grupos:

Fake news presents a complex regulatory challenge in the increasingly democratized and intermediated on-line information ecosystem. Inaccurate information is readily created; rapidly distributed by platforms motivated more by financial incentives than by journalistic norms or the public interest; and consumed eagerly by users for whom it reinforces existing beliefs (Verstraete, Bambauer, & Bambauer, 2017, p. 32).

- 15 Este ponto de vista vai ao encontro do que foi defendido pela Organização das Nações Unidas (ONU), que em março de 2017 classificou a pós-verdade como uma preocupação global, alertando, porém, que a criação de algumas normas e leis pode “trazer junto censura da imprensa”, de acordo com interesses políticos e comerciais. De acordo com o comunicado da ONU, o caminho passaria por uma discussão profunda da sociedade e dos profissionais da área da comunicação social.
- 16 Na esfera comunicacional, o jornalismo vem investindo na criação de serviços de *fact-checking* – tema central deste artigo – e em campanhas contra as notícias inverídicas. Nos Estados Unidos, por exemplo, o centenário *The New York Times* vem fazendo chamadas em suas edições em favor “do jornalismo de qualidade”, com frases como: “Verdade. Nunca foi tão importante como agora” e “Verdade. É vital para a democracia”. A mesma atitude é seguida por outros grandes, como o *Le Monde*, de França, o *El País*, de Espanha, e o britânico *The Guardian*.
- 17 No Brasil, o grupo *Globo*, o maior grupo de comunicação do país, desde março de 2017 que divulga nos seus canais campanhas com frases como: “Mentira tem pernas curtas. Mas cauda longa”, “Onde há fumaça, há fogo. Ou não”, e “O que os olhos não veem a gente investiga”. Já a *Folha de São Paulo*, o jornal de referência mais lido do Brasil, deixou de compartilhar suas matérias jornalísticas no Facebook, como procedimento para inibir a desinformação no mundo das redes sociais, em fevereiro de 2018.

2. O fact-checking

- 18 O crescimento do *fact-checking*, a checagem de fatos, está diretamente conectado ao boom das *fake news*, em uma associação clara do modelo como um antídoto às notícias fantasiosas que cada vez mais circulam pela Internet. Como destacado na Introdução deste artigo, até janeiro de 2019, segundo um estudo da Universidade Duke⁹, existiam 161 iniciativas de *fact-checking* em 53 países pelo mundo. Um aumento significativo, de 265%, desde o primeiro estudo realizado pela universidade americana em 2014, quando existiam apenas 44 *websites* especializados em checagem.
- 19 Ao falar em *fact-checking* há uma discussão grande sobre qual o seu papel no jornalismo. Seria uma nova fórmula de se fazer jornalismo? Uma nova editoria ou especialidade? Uma nova técnica? ... Muitas questões, para as quais provavelmente poucas respostas se encontram.
- 20 Parte das indagações sobre se o *fact-checking* é uma nova especialidade ou uma fórmula de se fazer jornalismo é sustentada pelo facto de que uma das principais premissas do jornalismo é justamente a checagem de uma determinada situação, como salientam grandes especialistas da comunicação, como Nelson Traquina (2001) e Miguel Rodrigo Alsina (2009). Os dois autores conceituam o jornalismo através de premissas básicas, como a de checar ou verificar e transmitir informações de forma “neutra e sem opiniões pessoais”.
- 21 O problema, no entanto, é que o jornalismo diário da atualidade – e em especial o generalista – vem perdendo parte desses conceitos, seja pelo imediatismo de colocar uma notícia *online*, seja pela falta de preparação (e estrutura), seja até mesmo pelas mudanças que o jornalismo vem sofrendo por conta das novas tecnologias. Na visão do professor da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Orlando Tamposi (2005), o jornalismo das redações peca ao se basear apenas em declarações de fontes, ouvidas

muitas vezes por telefone, e sem levar em conta se o que elas falam é verdadeiro ou falso. Um jornalismo “declaratório” e de imediatismo.

2.1. Breve Histórico

- 22 O *fact-checking* nasceu diretamente conectado com o mundo da política, na década de 80. De acordo com o jornalista Tom Rosenstiel (2013), em seu livro *The new ethics of journalism: Principles for the 21st Century*, e com o artigo *The rise of political fact-checking*, de Michael Dobbs (2012), a origem do movimento estaria ligada aos comentários pós-eleição de 1988 nos Estados Unidos do repórter e então colunista do *The Washington Post* David Broder. Na ocasião, após acirrada disputa entre o republicano George H. W. Bush e o democrata Michael Dukakis, Broder criticou aquilo que os candidatos afirmaram nos debates, por a informação veiculada ser, por vezes, “mentirosa, desqualificada, suja, demagoga, sem conteúdo”, entre outras características semelhantes.
- 23 Em 1991, com o jornalista Brooks Jackson, a CNN lançou o projeto *AD Police*, que teve a missão de checar as informações equivocadas ditas pelos políticos durante a eleição presidencial dos EUA entre George H. W. Bush e Bill Clinton. Mais tarde, em 2003, o mesmo Brooks Jackson lançou o primeiro *website* do movimento, intitulado FactCheck.org, também direcionado a checar as falas ditas por políticos – principalmente as das eleições daquele ano, entre George W. Bush e John Kerry.
- 24 Em uma palestra sobre *fact-checking* reproduzida pelo jornal *O Globo*¹⁰, em novembro de 2014, Brooks Jackson contou que recebeu a tarefa de checagem de seu editor, Tom Hannon, que lhe ordenou que conferisse se tudo o que os pré-candidatos à presidência americana diziam durante a campanha nas primárias republicanas e democratas daquele ano era verdade. Em um primeiro momento, segundo o jornalista, a ideia de contestar falas inverídicas “era muito boa”, porém ele teria ficado reticente ao perceber as polêmicas que o trabalho poderia originar, principalmente quando fosse a vez de carimbar de “falso” o homem mais poderoso do mundo – o presidente norte-americano, na época George H. W. Bush.
- 25 O *website* FactCheck.org foi lançado próximo das eleições que elegeram outro Bush para presidência dos Estados Unidos, o George W. Bush, que naquele ano concorreu contra o democrata John Kerry. A iniciativa foi um sucesso, conseguindo registrar entre 200 mil e 300 mil acessos por dia, o que na época se considerava excelentes números. E incentivou outros órgãos a criarem o seu *fact-checking*, como foi o caso do *Tampa Bay Times*, que lançou a editoria *Politifact*.
- 26 Desde 2016, por conta do *boom* do movimento, há um código de princípios e técnicas que deve ser seguido para que uma iniciativa seja reconhecida e cadastrada pela Rede Internacional de Fact-Checking (IFCN). De acordo com o *website* oficial da organização, entre essas medidas estão: compromisso com o não partidarismo e com a Justiça; compromisso com a transparência de fontes; compromisso com a transparência do financiamento; compromisso com a transparência da metodologia de checagem; e compromisso com correções abertas e honestas.

3. Metodologia

- 27 A metodologia de pesquisa científica escolhida para a análise empírica deste artigo será a de Análise de Conteúdo. Para Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt (2005), no livro *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, ao decidir a metodologia ou o método de análise de determinada pesquisa deve-se levar em consideração sobretudo a sua pertinência como fórmula de obtenção dos resultados esperados, não sendo um método “melhor ou pior do que qualquer outro”, pois o mesmo depende “dos objetivos da investigação, do modelo de análise e das características do campo de análise” (p. 186).
- 28 A escolha pela realização de uma análise de conteúdo passa pela possibilidade de a metodologia poder ser utilizada tanto para análises quantitativas de pesquisa quanto para análises qualitativas e críticas do material em investigação, como defendem Chritian Laville e Jean Dionne (2007):
- Duas modalidades opostas? Em suas versões radicais certamente. Porém as perspectivas quantitativas e qualitativas não se opõem então e podem até parecer complementares, cada uma ajudando à sua maneira o pesquisador a cumprir sua tarefa, que é a de extrair as significações essenciais das mensagens analisadas (Laville & Dionne, 2007, p. 218).
- 29 Na perspectiva de Laville e Dionne, portanto, a utilização em conjunto de análises quantitativas e qualitativas depende dos objetivos, das expectativas e das hipóteses de resultado da pesquisa a ser realizada. Seguindo essa lógica, este artigo se propõe analisar um ano inteiro – ou doze meses – de textos jornalísticos produzidos pelos quatro *serviços de fact-checking do Brasil e de Portugal* credenciados pela Rede Internacional de Fact-Checking (IFCN), sendo este tempo condizente com a orientação dos autores consultados, uma vez que o *Fact Check do Observador* assinou o compromisso em 27 de março de 2017; o *Truco*, em 28 de março de 2017; *Aos Fatos*, em 30 de março de 2017; e a *Agência Lupa*, em 28 de março de 2017, de acordo com datas expostas no *website* oficial da IFCN. Por conseguinte, os doze meses de análise desta pesquisa estão compreendidos entre abril de 2017 e março de 2018, com a seguinte questão de investigação proposta:
- Tendo como princípio que o *fact-checking* tem como objetivo a checagem de informações falsas, usando toda a disponibilidade de fontes possíveis para a realização dessa checagem, quais os tipos e as variedades de fontes utilizadas pelos *fact-checkers do Brasil e de Portugal* para classificar determinados fatos e falas como falsos e verdadeiros?
- 30 A investigação passa ainda pela hipótese em que se acredita que, ao prezar uma checagem ampla de uma informação, os serviços de *fact-checking* concentram em seus textos uma grande variedade de fontes. Principalmente as fontes oficiais – aquelas que representam os poderes públicos; as fontes referenciais – relativas à pesquisa de determinado assunto, como o uso de dados através de leis como a da Transparência no Brasil, quando o poder público é obrigado a repassar a informação sem o intermédio da assessoria de imprensa; e as fontes especializadas – em que se “ouvem” especialistas da área dessa informação para cancelar as mais diferentes opiniões.

4. As Fontes

- 31 No livro *Fontes de notícias – Ações estratégicas das fontes do jornalismo*, Aldo Antonio Schmitz (2011) classifica as fontes da seguinte maneira: Oficial (representa três níveis

de poder: o executivo, legislativo, judiciário, ou organizações a eles agregadas); Empresarial (representa a indústria e o comércio); Institucional (organizações sem fins lucrativos); Popular (população em geral); Notável (famosos); Testemunhal (presenciou algum fato); Especializada (estudiosos em determinado assunto); e Referencial (bibliografia e documentos).

- 32 Para Schmitz, quanto maior o uso de fontes – de diferentes classificações –, maior poderá ser a idoneidade de uma informação a ser divulgada pela mídia e a certeza de que esta é verdadeira, e estudos de fontes – como esta parte da análise propõe – podem desvendar os critérios utilizados para apuração de determinada notícia e/ou característica de determinado veículo ou editoria (do jornalismo especializado). Segundo o autor, no entanto, é comum que cada editoria jornalística utilize maioritariamente apenas um único tipo de fonte na notícia: “política (oficial), economia (oficial, empresarial), cultura (notável), ciência (especializada), polícia (oficial, popular) etc.” (Scmitz, 2001, p. 48).
- 33 Outras três classificações de fontes, não expostas por Schmitz, foram acrescentadas na tentativa de obter um melhor esclarecimento em relação à problemática proposta por este artigo. Entre elas está aquela a que chamaremos “redes sociais” e “Internet”, que foi acrescentada pela motivação de o *fact-checking*, como visto anteriormente, ter como sua principal bandeira o combate às notícias falsas em circulação nas redes sociais e na Internet. A outra fonte de notícia acrescentada é aquela a que chamaremos aqui “outras mídias”, que será contabilizada quando for percebida a utilização pelos *fact-checkers* de informações vindas de outros órgãos de imprensa, como forma de apurar matérias e falas checadas por eles.

4.1. Fontes mais utilizadas pelos serviços de *fact-checking* do Brasil e de Portugal

- 34 Na análise de conteúdo, realizada entre os meses de abril de 2017 e março de 2018, acreditava-se, como pontuado na hipótese deste artigo, em um uso diversificado das fontes de notícia como forma justamente de assegurar um maior grau de confiabilidade da checagem publicada pelos serviços de *fact-checking*, uma vez que, por vezes, a matérias dessas iniciativas é como se fosse a correção de uma informação já divulgada por outros órgãos de comunicação. O que se viu a partir dos resultados alcançados, no entanto, foi uma predominância do uso de três tipos de fontes: a referencial, “outras mídias” e a oficial.
- 35 Ao todo, em números gerais, foi contabilizada a utilização de 8 074 fontes identificadas, o que equivale a uma média de aproximadamente 17 fontes utilizadas por matéria ou cinco fontes para cada checagem. Do total de 8 074 fontes: 2 949 foram consideradas fontes referenciais (36.5%); 1 945 outras mídias (24.1%); e 1 791 fontes oficiais (22.1%). Dão assim, juntas, uma porcentagem de 82.7% do total, conforme pode ser visto na Tabela 1.

36

Tabela 1. As fontes dos serviços de fact-checking luso-brasileiros

TOTAL DE FONTES	8 074 (100%)
-----------------	--------------

FONTE REFERENCIAL	2 949 (36,5%)
FONTE “OUTRAS MÍDIAS”	1 945 (24,1%)
FONTE OFICIAL	1 791 (22,7%)
OUTRAS	1 389 (16,7%)

- 37 A superioridade do uso desses três tipos de fonte foi tão grande que, mesmo somados, os outros tipos de fontes não conseguem ultrapassar o montante nem da oficial, nem das outras mídias, nem da referencial. Este resultado demonstra que a utilização dessas fontes é um pilar fundamental para a checagem, indicando a atribuição de um maior destaque à pesquisa (na fundamentação com base em documentos e estudos – fonte referencial – e na utilização do conteúdo de outras matérias jornalísticas – fonte “outras mídias”) e à confirmação de dados junto aos órgãos competentes (fonte oficial).
- 38 O uso da fonte referencial é fundamentado por meio de bibliografias, teses, artigos e documentos – que “devem ser de origem confiável e identificada” (Schmitz, 2011, p. 27) –, trazendo a premissa de que os *fact-checkers* a utilizam por acreditarem que nesta fonte poderão encontrar os principais elementos de comprovação de uma informação. Isto sem correrem o risco de que o que foi colocado em “referência” possa ser desmentido ou distorcido pelas outras fontes que estão sendo checadas.
- 39 Foi perceptível que na maioria das ocasiões o uso da fonte referencial servia como uma espécie de “contraprova” sobre algo falado ou em discussão. E, para além de bibliografias, teses, artigos e documentos, as referências utilizadas eram retiradas através de *websites* oficiais de políticos ou órgãos oficiais e de planos de governo propostos, como na matéria intitulada *Geraldo Alckmin, João Doria, Alberto Goldman e a última briga Tucana*, publicada pela *Lupa* em 11 de outubro de 2017.
- 40 Em uma das checagens da matéria em que Geraldo Alckmin, o então governador de São Paulo e postulante à presidência do Brasil pelo PSDB, falava que obras do seu governo “nunca eram paralisadas”, a *Lupa* usou e abusou do uso das fontes referenciais para confrontar a situação e mostrar que a fala do político não estava correta. Para isso a iniciativa recorreu a informações encontradas em diários oficiais e no *website* do governo do Estado de São Paulo.

Figura 1 O uso das fontes referenciais

“Nossas obras [as lideradas pelos tucanos paulistas] não pararam”

Governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, na propaganda veiculada pelo PSDB em 02/10/2017



Durante a gestão do governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, obras ligadas a transportes ficaram paradas e outras relacionadas ao controle de inundações foram atrasadas. A linha 4-amarela do metrô não foi concluída. A extensão da linha 2-verde foi suspensa. E a construção da linha 6-laranja permanece congelada desde setembro de 2016. A duplicação da Rodovia Geraldo de Barros, SP-304, também foi paralisada no final de 2016, bem como obras no trecho norte do Rodoanel.

Em agosto de 2015, o governo de São Paulo também decidiu congelar a construção de 17 das 36 estações do monotrilho. Com

Fonte: Print screen Lupa em 10 de junho de 2018

- 41 No uso da fonte “outras mídias”, que foi a segunda mais utilizada pelos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros, foi possível observar que, assim como a referencial, ela também foi bastante utilizada como uma espécie de “contraprova” em relação às falas e informações checadas, como pode ser visto na publicação da *Lupa* do dia 28 de novembro de 2017, com o título *Eleições 2018: De olho em Joaquim Barbosa e Manuela D’Ávila*.
- 42 No conteúdo, em que o ex-presidente do Supremo Tribunal Federal do Brasil (STF) Joaquim Barbosa afirma ainda não ter se decidido sobre a sua candidatura à presidência em 2018, os repórteres o contradizem com falas do próprio protagonista em outras matérias em que ele descartava firmemente sua intenção de ser presidencial, mostrando assim a incoerência de suas declarações.
- 43 Por outro lado, a fonte “outras mídias” também foi utilizada em algumas situações como uma forma de mostrar conteúdos e ser uma espécie de “suporte” na checagem a ser realizada. Um exemplo dessa utilização pode ser retirado na matéria *Imagem que compara combustíveis sob Dilma e Temer distorce preços*, do *Aos Fatos*, em 21 de novembro de 2017.

Figura 2 O uso da fonte “outras mídias”

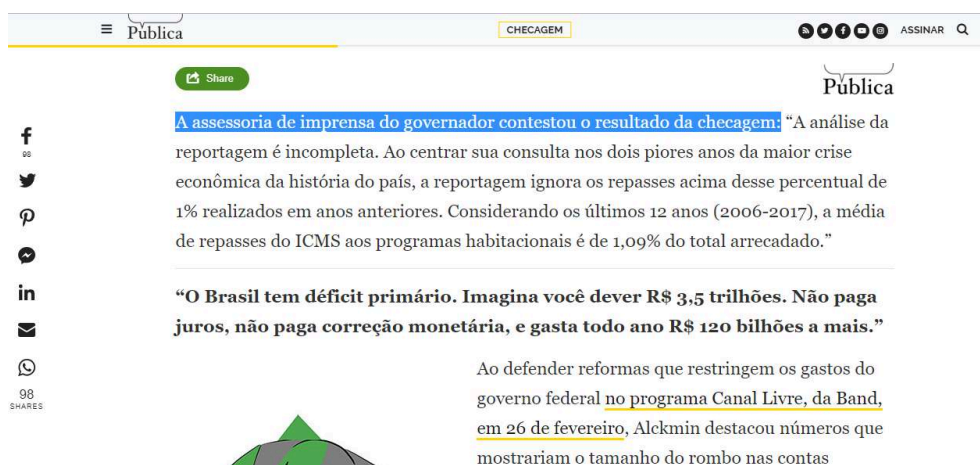
O preço médio da gasolina comum na bomba era de R\$ 2,685 na semana de 20 de março de 2011, fim do terceiro mês do primeiro governo Dilma. Durante seus mais de cinco anos de governo, esse é o valor mais próximo que a gasolina esteve dos R\$ 2,699 atribuídos à sua gestão conforme o meme. A partir de então, o preço do combustível variou, sempre com tendência de alta. A ex-presidente só viria a enfrentar o primeiro panelaço em pronunciamento em 8 de março de 2015.

Já o preço médio do etanol não é de R\$ 1,899 pelo menos desde a semana de 22 de setembro de 2013. Seu valor variou bastante durante o governo Dilma, mas, desde dezembro de 2013, não está abaixo de R\$ 2, em média.

Fonte: Print screen Aos Fatos em 13 de junho de 2018

- 44 Nessa reportagem, especificamente, foi possível observar que outras matérias jornalísticas foram as responsáveis por fornecer as informações de como os preços da gasolina estavam ao longo do governo Dilma Rousseff (2010-2016) e de como estavam no decorrer do Governo Temer (a partir de maio de 2016), levando assim ao entendimento de que elas foram a base da apuração do conteúdo divulgado.
- 45 O grande uso de outras mídias como fontes é algo não aparentemente comum nas reportagens diárias de jornais de referência, uma vez que pode atrair seus leitores para os concorrentes. Os serviços de *fact-checking*, no entanto, não parecem se preocupar com isso e creditam parte de sua apuração ao que é dito pelos jornais e *websites* informativos, mesmo que também sejam seus concorrentes diretos, como no caso em que o *Truco* fez referência a uma checagem da *Lupa*, na publicação *Apagão de semáforos de SP começou na gestão Doria*, de 14 de agosto de 2017.
- 46 O uso da fonte oficial, por sua vez, ficou caracterizado como uma forma de buscar respostas e frequentes posicionamentos de líderes – sobretudo políticos – checados, como pode ser visto na notícia intitulada *Em 8 frases, acertos e erros de Geraldo Alckmin*, do *Truco*, publicada em 29 de março de 2018. Nela é possível observar o uso da fonte oficial – o então governador de São Paulo, Geraldo Alckmin – como forma de coletar frases a serem checadas e, ao mesmo tempo, como uma forma de buscar respostas para as verificações que estavam a ser feitas – seja em contato direto com o político, seja com sua assessoria de imprensa.

Figura 3 O uso das fontes oficiais



Fonte: Print screen *O Truco* em 13 de junho de 2018

- 47 Foi observado que é dado um espaço maior à fonte oficial quando uma checagem é tratada como incorreta ou incoerente, como no exemplo da matéria acima citada, em que o *Truco* desmente Aleckmin quando ele disse que “São Paulo é o único estado brasileiro que põe 1% do ICMS para habitação” e ao mesmo tempo divulga a contestação da assessoria de imprensa do governador, que discorda da checagem realizada.
- 48 A utilização da fonte oficial faz parte do jornalismo também como forma de dar espaço ao direito de resposta e de procurar informações oficiais sobre determinado assunto – informações essas que deveriam ser fidedignas. É preciso salientar, no entanto, que uma fonte oficial nem sempre é 100% confiável, pois, como diz Smith (2011, p. 25), ela pode “falsear a realidade, para preservar seus interesses ou do grupo político”. Fica assim clara a necessidade, sobretudo, de um jornalismo *fact-checking* não ter em suas matérias somente o uso de fontes oficiais – como é o caso das iniciativas analisadas por este trabalho.
- 49 Das 11 fontes propostas para serem identificadas por este artigo, todas foram localizadas durante a análise de conteúdo dos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros. Como já foi discutido e evidenciado, a maior concentração em números gerais registrou-se nas fontes referenciais, “outras mídias” e oficiais – 82,7% do total. Depois delas, as que tiveram mais utilizações foram: as redes sociais, com 578 (7,2%); as notáveis, com 201 (2,4%); as institucionais, com 191 (2,3%); as especializadas, com 180 (2,2%); e as empresariais, com 137 (1,7%).
- 50 Em quarto lugar, com maior número de utilizações, a fonte de notícias “redes sociais” foi bastante utilizada para resgatar falas ditas por políticos e personalidades para contrapor com outras falas checadas deles ou vice-versa – como na matéria *Trump: “Não daria um jantar. Daria a Xi Jinping um hambúrguer do McDonald’s*, publicada pela *Lupa*, em 11 de abril de 2017, em que tuítes de Trump foram mostrados para ilustrar críticas do presidente dos Estados Unidos a encontros entre Obama (ex-presidente dos EUA) e o presidente da China, Xi Jinping. Um contraponto, já que Trump oferecia na Casa Branca, à época da publicação feita pela *Lupa*, um jantar “requintado” ao mandatário e líder chinês.

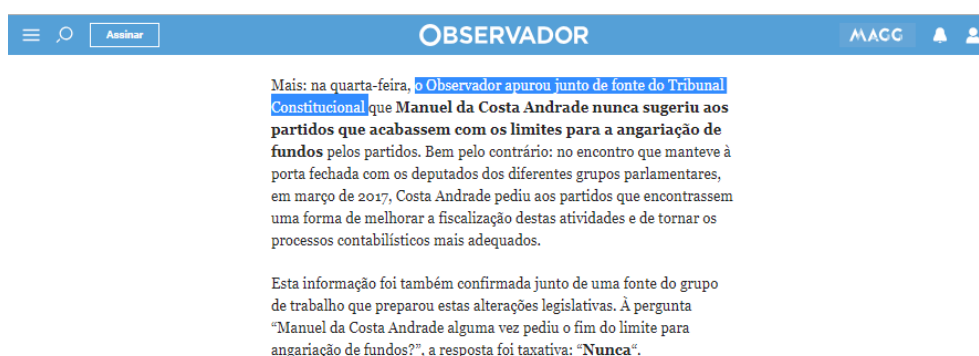
Gráfico 1 As fontes em detalhes

- 51 Outro tipo de fonte, a especializada, que antes da realização dessa análise se esperava que tivesse uma importante participação no *fact-checking* como instrumento de contestação contra informações falsas, foi pouco acionada pelas iniciativas que constituem o *corpus* da investigação. No geral com 180 (2,2%) contabilizações, ela teve a maior frequência no *Truco*, em que foi utilizada em 93 ocasiões – mais de metade do número de vezes em que apareceu nos outros *websites* investigados – e teve uma participação de quase 10% do total de fontes consultadas pela iniciativa.
- 52 A fonte notável foi utilizada nos serviços de *fact-checking* principalmente quando os mesmos citavam ou checavam falas de pré-candidatos à presidência da república do Brasil que não possuíam cargos políticos, como o caso do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, do ex-governador do Ceará Ciro Gomes e da ex-senadora Marina Silva. Já a fonte empresarial teve bastante frequência em matérias de checagem sobre a operação anticorrupção conhecida como Lava-Jato, em que empresas brasileiras foram acusadas de pagamentos de propinas a políticos em troca de obras no governo federal.
- 53 Fontes como “testemunhal”, “popular” e “Internet” raramente foram acionadas e apareceram em um contexto de ilustração ou então para confirmar ou desmentir determinado fato. No total tiveram pouca relevância.

4.2. O uso das fontes não identificadas

- 54 Se for feita uma somatória de fontes identificadas exploradas nos itens anteriores deste artigo, as fontes anónimas não chegam a ser nem 0,1% do total das 8 081 fontes utilizadas nos serviços de *fact-checking* luso-brasileiros. Mais especificamente, elas só foram acionadas em sete ocasiões, todas no *Fack Check*, do *Observador*. As outras iniciativas não as utilizaram.
- 55 Elas foram contabilizadas em três checagens diferentes e em todas foram pontuadas como uma “fonte oficial do governo” ou “fonte do Tribunal”, sem delimitar quem seria essa fonte e qual a importância dela para passar tal informação, o que destoia dos princípios estabelecidos pelo IFCN, elencados anteriormente neste artigo, como pode ser visto na matéria *Os erros e as omissões de Ana Catarina Mendes*, de 29 de dezembro de 2017.

Figura 4 O uso das fontes não identificadas



Fonte: Print screen do *Observador* em 15 de junho de 2018

- 56 Na publicação, o *Observador* usa fontes que teriam sido retiradas do judiciário para contrapor as falas da então deputada e secretária-geral-adjunta do PS, Ana Catarina

Mendes, sem explicitar, no entanto, os motivos por que esta fonte foi utilizada sob anonimato.

- 57 De forma geral, no entanto, a inexpressiva utilização de fontes anónimas demonstra existir um compromisso dos serviços de *fact-checking* para com a transparência na checagem de matérias.

Considerações

- 58 Ao longo deste artigo o *fact-checking* é apresentado como uma alternativa do jornalismo para combater a desinformação. Em suma, a consideração que se faz a partir da análise realizada é a de que a pesquisa é um instrumento fundamental durante uma checagem. Isso pode ser comprovado pela utilização, no caso das iniciativas luso-brasileiras, em mais de 80% dos casos, de fontes de notícias tidas como referenciais, “outras mídias” e oficiais – o que significa que, para além de confirmações junto a órgãos oficiais (fontes oficiais), a checagem é feita por meio de buscas e leituras de documentos diversos sobre os temas (fontes referenciais) e de outras matérias jornalísticas produzidas sobre o assunto (outras mídias).
- 59 Não se destaca, assim, a utilização em predominância de um único tipo de fonte, como em geral é realizado em editorias jornalísticas, como enfatizado por Aldo Antonio Schmitz (2011): “política (oficial), economia (oficial, empresarial), cultura (notável), ciência (especializada), polícia (oficial, popular) etc.” (Schmitz, 2011, p. 48).
- 60 É interessante destacar que a partir desta análise foi possível comprovar que uma das principais características do *fact-checking* é ter em seus textos uma apuração detalhada da informação antes de esta ser publicada. Logo, se entende que a principal aposta de empresas de comunicação para o combate das populares *fake news* é justamente uma característica que está presente no jornalismo desde o início da sua história (Traquina, 2001) e que é, justamente, a checagem de uma informação na construção de qualquer notícia. O jornalismo atual, portanto, não estaria a fazer a apuração de uma notícia de forma adequada? É uma pergunta que fica como reflexão a partir dos dados apresentados por este artigo.
- 61 Os estudos sobre o *fact-checking* ainda são escassos e merecem mais análises para entender o seu impacto no jornalismo e as consequentes transformações que a *dis-information* vem trazendo na relação da imprensa com o público, uma vez que estudar esse movimento é também investigar as implicações da pós-verdade na sociedade e nas ciências da comunicação.

BIBLIOGRAFIA

- Alsina, M. (2009). *A Construção da Notícia*. Petrópolis, Brasil: Vozes.
- Assis, M. (1984, 14 de novembro). Ao Acaso. *Diário do Rio de Janeiro*, p. 12.

- Bastos, H. (2012). A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. *Jornalismo e Conhecimento*, 9, 284-298.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo, Brasil: Edições 70.
- Dobbs, M. (2012). *The Rise of Political Fact-checking*. Washington, D.C., Estados Unidos da América: New America Foundation.
- Harsin, J. (2018). A critical guide to fake news: From comedy to tragedy. *Pouvoirs*, 164, 99-119.
- Kapferer, J. (1993). *Boatos: o mais antigo mídia do mundo*. Rio de Janeiro, Brasil: Forense Universitária.
- Laville, C., & Dionne, J. (2007). *A Construção do Saber- Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas* (revisão técnica e adaptação da obra: Lana Mara Siman). Belo Horizonte, Brasil: Editora UFMG.
- Ramirez, E. (2010). *La especialización en el periodismo: Formarse para informar*. Sevilha/Zamora, Espanha: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Rosenstiel, T. (2013). *The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century*. Los Angeles, Estados Unidos da América: The Poynter Institute.
- Schmitz, A. (2011). *Fontes de Notícias - Ações Estratégicas das fontes do Jornalismo*. Florianópolis, Brasil: Combook.
- Tambosi, O. (2005). Informação e conhecimento no jornalismo. *Jornalismo e Conhecimento*, 2, 31-38.
- Tardáguila, C. (2018, 10 de fevereiro). É uma obrigação desafiar mentira dos políticos, diz Brooks Jackson. *O Globo*. Disponível em <<http://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.html>> [Consult. em 10 de Agosto de 2019].
- Traquina, N. (2001). *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo, Brasil: Unisinos.
- Verstraete, M., Bambauer, D., & Bambauer, J. (01 de agosto de 2017). *Identifying and Countering Fake News*. Disponível em: <https://law.arizona.edu/report-identifying-and-countering-fake-news?_ga=2.242576577.234832335.1531496464-1029608053.1531496464: <https://law.arizona.edu/report-identifying-and-countering-fake->> [Consult. em 22 de junho 2019].
- Victor, F. (2017, 20 de dezembro). Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton. *Folha de São Paulo*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>> [Consult. em 17 de julho de 2019].
- Wardle, C. & Derakshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

NOTAS

1. A palavra *fact-checking* será utilizada neste trabalho seguindo o que é proposto pela Rede Internacional de *Fact-Checking* (IFCN) e seguido pela maioria das iniciativas de língua portuguesa. A palavra *fact-checker*, seguindo o mesmo critério, será utilizada quando for feita referência aos jornalistas que realizam a checagem de fatos.
2. Disponível em <<https://reporterslab.org/fact-checking/>> [consultado em: 27 de fevereiro, 2018].

3. Disponível em <<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>> [consultado em: 30 de junho, 2018].
 4. O termo luso-brasileiro será utilizado neste artigo de acordo com o entendimento estabelecido pelo dicionário Dicio, que traz em uma de suas definições o termo como um adjetivo “relativo aos países Brasil e Portugal”.
 5. Bresson, A. (2017, julho 6). If its fake, it's not News. *News 24*. Disponível em <https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706>.
 6. Jack, C. (2017). Lexicon of lies: Terms for problematic information. *Data&Society*. Disponível em https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf
 7. Wardle, C. (2017, fevereiro 16). Fake News, it's complicated. *First Draft*. Disponível em <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>.
 8. Machado de Assis foi um dos fundadores e o primeiro presidente da Academia Brasileira de Letras.
 9. Estudo disponível no *website*, acessado em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>.
 10. Disponível em < <http://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.html>> (consultado em: 10 de fevereiro, 2018).
-

RESUMOS

Os serviços de *fact-checking*, que têm suas origens ligadas à década de 1980, ganharam força e tamanho a partir das polêmicas *fake news* utilizadas durante as eleições americanas de 2016 e o *Brexit*, no mesmo ano. Este trabalho se propõe investigar as características de fontes das iniciativas do Brasil (*Truco*, *Lupa*, e *Aos Fatos*) e de Portugal (o *Fact Check* do *Observador*) devidamente credenciadas pela *International Fact-Checking Network (IFCN)*. Os resultados obtidos foram devidamente detalhados no terceiro tópico deste artigo, que traz considerações interessantes sobre as características das fontes dos *websites* analisados, sendo um dos resultados que os serviços de *fact-checking* do Brasil e de Portugal se concentram em três tipos diferentes de fontes de notícia.

Fact-checking, which have its origins in the 1980s, gained strength and size from the fake news controversies used during the 2016 US elections and Brexit, in the same year. This paper aims to investigate the characteristics of sources of initiatives from Brazil (*Truco*, *Lupa*, *Aos fatos*) and Portugal (*Observador's Fact Check*) duly accredited to the International Fact-Checking Network (IFCN). The results obtained were duly detailed in the third topic of this article, which at the end brings interesting considerations about the characteristics of the sources of the analyzed websites. One result is the discovery that the Portuguese and Brazilian fact-checking services focus on three different types of news sources.

ÍNDICE

Keywords: fact-checking, fake news, webjournalism, news sources

Palavras-chave: fact-checking, fake news, ciberjornalismo, fontes

AUTORES

JHONNY PÓVOA CAZETTA

jhonnypovoa@gmail.com

ANA ISABEL REIS

Universidade do Porto

aisabelreis@gmail.com