

Serviços públicos de mídia e desinformação: análise comparativa de EBC, RTP, RTVE e BBC

Erivelto Amarante
(Universidade Federal do Paraná)
ORCID: 0000-0003-4158-3444
(erivelto.amarante@ufpr.br)

Izani Pibernat Mustafá
(Universidade Federal do Maranhão – Imperatriz)
ORCID: 0000-0003-1229-6171
(izani.mustafa@gmail.com)

Erivelto Amarante: Jornalista, mestre em Comunicação e doutor em Ciência Política pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

Izani Pibernat Mustafá: Jornalista, professora da Graduação e da Pós-Graduação do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz. Doutora em Comunicação Social (PUCRS), mestre em História do Tempo Presente pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) e graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É Diretora de Comunicação da ALCAR – Associação Brasileira de Pesquisadores em História da Mídia.

Submissão 15/07/2025

Aceitação 02/04/2026

Serviços públicos de mídia e desinformação: análise comparativa de EBC, RTP, RTVE e BBC

Resumo (PT): Este artigo analisa como quatro Serviços Públicos de Mídia — EBC (Brasil), RTP (Portugal), RTVE (Espanha) e BBC (Reino Unido) — estruturam (ou não) seções específicas voltadas ao combate à desinformação em seus serviços *online*. Com base em análise qualitativa dos portais institucionais, observou-se a presença de editorias como frequência de atualização, recursos pedagógicos e estratégias de literacia midiática. Os resultados revelam que BBC e RTVE mantêm iniciativas consolidadas (BBC Verify e VerificaRTVE), com produção regular, linguagem acessível e articulação internacional. A RTP não possui uma editoria de verificação digital. A Agência Brasil, da EBC, não tem seção voltada à checagem ou à educação crítica da audiência. Conclui-se que o enfrentamento da desinformação requer estratégias editoriais, compromisso pedagógico e inovação simbólica coerente com os princípios do serviço público de mídia.

Palavras-chave: Serviço público de mídia, Desinformação, *Fact-checking*, Literacia midiática, Comunicação pública.

Public media services and disinformation: comparative analysis of EBC, RTP, RTVE and BBC

Abstract (EN): This article analyzes how four Public Service Media — EBC (Brazil), RTP (Portugal), RTVE (Spain), and BBC (United Kingdom) — structure (or not) specific sections dedicated to combating disinformation in their online services. Based on a qualitative analysis of institutional portals, the presence of editorial sections such as update frequency, pedagogical resources, and media literacy strategies was observed. The results reveal that BBC and RTVE maintain consolidated initiatives (BBC Verify and VerificaRTVE), with regular production, accessible language, and international engagement. RTP does not have a digital verification section. EBC's Agência Brasil does not have a section dedicated to fact-checking or critical audience education. The conclusion is that combating disinformation requires editorial strategies, pedagogical commitment, and symbolic innovation consistent with the principles of public service media.

Keywords: Public service media, Disinformation, Fact-checking, Media literacy, Public communication.

Introdução

Nas últimas décadas, a desinformação consolidou-se como um dos mais complexos desafios para as democracias contemporâneas. Impulsionada pela lógica de circulação de conteúdos das plataformas digitais, pela fragmentação dos públicos e pela crescente crise de confiança nas instituições jornalísticas, a disseminação de informações falsas ou enganosas tornou-se parte estruturante do ambiente mediático global (Santaella, 2019; Mourão & Robertson, 2019). Nesse cenário, os Serviços Públicos de Mídia (SPM), por sua missão histórica de produzir informação confiável, acessível e plural, são convocados a reafirmar sua relevância social por meio de ações que enfrentem diretamente essa nova realidade (Canavilhas & Ferrari, 2018; Baptista et al., 2021).

Entre as múltiplas estratégias possíveis, destaca-se o papel dos portais noticiosos *online* mantidos por SPM, que funcionam como interfaces diretas com o público e concentram parte significativa de sua produção informativa. Essas plataformas não apenas replicam conteúdos jornalísticos oriundos da televisão ou do rádio, mas também representam um campo autônomo de produção e distribuição de informação, com potencial para adotar abordagens inovadoras frente à desinformação (Delmazo & Valente, 2018; Alves et al., 2023). A presença (ou ausência) de seções específicas voltadas ao *fact-checking*, à checagem de boatos ou à literacia midiática pode ser um indicativo importante do compromisso institucional com a integridade informacional (Graves & Cherubini, 2016).

Este artigo propõe-se analisar comparativamente os serviços *online* de quatro serviços públicos de mídia de referência: EBC (Brasil), RTP (Portugal), BBC (Reino Unido) e RTVE (Espanha). O foco está na verificação da existência e no exame das características de editorias, seções ou áreas dedicadas especificamente ao combate à desinformação dentro dos portais institucionais, excluindo iniciativas paralelas ou dispersas não estruturadas, como editoria dedicada à verificação, ao combate à desinformação e à promoção da literacia midiática. Pretende-se compreender em que medida tais espaços estão institucionalizados, qual sua visibilidade e frequência de atualização, quais recursos são utilizados (formato, linguagem, multimodalidade) e que tipo de abordagem educativa ou explicativa é adotada (Cardoso et al., 2020).

Essa análise é motivada pela compreensão de que a atuação *online* dos SPM pode contribuir significativamente para a promoção de uma cultura pública da informação baseada na veracidade, na verificação e na educação crítica dos cidadãos (Bucci, 2019;

Wardle, 2017). A partir desse princípio, considera-se que o combate à desinformação não se resume à incorporação de tecnologias ou ao uso de ferramentas digitais, mas também envolve escolhas editoriais, princípios éticos e valores públicos que se refletem na organização e na curadoria do conteúdo (Dunker, 2017).

Ao centrar-se no plano digital, o artigo também busca discutir a adaptação dos SPM à sociedade da plataforma, na qual a autoridade informativa dos Serviços Públicos de Mídia é constantemente colocada à prova por algoritmos, influenciadores e lógicas comerciais.

Nesse contexto, a criação de seções estáveis e reconhecíveis de combate à desinformação pode funcionar como estratégia de diferenciação simbólica e de reposicionamento institucional frente à erosão da confiança e à competição com atores informativos não regulados (Zimmermann & Kohring, 2020).

1. Fundamentação teórica

A desinformação tornou-se um dos principais problemas informacionais do século XXI, não apenas pela sua presença massiva nos ambientes digitais, mas pelos efeitos que provoca na esfera pública, no comportamento político e nas relações de confiança entre cidadãos e instituições (Abernathy, 2020; Cruz, 2019). Diferente de informações incorretas veiculadas por erro, a desinformação caracteriza-se pela intencionalidade de enganar, manipular ou distorcer percepções sociais e políticas, geralmente com fins ideológicos, financeiros ou eleitorais (Serra, 2018; Vosoughi et al., 2018). Seu poder de disseminação é amplificado por algoritmos de recomendação, bolhas de filtro e dinâmicas de viralização típicas das plataformas digitais (Shehata & Strömbäck, 2021; Walter et al., 2020).

Nessa conjuntura, os Serviços Públicos de Mídia (SPM) ocupam uma posição estratégica e paradoxal. Por um lado, são historicamente responsáveis por promover informação verificada e de interesse público. Por outro, enfrentam desconfiança crescente, cortes de financiamento e pressões políticas que limitam sua capacidade de inovar e reagir a essas novas ameaças (McNair, 2017; Couldry, 2019). Além disso, há um deslocamento da autoridade informativa, provocado pela ascensão de produtores de conteúdo não regulados e pela circulação descontrolada de desinformação (Allen et al., 2021; Robertson et al., 2020).

Um dos caminhos possíveis para essa reconfiguração é a aposta em transformações que não se limitam a aspectos tecnológicos, mas que envolvem novos sentidos, formatos, narrativas e estratégias de comunicação com a sociedade (Albuquerque, 2020; Torre & Jerónimo, 2023). No caso do combate à desinformação, a inovação simbólica se manifesta na criação de editorias e espaços de *fact-checking*, bem como em projetos de educação midiática que visam desenvolver o senso crítico da audiência frente à avalanche de conteúdos enganosos (Roxo & Melo, 2018; Galhardi et al., 2020).

Essa dimensão educativa remete à noção de literacia midiática, entendida como o conjunto de competências que capacitam indivíduos a acessar, interpretar, avaliar e criar conteúdos de forma crítica e autônoma (Patatt & Rocha, 2020). Promover a literacia midiática é uma das formas mais eficazes de fortalecer a cidadania e enfrentar os efeitos tóxicos da desinformação, especialmente em contextos onde há baixa confiança institucional e fragilidade do ecossistema informativo (Alcaide-Pulido, 2023; Couraceiro et al., 2022).

Além disso, o enfrentamento da desinformação envolve dimensões éticas e políticas. Os Serviços Públicos de Mídia devem ser cuidadosos ao assumir o papel de árbitros da verdade, evitando reforçar percepções de parcialidade ou censura. É necessário que suas ações se baseiem em princípios de transparência, metodologias claras de verificação e prestação de contas pública, de modo a não comprometer sua credibilidade (Humprecht, 2020; Graves, 2018). Essa preocupação é ainda mais sensível em contextos politicamente polarizados ou em países onde os meios públicos são vulneráveis à interferência governamental (Cruz, 2019; Dourado & Alencar, 2020).

A compreensão de desinformação como fenômeno central nas democracias contemporâneas exige sua articulação com o papel institucional dos Serviços Públicos de Mídia. Mais do que meros mediadores informativos, esses sistemas devem ser entendidos como infraestruturas comunicacionais orientadas ao interesse público, responsáveis por garantir pluralismo, confiança e coesão social em ambientes mediáticos fragmentados. Nessa perspectiva, o SPM não se limita à função clássica de mediação da esfera pública (Habermas, 2006), mas assume também funções pedagógicas, culturais e tecnológicas, especialmente no contexto da digitalização e da plataformização da comunicação.

Conforme se destaca no Livro Branco do Serviço Público de Mídia, tais instituições devem atuar como referências de qualidade, espaços de inclusão e agentes de promoção

da literacia mediática, articulando inovação e responsabilidade social no enfrentamento das desordens informacionais (Lopes et al., 2023). Assim, compreender o papel dos SPM frente à desinformação implica reconhecê-los como atores estratégicos na reorganização do ecossistema informativo contemporâneo.

2. Metodologia

Este estudo adota uma abordagem qualitativa e descritiva, com foco em análise documental e de conteúdo (Gil, 2008; Minayo, 1992) aplicada aos portais noticiosos *online* de quatro Serviços Públicos de Mídia: EBC (Brasil), RTP (Portugal), BBC (Reino Unido) e RTVE (Espanha). O objetivo central é identificar e analisar seções, editorias, áreas temáticas ou marcas editoriais específicas e claramente identificáveis nos *sites* informativos desses veículos que sejam voltadas explicitamente ao combate à desinformação, seja por meio de práticas de *fact-checking*, verificação de boatos, explicações sobre desinformação ou ações educativas voltadas à literacia midiática (Amazeen, 2019; Cardoso et al., 2020).

A partir da concepção habermasiana de esfera pública, os Serviços Públicos de Mídia devem ser entendidos como instituições mediadoras entre Estado e sociedade civil, dotadas de uma função de garantia do pluralismo informativo. No contexto da desinformação digital, essa função se redefine, exigindo mecanismos de transparência, prestação de contas e educação midiática como pilares da legitimidade democrática (Habermas, 2006; McNair, 2017; Couldry, 2019).

A seleção dos quatro Serviços Públicos de Mídia partiu do critério de relevância institucional e diversidade geopolítica, considerando tanto países lusófonos (EBC e RTP) quanto sistemas historicamente consolidados de Serviço Público de Mídia (BBC e RTVE), permitindo um recorte comparativo internacional. Cada uma dessas instituições opera com lógicas distintas de financiamento, regulação e autonomia editorial, o que oferece um campo fértil para compreender diferentes graus de priorização editorial e institucionalização do combate à desinformação em ambientes digitais (Robertson et al., 2020; Ardia et al., 2020). O método comparativo, neste caso, é adotado para iluminar o objeto de estudo proposto, porque, “na comparação, o estranho, o imponderável e o inesperado podem vir à luz com mais facilidade durante a busca por semelhanças e diferenças” (Geraldês & Sousa, 2011, p. 6). Com base nessa perspectiva, entende-se que

a comparação entre quatro SPM de diferentes países pode contribuir para problematizar e responder às hipóteses propostas.

O *corpus* da pesquisa foi composto pelos *sites* oficiais de notícias dos respectivos Serviços Públicos de Mídia: www.agenciabrasil.ebc.com.br, www.rtp.pt/noticias, www.rtve.es/noticias e www.bbc.com/news. O período de coleta ocorreu entre maio e junho de 2025, com navegação sistemática pelas páginas iniciais, menus, submenus e seções dedicadas, além de consultas por palavras-chave como “desinformação”, “*fake news*”, “verificação”, “*fact-checking*” e equivalentes nos idiomas originais (português, espanhol e inglês).

A pesquisa segue a lógica dos estudos de casos múltiplos (Yin, 2009), em que cada Serviço Público de Mídia é compreendido como um caso particular dentro de um mesmo fenômeno: o enfrentamento institucional da desinformação. A comparação não visa generalizações universais, mas a identificação de padrões e contrastes simbólicos e editoriais (Ragin, 2014).

A análise concentrou-se em quatro dimensões principais: (1) existência e localização de seções fixas ou editoriais específicas relacionadas com o combate à desinformação; (2) grau de visibilidade e acesso dentro do portal (posição no menu, destaque na *homepage*, frequência de atualização); (3) formatos utilizados (texto, vídeo, infográfico, podcast etc.); e (4) indícios de colaboração com iniciativas externas, como agências de verificação, consórcios jornalísticos ou programas de educação midiática (Dourado & Alencar, 2020; Paisana et al., 2020).

Complementarmente, foram observadas as estratégias discursivas adotadas nos conteúdos analisados, com atenção à linguagem, tom, autoria e fundamentação das verificações apresentadas. O estudo não se propõe avaliar a eficácia das iniciativas, mas compreender como o compromisso com a integridade informacional se manifesta simbolicamente e editorialmente nos espaços digitais mantidos por esses Serviços Públicos de Mídia (Alves et al., 2023).

3. Análise e resultados

A seguir, apresentamos os resultados da análise dos portais noticiosos dos quatro Serviços Públicos de Mídia selecionados: EBC (Brasil), RTP (Portugal), RTVE (Espanha) e BBC (Reino Unido). Para facilitar a compreensão e permitir a comparação entre os casos, cada

instituição analisada é abordada em tópico próprio, com descrição detalhada de sua estrutura editorial, presença (ou ausência) de seções dedicadas ao combate à desinformação, estratégias adotadas e grau de institucionalização das práticas. Essa organização busca evidenciar os contrastes e padrões observados entre diferentes contextos nacionais, permitindo uma leitura mais clara sobre os caminhos e desafios enfrentados pelos Serviços Públicos de Mídia no enfrentamento da desinformação digital.

3.1 EBC (Agência Brasil)

A análise do portal de notícias da Agência Brasil, serviço *online* de notícias da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), revela que não há uma editoria, seção fixa ou área em destaque dedicada especificamente ao combate à desinformação. A página inicial organiza seu conteúdo por editorias tradicionais, como Política, Economia, Saúde, Internacional, Direitos Humanos, mas não apresenta nenhuma indicação de uma editoria de *fact-checking*, verificação de boatos ou mesmo uma área dedicada à literacia midiática.

Quadro 1 – EBC (Brasil)

Editoria de checagem	Não
Visibilidade no <i>site</i>	Inexistente
Literacia midiática	Não identificada
Parcerias externas	Não
Nível de estruturação	Ausente

Durante a navegação na *homepage*, observa-se que o *site* adota uma estrutura clara e funcional, com destaques para as principais notícias do dia e seções temáticas. Contudo, a ausência de uma seção visível voltada à verificação de informações limita o reconhecimento institucional da EBC como uma fonte ativa na luta contra a desinformação. Mesmo em tempos de polarização informacional, o portal parece apostar em uma lógica de cobertura jornalística convencional, sem explicitar práticas de verificação ou desmentido de conteúdos enganosos circulantes.

Além disso, não há recursos de busca visivelmente orientados à checagem de fatos nem etiquetas (*tags*) que indiquem conteúdos relacionados com desinformação, *fake news* ou temas correlatos. Os conteúdos publicados seguem a lógica da reportagem factual, com

apuração tradicional, mas sem uma camada editorial que articule pedagogicamente o processo de verificação ou forneça contexto ampliado sobre desinformações comuns que circulam em plataformas e redes sociais.

A inexistência de uma seção permanente ou mesmo pontual voltada ao combate à desinformação pode ser interpretada como um sintoma das limitações institucionais da EBC, que enfrenta desafios recorrentes relacionados com a autonomia editorial e a instabilidade política (Nitahara & da Luz, 2021). A ausência desse investimento simbólico e editorial na EBC reduz seu potencial de diferenciação e contribuição ativa para a saúde informacional no Brasil.

Figura 1 – Interface do *site* da Agência Brasil/EBC



Fonte: Reprodução/EBC

Por outro lado, a EBC mantém uma estrutura multimídia com TV, rádio, portal e redes sociais, o que abre a possibilidade de futuras articulações e plataformação em torno de projetos educativos e verificadores. A existência da vinculação da Radioagência Nacional e da TV Brasil ao portal, pode representar um campo potencial para explorar conteúdos de verificação e literacia midiática, ainda que, neste momento, isso não esteja visivelmente integrado ao serviço noticioso digital.

O caso da EBC evidencia os limites do serviço público de mídia brasileiro diante da desinformação. A ausência de iniciativas estruturadas de checagem e de ações de literacia midiática restringe sua contribuição para a esfera pública, entendida aqui como espaço de deliberação crítica (Habermas, 2006). Tal fragilidade compromete a credibilidade pública

da instituição e revela a dificuldade de alinhar-se ao ideal de transparência e responsabilidade defendido por McNair (2017) e Couldry (2019).

3.2 RTP (RTP Notícias)

A análise do portal RTP Notícias, braço digital da Rádio e Televisão de Portugal, mostra que, embora o *site* mantenha uma organização moderna e funcional, não há uma editoria ou seção específica dedicada ao combate à desinformação. Em uma primeira leitura, chama a atenção a presença do programa Prova dos Factos, destacado com identidade visual própria, o que poderia sugerir a existência de uma iniciativa de *fact-checking*. No entanto, uma observação mais atenta revela que esse conteúdo corresponde a um programa jornalístico investigativo do canal televisivo, e não a uma estrutura editorial de verificação de notícias no ambiente digital.

Quadro 2 – RTP (Portugal)

Editoria de checagem	Não
Visibilidade no <i>site</i>	Inexistente
Literacia midiática	Não identificada
Parcerias externas	Não
Nível de estruturação	Ausente

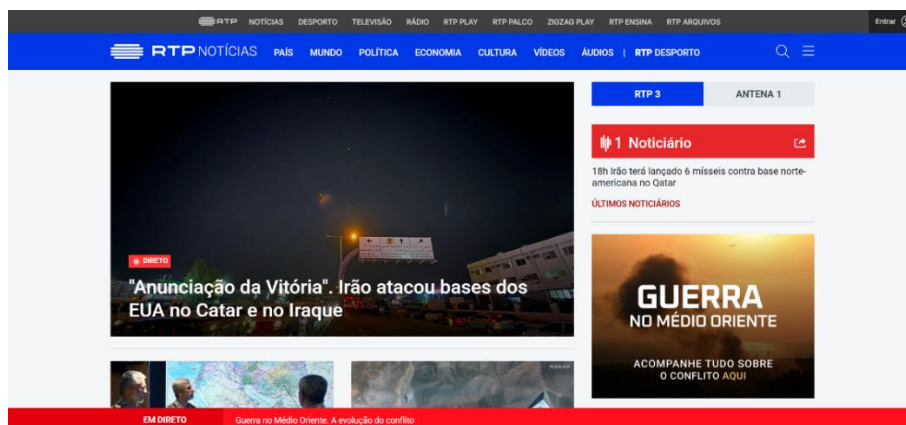
Além dessa impressão inicial, não se identifica, na navegação pelo *site*, nenhuma editoria, *tag* ou seção dedicada especificamente à verificação de fatos, ao desmentido de desinformações ou à promoção de literacia midiática. O conteúdo disponível segue a lógica da cobertura factual e noticiosa comum, sem indicações de que haja qualquer tipo de curadoria editorial voltada a responder ou esclarecer desinformações em circulação.

Ainda que a RTP desenvolva iniciativas pontuais com potencial educativo em outros espaços institucionais, como o canal infantil ZigZag e as intervenções dos Provedores do Telespectador e do Ouvinte, não identificamos no *site* recursos de navegação ou filtros que orientem o usuário a encontrar conteúdos que tratem diretamente da desinformação ou de seus efeitos a partir de uma editoria estruturada. A ausência de materiais reforça a constatação de que a RTP não desenvolve uma estratégia digital visível e institucionalizada de enfrentamento à desinformação em seu portal noticioso.

A ausência de iniciativas específicas de verificação ou espaços voltados à literacia midiática evidencia um hiato entre a missão pública da RTP e as práticas adotadas no

ambiente digital. Essa lacuna reduz sua capacidade de afirmar-se como instância de confiança no ecossistema informativo e de promover uma cidadania comunicativa ativa (Habermas, 2006). Ao limitar-se a uma atuação predominantemente reativa, a instituição fragiliza seu papel de mediadora simbólica e educativa, essencial à consolidação de uma cultura pública de comunicação (Humprecht, 2020).

Figura 2 – Interface do *site* RTP Notícias



Fonte: Reprodução/RTP

Ainda assim, é importante reconhecer que a RTP reúne condições institucionais e editoriais que podem favorecer o desenvolvimento de iniciativas mais estruturadas no campo da verificação e do combate à desinformação em seus ambientes digitais. A existência de conteúdos com potencial educativo e de experiências relevantes em outros espaços indica que há uma base sobre a qual estratégias mais visíveis e sistematizadas podem ser construídas. Nesse sentido, eventuais avanços na organização e na institucionalização de editorias específicas no portal noticioso poderiam ampliar o papel da RTP como agente de referência na promoção de informação qualificada e no fortalecimento da confiança pública no ecossistema midiático.

3.3 RTVE (RTVE Notícias)

A RTVE (Radiotelevisión Española) se destaca entre os operadores públicos de comunicação analisados por manter uma iniciativa digital bem estruturada e visivelmente dedicada ao combate à desinformação. A seção VerificaRTVE, acessível a partir do portal principal do grupo de mídia, funciona como uma editoria específica de verificação de fatos, com identidade visual própria, produção contínua de conteúdos e categorização temática clara. Trata-se de uma plataforma com linguagem acessível, vocabulário direto e foco em temas que circulam ativamente nas redes sociais e no debate público.

A estrutura do VerificaRTVE oferece ao público conteúdos divididos por áreas como “ciberdelitos”, “eleições” e “alfabetización mediática”, com postagens frequentes e organizadas em formatos multimídia. Cada verificação é acompanhada por classificações como “falso”, “enganoso”, “exagerado” ou “fora de contexto”, o que reforça a clareza editorial e contribui para a formação do senso crítico da audiência. As checagens explicam o contexto, apresentam fontes confiáveis e muitas vezes comparam imagens ou declarações com dados verificáveis.

Quadro 3 – RTVE (Espanha)

Editoria de checagem	Sim (VerificaRTVE)
Visibilidade no <i>site</i>	Alta (Seção dedicada)
Literacia midiática	Sim (Seção de alfabetização)
Parcerias externas	Sim (Redes europeias)
Nível de estruturação	Alto

Fonte: Autores, 2025

Apesar de o VerificaRTVE não estar em destaque no topo da *homepage* principal de notícias da RTVE, ele é acessível a partir de seções intermediárias, com chamadas em blocos específicos. A navegação é intuitiva, e o *site* principal da RTVE direciona o usuário para a plataforma de verificação com facilidade. Essa separação editorial respeita a identidade do conteúdo de checagem sem desconectá-lo da estrutura geral do Serviço Público de Mídia, demonstrando articulação institucional e integração de missão.

Um diferencial importante do VerificaRTVE é a presença de uma área voltada à alfabetização mediática, que vai além da checagem pontual. Essa seção oferece explicações sobre como identificar boatos, utilizar ferramentas de verificação e compreender o funcionamento da desinformação no ambiente digital. Ao fazer isso, a RTVE assume um papel pedagógico que extrapola a função informativa, alinhando-se a princípios de educação para a cidadania digital e literacia midiática.

Outro aspecto notável é a inserção do VerificaRTVE em uma rede europeia de verificação, com destaque para a seção “Una mirada europea”, onde são compartilhadas checagens produzidas por outros Serviços Públicos de Mídia e agências de verificação do continente. Essa colaboração fortalece a credibilidade e a legitimidade institucional da iniciativa espanhola, ampliando seu escopo e conectando a RTVE a um ecossistema transnacional comprometido com a integridade informacional.

Figura 3 – Interface do site VerificaRTVE



Fonte: Reprodução/RTVE

Em resumo, a RTVE oferece um modelo robusto e institucionalizado de combate à desinformação, com uma seção específica de verificação, linguagem acessível, estrutura pedagógica e articulação internacional. A existência da plataforma VerificaRTVE demonstra inovação simbólica e compromisso editorial com os princípios do Serviço Público de Mídia na era digital, reafirmando o papel do operador como agente ativo na defesa da informação de qualidade e no fortalecimento da democracia informacional.

A criação do VerificaRTVE representa um avanço relevante na consolidação da transparência e na valorização da literacia midiática no âmbito do serviço público espanhol. Ao integrar-se a redes europeias de verificação, a RTVE amplia sua legitimidade e fortalece uma lógica de cooperação informativa, coerente com o princípio de responsabilidade social da comunicação (McNair, 2017). Essa postura proativa reforça a confiança cidadã e expressa um compromisso simbólico com a credibilidade e a inovação, aspectos centrais para a vitalidade democrática da esfera pública contemporânea (Habermas, 2006).

3.4 BBC (BBC News)

A BBC (British Broadcasting Corporation) apresenta uma das iniciativas mais sofisticadas e amplamente reconhecidas no âmbito do combate à desinformação entre os Serviços Públicos de Mídia. A estrutura chamada BBC Verify funciona como um núcleo editorial especializado, composto por jornalistas, analistas de dados, verificadores de fatos e especialistas em inteligência de fontes abertas (OSINT). Ainda que sua presença

na *homepage* principal da BBC News nem sempre esteja em evidência imediata, trata-se de uma seção estruturada, ativa e institucionalmente consolidada.

Quadro 4 – BBC (Reino Unido)

Editoria de checagem	Sim (BBC Verify)
Visibilidade no <i>site</i>	Moderada (distribuída pelo <i>site</i>)
Literacia midiática	Sim (Conteúdo educativo transversal)
Parcerias externas	Sim (Parcerias e universidades)
Nível de estruturação	Muito alto

Fonte: Autores, 2025

O BBC Verify é facilmente localizável por meio de ferramentas de busca internas ou chamadas editoriais relacionadas com desinformação, guerras de narrativas, *deepfakes*, eleições e temas sensíveis. Os conteúdos são publicados no portal BBC News, mas também distribuídos via redes sociais e programas de TV e rádio do serviço público de mídia britânico, garantindo uma integração interplataforma consistente. Essa abordagem reforça o alcance e a coerência da estratégia editorial voltada à integridade da informação.

Diferentemente de modelos de verificação pontual com selos como “falso” ou “enganoso”, a BBC aposta em uma linha de jornalismo explicativo e analítico, com foco na contextualização, análise de origem de conteúdos virais, rastreamento de imagens manipuladas e avaliação de campanhas coordenadas de desinformação. A linguagem é formal, mas acessível, e os conteúdos frequentemente trazem detalhes sobre os métodos utilizados, incluindo rastreamento de metadados, análise de satélite e uso de ferramentas digitais de verificação.

A análise do BBC Verify evidencia a existência de uma estrutura editorial dedicada especificamente à verificação de informações, com produção distribuída em diferentes temas, como política internacional, eleições e tecnologia. Essa organização indica que a verificação está integrada às rotinas jornalísticas da BBC, a partir de uma editoria própria e institucionalizada, o que reflete um elevado grau de maturidade nesse tipo de prática.

Outro ponto relevante é que o BBC Verify não atua apenas de forma reativa, desmentindo boatos ou corrigindo informações erradas, mas também de maneira preventiva e educativa. Esse ambiente digital promove conteúdos que ensinam o público a identificar

sinais de manipulação, a entender como funcionam os algoritmos de plataformas e a reconhecer padrões comuns de desinformação.

Além disso, a BBC mantém parcerias com instituições acadêmicas e plataformas internacionais de verificação, além de seguir códigos editoriais próprios e rígidos que regem a transparência na apuração e publicação de conteúdos. O BBC Verify, nesse sentido, não é apenas uma marca editorial, mas um selo de credibilidade institucional, associado à missão pública do Serviço Público de Mídia de informar com precisão, independência e responsabilidade.

Figura 4 – Interface do *site* BBC Verify



Fonte: Reprodução/BBC

Em síntese, a BBC oferece uma estratégia de enfrentamento da desinformação altamente integrada, inovadora e tecnicamente avançada, que combina jornalismo investigativo, uso de tecnologias de verificação, educação crítica e responsabilidade pública. Embora a editoria BBC Verify nem sempre apareça de forma destacada na *homepage*, sua presença é constante e assegurada no menu de navegação do portal, consolidando a instituição pública de mídia como referência global no combate à desinformação no ambiente digital.

A experiência da BBC demonstra uma estratégia madura de integração entre verificação, transparência e formação crítica do público. A criação do BBC Verify reforça a dimensão educativa e a responsabilidade social da instituição, alinhando-se à noção de *accountability* e de confiança pública como pilares do jornalismo contemporâneo (Wardle, 2017). Ainda assim, a centralidade da corporação na validação da verdade limita

a pluralidade informativa e o debate público, dimensões essenciais à comunicação democrática (Habermas, 2006).

Conclusão

Este artigo buscou analisar de forma comparativa como quatro Serviços Públicos de Mídia — EBC (Brasil), RTP (Portugal), RTVE (Espanha) e BBC (Reino Unido) — têm estruturado, ou não, editorias ou seções dedicadas especificamente ao combate à desinformação em seus portais noticiosos *online*. A partir de uma abordagem qualitativa e descritiva, examinámos os *sites* institucionais desses operadores com o objetivo de identificar estratégias visíveis de verificação de fatos, práticas educativas voltadas à literacia mediática e iniciativas que expressem o compromisso simbólico com a integridade informacional no ecossistema digital contemporâneo.

A análise da EBC, por meio do portal Agência Brasil, revelou a ausência total de uma editoria específica voltada ao combate à desinformação. O *site* apresenta uma organização tradicional, com editorias temáticas regulares e cobertura factual, mas não há seções dedicadas à verificação de conteúdos virais, à correção de boatos ou à educação crítica da audiência. Essa lacuna pode ser interpretada como reflexo das limitações estruturais e políticas que historicamente afetam a autonomia e a inovação do Serviço Público de Mídia brasileiro.

A RTP, por sua vez, não apresenta, no portal RTP Notícias, uma editoria ou seção digital especificamente dedicada à verificação ou ao combate à desinformação. Embora haja conteúdos que aprofundem temas relevantes no campo jornalístico, tais iniciativas não se configuram como práticas sistematizadas de checagem ou desmentido de informações. Isso indica que a RTP ainda não desenvolveu um núcleo de combate à desinformação com foco digital e pedagógico, o que a posiciona de forma ambígua em relação às demandas atuais de inovação simbólica nos veículos públicos de comunicação (Lopes et al., 2023).

Em contraste, a RTVE destaca-se por manter uma estrutura institucionalizada e visível: o VerificaRTVE. Essa seção reúne conteúdos organizados por temas (ciberdelitos, eleições, alfabetização mediática), utiliza classificações claras nos conteúdos como “falso” ou “enganoso” e adota uma linguagem acessível ao público. A presença de uma subeditoria voltada à alfabetização mediática amplia o escopo da atuação da RTVE, que não se limita à checagem pontual, mas promove também ações educativas e preventivas, além de

integrar redes europeias de verificação. Isso a posiciona como um modelo avançado de serviço público comprometido com a integridade da informação.

A BBC oferece uma abordagem igualmente robusta, embora diferente em termos de visibilidade na *homepage*. Sua iniciativa BBC Verify é uma estrutura de verificação de fatos, com equipe especializada e atuação interplataforma. A estratégia da BBC combina jornalismo explicativo, rastreamento de desinformação, uso de tecnologia de verificação e uma dimensão educativa integrada a suas reportagens. Apesar de a editoria não estar em destaque constante na página principal, seu conteúdo é distribuído amplamente pelo portal e por outros canais do Serviço Público de Mídia, revelando uma abordagem madura, técnica e profundamente institucionalizada de combate à desinformação.

A comparação entre os quatro casos analisados permite identificar três níveis distintos de institucionalização e engajamento editorial com o combate à desinformação. A BBC e a RTVE ocupam o nível mais alto, com estruturas especializadas, marcas editoriais reconhecíveis, produção regular e compromisso educativo. A RTP representa um estágio intermediário, em que há esforços jornalísticos de aprofundamento, mas sem uma estratégia digital clara de verificação ou educação crítica. Já a EBC situa-se no nível mais baixo, com ausência completa de iniciativas visíveis e estruturadas nos portais analisados, o que enfraquece sua função pública frente à crise da informação.

Entre os principais achados, destacam-se: (1) a importância da visibilidade e da nomenclatura clara nas seções dedicadas à verificação; (2) o valor simbólico e político de investir em literacia midiática como parte da missão pública; e (3) o papel das parcerias e redes internacionais na legitimação dessas práticas. Além disso, verificou-se que as iniciativas mais eficazes não se restringem a corrigir boatos, mas integram ações explicativas, preventivas e educativas, que reforçam o vínculo entre o Serviço Público de Mídia e a cidadania democrática.

Em conjunto, os casos analisados evidenciam que a consolidação de uma comunicação pública democrática depende da capacidade dos Serviços Públicos de Mídia de atuarem como mediadores legítimos entre informação, cidadania e poder. Sob a ótica habermasiana, essa mediação é essencial para a vitalidade da esfera pública e para a formação de um espaço deliberativo plural (Habermas, 2006). Ao mesmo tempo, como observam McNair (2017) e Couldry (2019), a credibilidade e a confiança social nesses

meios exigem transparência, responsabilidade editorial e compromisso ético contínuo com a verdade.

Entre as limitações deste estudo, destaca-se o fato de a análise ter se restringido à observação direta dos portais institucionais no momento da coleta, sem considerar outras plataformas (TV, rádio, redes sociais), nem ter realizado entrevistas com profissionais dos operadores. Para pesquisas futuras, sugere-se o aprofundamento por meio de estudos de recepção, análise de impacto das seções verificadoras, avaliação da percepção do público sobre a confiança nos meios públicos de comunicação e investigações sobre as condições internas (editoriais, políticas e técnicas) que facilitam ou impedem o desenvolvimento de iniciativas contra a desinformação.

Não obstante, este estudo ofereceu uma contribuição relevante ao mapear comparativamente o grau de institucionalização das práticas de combate à desinformação em Serviços Públicos de Mídia. Em um contexto marcado por polarização política, colapso informacional e perda de confiança nas instituições jornalísticas, compreender como os meios públicos atuam (ou se omitem) na verificação de fatos e na formação crítica da audiência é essencial. Este estudo reforça a ideia de que a comunicação pública deve ir além da mera transmissão de notícias. Deve assumir um papel pedagógico, proativo e transparente na defesa da integridade informacional e na promoção de uma cidadania mais crítica, informada e resiliente perante as dinâmicas da desinformação digital.

REFERÊNCIAS

- Abernathy, P. M. (2020). News deserts and ghost newspaper: Will local news survive? *Center for Innovation and Sustainability in Local Media*.
<https://www.usnewsdeserts.com/reports/news-deserts-and-ghost-newspapers-will-local-news-survive/>
- Albuquerque, A. de. (2020). O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. *RECIIS*, 14(1). <https://doi.org/10.29397/reciis.v14i1.2016>
- Alcaide-Pulido, P. (2023). La lucha contra la desinformación en los contextos locales. *Revista Multidisciplinar*, 5(2), 157–175.
- Allen, J., Arechar, A. A., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). Scaling up fact-checking using the wisdom of crowds. *Science Advances*, 7(36). <https://doi.org/10.1126/sciadv.abf4393>
- Amazeen, M. A. (2019). Practitioner perceptions: Critical junctures and the global emergence

- and challenges of fact-checking. *International Communication Gazette*, 81(6–8), 541–561. <https://hdl.handle.net/2144/40538>
- Ardia, D., Ringel, E., Ekstrand, V. S., & Fox, A. (2020). *Addressing the decline of local news, rise of platforms, and spread of mis-and disinformation online*. University of North Carolina at Chapel Hill. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3765576
- Baptista, J. P., Correia, E., Gradim, A., & Piñeiro-Naval, V. (2021). A ciência cognitiva e a crença em fake news: um estudo exploratório. *Eikon. Journal of Semiotics and Culture*, (9), 103-114. <https://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/eikon/article/view/990>
- Bucci, E. (2019). Seriam as fake news mais eficazes para campanhas de direita? — uma hipótese a partir das eleições de 2018 no Brasil. *Novos Olhares*, 8(2), 21–29.
- Canavilhas, J., & Ferrari, P. (2018). Fact-checking: o jornalismo regressa às origens. In D. Buitoni (Ed.), *Jornalismo em tempo de transformação: Desafios de produção e de ação* (pp. 30–49). Editorial Sulina.
- Cardoso, G., Baldi, V., Quintanilha, T., & Paisana, M. (2020). *Agências de notícias e fact-checking. Meta-análise de estratégias de integração da verificação de factos no jornalismo de agência*. OberCom – Observatório da Comunicação. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/11/Agencias_factchecking_Nov2020.pdf
- Couldry, N. (2019). *Media: Why it matters*. John Wiley & Sons.
- Couraceiro, P., Paisana, M. (2022). *The impact of disinformation on the media industry in Spain and Portugal*. IBERIFIER. <https://iberifier.eu/2023/02/15/iberifier-reports-the-impact-of-disinformation-on-the-media-industry-in-spain-and-portugal/>
- Cruz, F. B. (2019). Fake news definem uma eleição? In M. Barbosa (Org.). *Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas*. Cobogó.
- Delmazo, C., & Valente, J. C. L. (2018). Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. *Media & Jornalismo*, 18(32), 155–169.
- Dourado, J. L., & Alencar, M. T. (2020). Agência Lupa: fact-checking como modelo de negócio na Internet. *Comunicação & Inovação*, 21(46).
- Dunker, C. (2017). *Subjetividade em tempos de pós-verdade*. In C. Dunker, *Ética e pós-verdade*. Dublinense.
- Galhardi, C. P., Freire, N. P., Minayo, M. C. D. S., & Fagundes, M. C. M. (2020). Fato ou Fake? Uma análise da desinformação frente à pandemia da Covid-19 no Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25, 4201–4210.
- Geraldes, E., & Sousa, J. (2011, setembro 2–6). *O método comparativo na pesquisa de Políticas de Comunicação*. XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Recife, PE, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2782-1.pdf>
- Graves, L. (2018). *Understanding the promise and limits of automated fact-checking* [Fact

- sheet]. Reuters Institute, University of Oxford.
https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/graves_factsheet_180226%20FINAL.pdf
- Graves, L., & Cherubini, F. (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6.^a ed). Editora Atlas SA.
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication theory*, 16(4), 411–426.
- Humprecht, E. (2020). *How do they debunk “fake news”? A cross-national comparison of transparency in fact checks*. *Digital Journalism*, 8(3), 310–327.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1691031>
- Lopes, F. (Coord.), Burnay, C. D., Santos, C. A., Santos, F. S., Wemans, J., Romano, R., & Silva, S. G. (2023). *Serviço público de mídia: Livro branco*. Ministério da Cultura.
- Melo, D. A., Alves, E. C., & Brasileiro, F. S. (2023). Práticas informacionais em ambiente digital: os produtores de conteúdo audiovisual de educação crítica no YouTube. *Informação em Pauta*, 8, 137-159. <https://doi.org/10.36517/ip.v8iesp.90654>
- Minayo, M. C. D. S. (1992). O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde. In *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. Hucitec.
- McNair, B. (2017). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. Routledge.
- Mourão, R. R., & Robertson, C. T. (2019). Fake news as discursive integration: An analysis of sites that publish false, misleading, hyperpartisan and sensational information. *Journalism Studies*, 20(14), 2077–2095. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1566871>
- Nitahara, A., & da Luz, C. R. M. (2021). O desmonte da participação social na EBC. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura*, 23(2), 22–37. <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/13770>
- Paisana, M., Pinto-Martinho, A., & Cardoso, G. (2020). Trust and fake news: Exploratory analysis of the impact of news literacy on the relationship with news content in Portugal. *Communication and Society*, 33(2), 105–117.
- Patatt, C., & Rocha, F. (2020). O fact-checking no Brasil e em Portugal: uma análise dos sites Agência Lupa e Polígrafo no combate às fake news relacionadas com o Coronavírus. *Estudos de Jornalismo*, 11(1), 6–20.
- Ragin, C. C. (2014). *The comparative method: Moving beyond qualitative and quantitative strategies*. Univ of California Press.
file:///C:/Users/Asus/Downloads/Ragin_ReviewArticle.pdf
- Robertson, C. T., Mourão, R. R., & Thorson, E. (2020). Who uses fact-checking sites? The

- impact of demographics, political antecedents, and media use on fact-checking site awareness, attitudes, and behavior. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 217–237. <https://doi.org/10.1177/19401612198980>
- Roxo, M. A., & Melo, S. (2018). Hiperjornalismo: Uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. *Revista Famecos*, 25(3).
<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.3.30572>
- Santaella, L. (2019). *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Estação das Letras e Cores.
- Serra, A. M. (2018). *Fake News: Uma discussão sobre o fenômeno e suas consequências* [monografia de graduação]. Universidade Federal do Maranhão.
<https://monografias.ufma.br/jspui/bitstream/123456789/3466/1/ALYNNE-SERRA.pdf>
- Shehata, A., & Strömbäck, J. (2021). Learning political news from social media: Network media logic and current affairs news learning in a high-choice media environment. *Communication Research*, 48(1), 125–147. <https://doi.org/10.1177/009365021774935>
- Torre, L., & Jerónimo, P. (2023). Esfera pública e desinformação em contexto local. *Texto Livre*, 16, 1–14. <https://10.1590/1983-3652.2023.41881>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://10.1126/science.aap9559>
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., & Morag, Y. (2020). Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom. *Political Communication*, 37(3), 350–375.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- Wardle, C. (2017, fevereiro 16). *Fake news. It's complicated*. First Draft News.
<https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods* (Vol. 5). SageJournals.
<https://doi.org/10.1177/017084068600700114>
- Zimmermann, F., & Kohring, M. (2020). Mistrust, disinforming news, and vote choice: A panel survey on the origins and consequences of believing disinformation in the 2017 German parliamentary election. *Political Communication*, 37(2), 215–237.
<https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1686095>