

Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação  
Graduação em Jornalismo

Jorge Carlos Carrasco González

**MEDIAÇÃO QUALIFICADA FRENTE AO CAOS INFORMATIVO:**

O papel da checagem no combate à desinformação a partir do Estadão Verifica na eleição  
presidencial de 2022

Porto Alegre

2024

Jorge Carlos Carrasco González

**MEDIAÇÃO QUALIFICADA FRENTE AO CAOS INFORMATIVO:**

O papel da checagem no combate à desinformação a partir do Estadão Verifica na eleição presidencial de 2022

Trabalho de conclusão como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.  
Orientador: Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira

Porto Alegre

2024

#### CIP - Catalogação na Publicação

González, Jorge Carlos Carrasco

Mediação qualificada frente ao caos informativo: O papel da checagem no combate à desinformação a partir do Estadão Verifica na eleição presidencial de 2022 / Jorge Carlos Carrasco González. -- 2024. 66 f.

Orientador: Felipe Moura de Oliveira.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Curso de Jornalismo, Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. Jornalismo de verificação. 2. Checagem de fatos. 3. Mediação qualificada. 4. Desinformação. 5. Fake News. I. de Oliveira, Felipe Moura, orient. II. Título.

Jorge Carlos Carrasco González

**MEDIAÇÃO QUALIFICADA FRENTE AO CAOS INFORMATIVO:**

O papel da checagem no combate à desinformação a partir do Estadão Verifica na eleição presidencial de 2022

Trabalho de conclusão como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em jornalismo da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira

Porto Alegre, 31 de janeiro de 2024

BANCA EXAMINADORA:

---

Prof. Dr. Felipe Moura de Oliveira

UFRGS

---

Prof. Dr. Basilio Sartor

UFRGS

---

Prof. Dr. Marcelo Träsel

UFRGS

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço todo o amor, o apoio e a confiança incondicionais que depositaram em mim durante os anos de estudo universitário à minha mãe, Rita; à minha irmã, Sarahi; aos meus sobrinhos e muitos outros familiares; à minha querida companheira, Fran; e aos amigos estimados.

Aos professores que com muita dedicação contribuíram com a minha formação e me guiaram durante toda minha caminhada acadêmica.

Ao meu professor e orientador Felipe, por ter me auxiliado pacientemente durante a jornada de produção desta pesquisa e por ter me presenteado com incomensurável saber.

Ao Programa de Estudantes-Convênio de Graduação (PEC-G), por ter me brindado a oportunidade de estudar no Brasil.

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), por ter me proporcionado uma educação pública e de altíssima qualidade.

## RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo central investigar o papel do Estadão Verifica, editoria de verificação de notícias do jornal O Estado de São Paulo, no combate à desinformação e notícias falsas durante o período eleitoral de 2022, compreendido para este trabalho, entre 1 e 31 de outubro de 2022. Os objetivos específicos são (a) elencar e compreender as relações entre crise do jornalismo, o excesso de informação e a desinformação; (b) debater a relevância da mediação qualificada da informação; e (c) avaliar a pertinência da checagem de fatos. Para isso, foi utilizado como metodologia o estudo de caso com base nas técnicas de observação participante e análise de conteúdo. Os resultados desta pesquisa indicam que o Estadão Verifica foi capaz de atingir milhares de usuários, desmantelando diversas notícias falsas. Observou-se o interesse do público especialmente nas verificações pós-debates. No entanto, também foi possível confirmar que, apesar do papel crucial do jornalismo de verificação no cenário de pós-verdade que se vive atualmente, ele não é suficiente para impedir a evolução da crise do jornalismo e o caos informativo.

**Palavras-chave:** Jornalismo de verificação; Checagem de fatos; Mediação qualificada, Desinformação; *Fake News*.

## ABSTRACT

The present research aims to investigate the role of Estadão Verifica, the fact-checking section of the newspaper O Estado de São Paulo, in combating disinformation and fake news during the 2022 electoral period, understood for this study between October 1st and 31st, 2022. The specific objectives are (a) to identify and understand the relationships between the journalism crisis, information overload, and disinformation; (b) to discuss the relevance of qualified information mediation; and (c) to evaluate the relevance of fact-checking. To this end, a case study methodology based on participant observation and content analysis techniques was used. The results of this research indicate that Estadão Verifica was able to reach thousands of users, dismantling several fake news stories. Public interest was observed especially in post-debate verifications. However, it was also possible to confirm that, despite the crucial role of verification journalism in the current post-truth scenario, it is not sufficient to prevent the evolution of the journalism crisis and informational chaos.

**Keywords:** Verification journalism; Fact-checking; Qualified mediation; Disinformation; Fake News.

## RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo central investigar el papel de Estadão Verifica, la sección de verificación de noticias del periódico O Estado de São Paulo, en la lucha contra la desinformación y las noticias falsas durante el período electoral de 2022, comprendido para este trabajo entre el 1 y el 31 de octubre de 2022. Los objetivos específicos son (a) identificar y comprender las relaciones entre la crisis del periodismo, el exceso de información y la desinformación; (b) debatir la relevancia de la mediación calificada de la información; y (c) evaluar la pertinencia de la verificación de hechos. Para ello, se utilizó como metodología el estudio de caso basado en técnicas de observación participante y análisis de contenido. Los resultados de esta investigación indican que Estadão Verifica fue capaz de llegar a miles de usuarios, desmantelando varias noticias falsas. Se observó un interés del público especialmente en las verificaciones posteriores a los debates. Sin embargo, también se pudo confirmar que, a pesar del papel crucial del periodismo de verificación en el escenario de posverdad en el que vivimos actualmente, no es suficiente para evitar la evolución de la crisis del periodismo y el caos informativo.

**Palabras clave:** Periodismo de verificación; Fact-checking; Mediación cualificada; Desinformación; *Fake News*.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Aspectos do “jornalismo de verificação”	39
Figura 2 - Capa do blog do Estadão Verifica no site Estadão.com.br	45
Figura 3 - Matérias realizadas pelo Estadão Verifica entre 2 de outubro e 30 de outubro por ordem decrescente de número de acessos	46
Figura 4 - Proporção de citação de Lula e Bolsonaro nas matérias	50
Figura 5 - Acessos diários no mês de Outubro/2023	51
Figura 6 - Imagem 1 da matéria “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br	52
Figura 7 - Imagem 2 da matéria “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br	53
Figura 8 - Imagem da matéria “Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br	54
Figura 9 - “É falso que Lula tenha dito que vai ganhar a eleição 'com a ajuda do pai Xangô’”, publicada em 7 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br	55

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>11</b>
<b>2 JORNALISMO E DESINFORMAÇÃO</b>	<b>17</b>
2.1 GATEKEEPING, GATEWACHTING E AS NOVAS RELAÇÕES COM O PÚBLICO	17
2.2 A CRISE DO JORNALISMO	21
2.3 PÓS-VERDADE, CAOS INFORMATIVO E FAKE NEWS	24
<b>3 MEDIAÇÃO QUALIFICADA E JORNALISMO DE VERIFICAÇÃO: ALTERNATIVAS À DESINFORMAÇÃO</b>	<b>31</b>
3.1 MEDIAÇÃO QUALIFICADA E FACT-CHECKING	32
3.2 ORIGEM DO FACT-CHECKING	35
3.3 “JORNALISMO DE VERIFICAÇÃO” E CATEGORIAS ANALÍTICAS DA CHECAGEM	37
<b>4 METODOLOGIA E ANÁLISES</b>	<b>42</b>
4.1 METODOLOGIA	42
4.2 ESTADÃO VERIFICA	44
4.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO	46
4.4 ANÁLISE DESCRITIVA	51
4.5 CATEGORIAS ANALÍTICAS	57
4.6 DISCUSSÃO DE RESULTADOS	58
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>61</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>63</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O ambiente digital transformou a comunicação e o jornalismo. A alta velocidade com que os conteúdos são disseminados nas redes sociais e o seu impacto quase instantâneo no público provocaram uma metamorfose na forma em que consumimos e assimilamos a informação. Com a expansão das possibilidades da internet, veio a democratização da produção digital dos conteúdos. E, com ela, uma explosão de *ciberacontecimentos* que geraram um caos informativo.

Narrativas duvidosas sobre uma manifestação pública, por exemplo, agora podem surgir em um canto obscurecido da internet e, com a ação de algoritmos, se espalhar para a esfera pública de diversas regiões do mundo em poucas horas. A alta velocidade de circulação e alcance deste tipo de conteúdo, anteriormente inimaginável, colocou nas mãos do próprio público as mesmas ferramentas do jornalista para atingir audiências de forma massificada.

O público passou a participar ativamente da construção e da divulgação de notícias por meio das redes sociais, com a conseqüente perda de controle por parte da mídia tradicional (NIGRO, 2018). Foi quebrado o monopólio sobre o fato “real”, e passou a ser questionada a partir disto a existência da profissão do jornalista.

E é neste ambiente que se materializa — e se potencializa — uma disputa de sentidos em relação aos acontecimentos e suas representações na esfera pública (OLIVEIRA, 2015), causando a crise atual do jornalismo. Uma vez que as ferramentas jornalísticas não são mais exclusividade da profissão, a credibilidade do jornalismo passa a ser tensionada, assim como seu gerenciamento daquilo que entra e sai da esfera pública.

Rapidamente, nos vemos imersos em uma série de conflitos complexos entre noções bastante opostas: fatos ou boatos, boa informação ou informação confusa. Desequilíbrio que representa mais um sintoma que uma doença. Mas o que preocupa destes conflitos, e o que torna urgente sua resolução, é a depreciação do valor da veracidade do que é dito ou escrito. Ao não haver consenso sobre o que é verdadeiro ou não, o caos se instaura no ambiente digital. Apesar deste fenômeno ter encontrado seu auge nos tempos recentes, sua origem parte de algumas décadas atrás.

No início dos anos 2000, a comunicação interpessoal era hegemônica na internet. Neste período, o boom dos *blogs* e seu uso como fonte de informação teve um impacto disruptivo nos meios convencionais — no entanto, o fenômeno continuava sob controle (OLIVEIRA; STEFENON; OZORIO, 2020). A expansão do acesso à criação de conteúdo pelo público reafirmou um novo tipo de comunicação e popularizou as primeiras vertentes de

redes sociais massificadas (OLIVEIRA; STEFENON; OZORIO, 2020). Em poucos anos, plataformas digitais como Facebook, Twitter, Instagram e o aplicativo de mensagens Whatsapp passaram a ser utilizadas por milhões de usuários ao redor do mundo, germinando, subsequentemente, as primeiras raízes da crise implicada pelo ambiente digital (GARCIA, 2021). Como lembra Seibt (2019), a disseminação livre de informações pela internet intensificou a disputa por atenção, mas a distribuição desses conteúdos é agora amplamente dominada por um reduzido número de gigantes da tecnologia, que também controlam a publicidade online. Se outrora os jornais detinham o controle total da cadeia editorial, desde a venda de espaços publicitários até a distribuição de jornais, agora, no ambiente digital, isto muda radicalmente, com a externalização das fases de comercialização e distribuição (SEIBT, 2019). No novo cenário, afirma a autora, as fases são confiadas a plataformas de compartilhamento, cuja popularidade cresce paralelamente com o aumento da busca por informações na internet.

Desta forma, no início da década de 2010, o novo fenômeno do ambiente digital possibilitou o surgimento de movimentos como Primavera Árabe (no Oriente Médio e norte da África), Occupy Wall Street (nos Estados Unidos), Indignados (na Espanha) e Jornadas de Junho (no Brasil) (OLIVEIRA; STEFENON; OZORIO, 2020). Nos últimos anos da década de 2010, o debate público foi marcado por um colapso informativo decorrente da proliferação das chamadas “*fake news*”, ou notícias falsas (GARCIA, 2021). A mudança na comercialização e distribuição — processos que passaram a ser dominados pelas redes sociais — não só deu às plataformas o poder de hospedar e disseminar a informação, mas também de conformar os conteúdos jornalísticos (SEIBT, 2019). Indivíduos e corporações com interesses políticos passaram a utilizar estratégias que envolviam o uso de robôs, a manipulação ilegal de dados pessoais e a propagação de informações falsas pelo WhatsApp para causar a eclosão de eventos significativos no mundo, como o Brexit no Reino Unido, a eleição de Donald Trump para a presidência dos Estados Unidos e a ascensão de Jair Bolsonaro à presidência do Brasil. (OLIVEIRA; STEFENON; OZORIO, 2020).

Neste contexto, a imprensa passou a ser vista como “inimiga”. Tudo o que é dito por ela é questionado, desacreditando sua produção e tensionando as relações entre a sociedade e os jornalistas. Como colocado por Costa (2019) e argumentado por Oliveira, Stefenon e Osorio (2020), o jornalismo, então, deixa de ser um agente atestador da verdade, devido ao fato de que, na pós-modernidade, a reafirmação das afinidades com narrativas dramáticas torna-se mais relevante e conveniente para as pessoas do que acessar a fatos e relatos.

O fenômeno das notícias falsas dominaria grande parte do ambiente digital, com mensagens direcionadas para perfis específicos na internet, apelando a crenças e emoções. Em 2016, a Universidade de Oxford, no Reino Unido, escolheu o termo “*post-truth*” (“pós-verdade”) como a palavra internacional do ano e o definiu como “circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que referências a emoções e crenças pessoais”. Ou seja, a pós-verdade não é mais que uma falsidade amplamente aceita, mesmo sendo confirmadamente falsa, o que não impede o público de tomar decisões importantes com base nela (FERNÁNDEZ-GARCÍA, 2017).

Em 2020, o mundo foi impactado pela pandemia do coronavírus, e o cenário da pós-verdade amplificou-se a níveis perigosos. O espalhamento da COVID-19, a disparada do número de mortes pela doença ao redor do mundo e a resposta subsequente foram acompanhadas por um amplo excesso de informações, criando, de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) (2020), uma *infodemia*. Essa abundância excessiva de dados, vídeos e comentários virtuais dificultou a busca por fontes confiáveis e orientações seguras para responder aos desafios da pandemia. A *infodemia* refere-se ao aumento vertiginoso de informações associadas a um tema específico, podendo crescer exponencialmente em um curto período devido a eventos particulares, como o surto de COVID-19. Nesse cenário, a desinformação, os boatos e a manipulação de informações com intenções duvidosas introduziram-se de forma infecciosa no debate público, gerando graves disputas políticas e sociais e afastando o público da distinção entre a verdade e a falsidade. (OMS, 2020)

Como forma de gerar uma resposta reflexiva capaz de combater esta epidemia informativa, o jornalismo busca reposicionar seu discurso de legitimação social a partir de princípios normativos consolidados, como verdade e objetividade (SEIBT, 2019). Uma das funções fundamentais que a profissão precisa cumprir é a de informar de modo qualificado, sendo este, afinal, o propósito central do jornalismo (REGINATO; BENETTI, 2018; REGINATO, 2020). Surge então a necessidade de uma *mediação qualificada* entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade (OLIVEIRA, 2016). A prática de “*fact-checking*” (checagem de fatos), inserida no “*jornalismo de verificação*”, torna-se então uma solução plausível para separar e intervir no caos e separar as informações verídicas das falsas. Se o “jornalismo de informação”, predominante na maior parte do século anterior, se desenvolveu em um contexto econômico industrial, agora o “jornalismo de verificação” se insere na sociedade em rede (CASTELLS, 1999).

É em meio à crise do jornalismo no ambiente digital e ao aumento da desinformação que surge, em 2018, o Estadão Verifica, uma iniciativa do jornal O Estado de S. Paulo (o

Estadão) sob a coordenação do editor Daniel Bramatti, voltado para o combate às informações falsas que circulam na internet. A iniciativa, que evoluiu ao longo dos anos, pode ser definida como um serviço de verificação de informações que publica em seu blog textos que desmentem boatos e conteúdos com dados distorcidos, tendo como base apurações originais dos seus repórteres (ou “*fact checkers*”).

É responsabilidade da academia refletir sobre a vida e gerar conhecimento que ilumine alternativas para lidar com os distintos que enfrentamos na atualidade, de forma seja possível desenvolver ferramentas e soluções que contribuam com a sociedade de maneira ativa. É esta a principal motivação da presente pesquisa. Para isso, é levado em consideração que não foram identificados outros trabalhos que abordassem como objeto as relações entre a prática da checagem de fatos e o Estadão Verifica no contexto sociopolítico a ser descrito na sequência.

A dimensão social desta pesquisa está diretamente compreendida na busca pelo entendimento e o combate do caos informativo, que tem a capacidade de infligir um dano inquantificável além do ambiente digital. Este caos, que se retroalimenta na abundância excessiva de conteúdos, é um dos maiores riscos enfrentados pela nossa sociedade no contexto atual, especialmente no Brasil. Uma pesquisa divulgada pelo Instituto Reuters em 2023 indicou que a polarização política contribuiu com a queda da confiança geral da população brasileira no jornalismo nacional, recuando de 48% para 43%. Além disso, a mesma pesquisa destacou o aumento de ameaças, assédio ou intimidação a jornalistas no país, que de acordo com a Federação Nacional de Jornalistas, aumentou em 133% em 2022 (NEWMAN et al, 2023).

No quesito profissional, esta pesquisa tem o intuito de contribuir com a recuperação da legitimidade do jornalismo, ainda mais em tempos de crise da democracia.

Já no âmbito pessoal, o interesse pelo objeto de estudo nasceu da experiência direta no trabalho de checagem de fatos no Estadão Verifica durante um período bastante conturbado no Brasil, em que a disseminação das notícias falsas tornaram-se uma arma de guerra política. A ideia da pesquisa surge então como uma ferramenta para analisar cuidadosamente, fora da pressão contínua do mercado, os fatores que influenciam nas dinâmicas da desinformação no ambiente digital, bem como a utilização da prática de mediação qualificada como um remédio contra a propagação massificada de mentiras. Meus aprendizados na cobertura das eleições presidenciais de 2022 em uma grande redação, como a do Estadão, inspiraram uma maior motivação para perseguir as respostas de diversas questões fundamentais para a nossa profissão. Respostas que procuro encontrar através desta pesquisa.

Dos apontamentos previamente analisados decorre o seguinte problema de pesquisa: Qual a contribuição da checagem de fatos para o debate público brasileiro nas eleições de 2022, observadas na experiência do Estadão Verifica? Nesse sentido, parte o objetivo geral de analisar e compreender a contribuição das checagens realizadas pelo Estadão Verifica para o combate contra a desinformação durante o período eleitoral de 2022 no Brasil, considerando o “jornalismo de verificação”, no qual insere-se a prática do *fact-checking*, como tipo de ideal. Os objetivos específicos são: (a) elencar e compreender as relações entre crise do jornalismo, o excesso de informação e a desinformação; (b) debater a relevância da *mediação qualificada* da informação; e (c) avaliar a pertinência da checagem de fatos, a partir da prática do Estadão Verifica, para o combate à desinformação.

Com o intuito de alcançar estes objetivos, será utilizado o procedimento metodológico de estudo de caso com base nas técnicas de observação participante e de análise de conteúdo<sup>1</sup>, baseados nas teorias de Bogdan e Taylor (1975), Peruzzo (2006), Lapassade (2001), Herscovitz (2007) e Bardin (2011; 2016). A análise de conteúdo será realizada sobre uma amostra de 22 matérias publicadas pelo Estadão Verifica no período de 2 de outubro de 2018 a 30 de outubro de 2018 — recorte do segundo turno da eleição presidencial no Brasil, entre Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. As categorias selecionadas para a análise descritiva das cinco matérias são: título, linha de apoio, número de fontes, argumento de checagem, origem do conteúdo checado, imagem que ilustra a matéria, e classificação da checagem.

O presente trabalho é dividido em quatro capítulos. O primeiro tem o intuito de identificar o estado do jornalismo contemporâneo, compreendendo os fatores que determinam sua crise e que levam ao caos informativo — cenário que leva à perda de credibilidade do jornalismo como moderador da esfera pública. No segundo capítulo são elencadas as âncoras teóricas deste trabalho, bem como a função da mediação qualificada entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade (OLIVEIRA, 2016), seguido de um diálogo sobre o novo papel do gatewatching e as finalidades do jornalismo (GARCIA 2021). No terceiro capítulo, é feito um recorrido histórico pela origem do *fact-checking* como prática inerente ao “jornalismo de verificação” e assimilamos as características deste tipo de jornalismo como tipo de ideal (SEIBT, 2019). E, por fim, o último capítulo traz um grupo de análises do blog

---

<sup>1</sup> Para realizar o presente projeto, nos apoiamos da metodologia de estudo de caso baseado em técnicas de observação participante e análise de conteúdo como mecanismos para investigar e chegar a um maior entendimento dos procedimentos de checagem de fatos do Estadão Verifica — braço de jornalismo de verificação do jornal O Estado de S. Paulo, do qual o autor deste trabalho foi membro. O envolvimento do autor com o objeto será detalhado na abertura do quarto capítulo desta pesquisa.

do Estadão Verifica, bem como das checagens produzidas pela iniciativa no período de recorte, avaliando o papel dessas checagens no combate à desinformação.

Os resultados desta pesquisa indicam que a capacidade das checagens do Estadão Verifica para combater a desinformação no segundo turno das eleições de 2022 foram diretamente proporcionais ao potencial do site para envolver milhares de usuários. O Estadão Verifica desmontou boatos sobre os candidatos à presidência da República, contextualizou declarações de agentes públicos e desmentiu conteúdos de teor enganoso espalhados em ondas de desinformação direcionadas tanto para os próprios candidatos quanto para as instituições públicas encarregadas de organizar o processo eleitoral. Isto colocou uma barreira para a desinformação que circulou em diversas redes sociais e alertou o público sobre a natureza viral das informações falsas. A mediação qualificada comprovou-se desta forma relevante. Mas entendeu-se também que, apesar da sua extrema importância no cenário atual, iniciativas como a do Estadão Verifica não bastam por si só como antídotos à crise, pelo que torna-se necessária uma atuação mais aprofundada do jornalismo dentro da prática da mediação qualificada para ampliar o seu efeito no caos informativo.



## 2 JORNALISMO E DESINFORMAÇÃO

O jornalismo vive uma profunda transformação. Não se trata apenas de uma perda de recursos. Não é somente um árduo combate para manter a sua relevância diante da ascensão das redes sociais. Para conseguirmos destrinchar de forma precisa e justa o cenário em que o jornalismo se encontra atualmente, é necessário realizar uma análise multifacetada e extensa que aborde esta realidade como um todo. Neste trabalho, dedicaremos nossos esforços à compreensão de uma parte deste cenário que, embora limitada, é necessária para discernirmos com maior clareza o estado do jornalismo atual.

Com o advento do uso massificado da internet e dos dispositivos móveis, a Sociedade em Rede nasceu como um novo ambiente comunicativo (Castells, 2000). Nela, o público passou a ocupar um maior espaço nas redes de participação e criação (BRUNS, 2014) que outrora haviam sido dominadas exclusivamente pelos jornalistas. Gerou-se uma mescla entre produtores e consumidores (RAMONET, 2012). E o *gatekeeping*, como função, tornou-se então concomitante com o *gatewatching*, que começou a dividir o mesmo espaço. Exploram-se esses termos na subseção seguinte.

Esta troca de cenário possibilitou um mundo mais conectado e uma internet mais democrática. Mas os limites que antes marcavam uma harmonia digital foram extrapolados, germinando uma disputa de sentidos em torno dos acontecimentos e de suas representações na semiosfera<sup>2</sup> — disputa que viu-se expandida com a proliferação das redes sociais. Isto produziu a crise atual do jornalismo (OLIVEIRA; OSÓRIO; HENN, 2019).

Neste sentido, o mundo digital tornou-se um terreno fértil para o caos informativo que alimenta esta crise e que estourou, com maior força, na segunda metade da década de 2010 — com a renascença de governos populistas ao redor do mundo — e no início da década atual, através do complexo período da pandemia de Coronavírus.

Neste capítulo, buscaremos entender o que caracteriza o momento do jornalismo atual, avaliando para isso o contexto descrito acima, assim como o período que antecedeu a este fenômeno e os elementos fundamentais que o compõem.

### 2.1 Gatekeeping, gatewatching e as novas relações com o público

O conceito de *gatekeeper* teve sua origem na metade do século passado. Em 1950, um professor da Universidade de Boston chamado David Manning White publicou na famosa

---

<sup>2</sup> Lotman afirma que a semiosfera é o espaço de confluência e metabolização de todas as semioses, isto é, dos processos que produzem sentido (SEIBT, 2022).

revista *Journalism Quarterly* o estudo “The Gate Keeper: A Case Study in the Selection of News”, no qual dissertou, inspirado no trabalho de autores como Kurt Lewin, sobre os critérios que um editor de jornal da época usava para gerir a sequência de publicações de notícias (GARCIA, 2021).

White (1950) foi um dos primeiros intelectuais a inserir o conceito de *gatekeeping* na arena do jornalismo e da comunicação. No seu estudo, o autor explicou como a circulação de uma notícia por determinados canais de comunicação dependia dos “portões” sob os quais funcionavam algumas áreas desses canais. “[Essas] seções de portões são governadas por regras imparciais ou por “guardiões de portões”, e, neste último caso, um indivíduo ou grupo está “no poder” para tomar a decisão entre “dentro” e “fora” (1950, p. 383, tradução nossa).

O estudo funcionou da seguinte forma: o autor escolheu um jornal dos Estados Unidos e solicitou que seu editor anotasse as notícias que não eram selecionadas para publicação, assim como os motivos por trás das suas decisões editoriais. White descobriu durante o processo que os critérios de objetividade não nortearam a seleção de 90% das notícias para sua publicação. Mais bem, a escolha delas passava por um processo arbitrário e subjetivo, inspirado em experiências pessoais do editor. White afirmou que “por meio do estudo das razões que levaram à rejeição de informações de agências de notícias, vemos quão subjetivo, baseado nas próprias experiências do gatekeeper, nas atitudes e expectativas a comunicação de notícias realmente ocorre” (WHITE, 1950, p. 390).

Em uma abordagem posterior, do final do século passado, Gomis entendia que, na função do jornalista como *gatekeeper*, “o jornalista não é essencialmente o homem que busca as notícias, mas o que as seleciona. Se pode considerar que a cada notícia que publica, coloca nove no lixo” (GOMIS, 1991, p. 76).

Neste sentido, mas já na era digital, Barzilai-Nahon (2009) explica o conceito de *gatekeeping* como “o processo de controlar informações à medida que passam por um portão ou filtro... e está associado ao exercício de diferentes tipos de poder (por exemplo, selecionar notícias, aplicar o status quo em comitês parlamentares, mediar entre grupos profissionais e étnicos, intermediar informações de especialistas)” (BARZILAI-NAHON, 2009, p. 1).

Para Alsina (2009), o “*gatekeeper* tem sido traduzido de muitas formas: porteiro, guarda-cancela, guarda-barreira” e indica que um termo mais preciso para chamá-lo (no português) seria “selecionador”, devido a “que se ajusta muito mais à função comunicativa que ilustra” (ALSINA, 2009, p. 214).

Por outro lado, Bruns (2014) complementa melhor este conceito e posiciona o *gatekeeping* como o “resultado do sistema de produção, distribuição e consumo das notícias

que existia durante o apogeu da época da mídia de massa” (BRUNS, 2014, p. 226). Segundo o autor, o espaço limitado do que podia ser noticiado em jornais impressos, na rádio e na televisão tornava essencial a avaliação rigorosa das informações mais relevantes do momento (BRUNS, 2014). Esta limitação era, para ele, uma das características fundamentais da indústria jornalística, que consistia em um grupo reduzido de veículos que serviam a audiências específicas (BRUNS, 2014).

Bruns (2014; 2005) via o *gatekeeping* como uma estrutura de produção de jornalismo em três etapas: a entrada, ou o processo editorial da escolha preliminar de informações relevantes que devem virar notícia; a saída, ou seleção dos conteúdos produzidos para serem difundidos; e a resposta, que seria o processo posterior à publicação da notícia, com a reprodução do retorno obtido pela audiência em formato de “carta ao leitor”, dando um breve espaço de participação ao público. Neste contexto, tanto jornalistas quanto editores mantêm o controle total sobre o processo (BRUNS, 2014; 2005).

Segundo elenca Garcia (2021), apoiada nos estudos de Shoemaker e Vos (2011), um dos aspectos mais importantes do *gatekeeping* pode ser o fato de que “assuntos e eventos não cobertos estejam ausentes na visão de mundo da maioria dos membros da audiência. As pessoas não têm como saber o que a mídia não lhes conta, a menos que experienciem diretamente o evento” (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 16 *apud* Garcia, 2021, p. 15).

Porém, o acesso à internet muda esta percepção, pois o percurso da informação acaba obtendo segundo nível de *gatekeeping* que possui características e protagonistas diferentes do anterior (GARCIA, 2021). Com a internet e suas possibilidades quase infinitas de produção e discernimento de informações, o *gatekeeping* torna-se um modelo incompatível para acompanhar os processos de produção no novo cenário on-line, sendo que seus “portões” (filtros e controles) de antes foram extinguidos com a inserção dos usuários<sup>3</sup> nos processos de produção de conteúdos noticiosos e de interesse público (BRUNS, 2008).

Nesta mudança digital, nota-se o enfraquecimento do papel do repórter na internet, que passa de ser um profissional que procura exclusivamente os fatos, para alguém que agiria de uma forma mais similar à de um bibliotecário, impulsionado pela coleção e curadoria de documentos e links externos para mostrar os assuntos de maior interesse aos usuários (BRUNS, 2005).

---

<sup>3</sup> Na presente pesquisa, o termo “usuário” é utilizado para se referir aos indivíduos que navegam na internet, sem levar em consideração suas ações *on-line*; por outro lado, os sujeitos que assistem, ouvem ou leem conteúdo jornalístico na internet — seja em jornal, podcast, rádio, televisão ou redes sociais — são considerados “público” ou “audiência”.

Singer (1997), que realizou uma pesquisa empírica junto com três jornais dos Estados Unidos que estavam iniciando sua transição para a publicação *on-line* no final do século XX, acreditava que, no futuro, o jornalista não seria menos importante, mas que seu papel como *gatekeeper* passaria por uma redefinição no novo cenário. De acordo com ele, a profissão de jornalista “sempre será necessária, se não para escolher qual informação tornar disponível, então claramente para dar sentido ao grande volume de informações já em circulação” (SINGER, 1997, p. 74 *apud* OSÓRIO, 2018, p. 66)

É neste sentido que Bruns (2008) traz o conceito de outra ferramenta que pode lidar melhor com o cenário digital atual: *gatewatching*. Para o autor, o *gatewatching* é uma alternativa ao modelo de *gatekeeping*. Ela não gira em torno da autoridade do jornalista e do editor, nem se fundamenta no controle do fluxo de informações. Mas tem na sua base o compartilhamento virtual de informações e comentários sobre assuntos pouco abordados pela mídia tradicional (BRUNS, 2008).

Bruns (2008) define o *gatewatching* como um modelo de produção de notícias que não possui uma estrutura hierárquica e autoritária de controle da produção e difusão de informações. Os usuários passam a contar com um leque maior de informações e se tornam um pouco mais independentes dos jornalistas, que em uma fase anterior controlava a divulgação de notícias.

Já em trabalho anterior, Burns (2003, p 32) indicava que a emergência da web deixou os “consumidores de notícias menos dependentes das notícias que passam pelos portões das principais organizações, pois podem acessar informações direto da fonte”.

Essa desintermediação significa que, no meio *on-line*, os portões estão agora localizados junto de quem fornece informação (em última análise, junto de qualquer um que publique um website com informações potencialmente jornalísticas) e do usuário final (que, navegando pela web, age constantemente como seu próprio *gatekeeper*), mas não mais necessariamente com as organizações jornalísticas (BRUNS 2003, p. 32 *apud* OSÓRIO, 2018, p. 69).

Pinto e Sousa (1998) acreditavam na validade de uma premissa similar, de que “quando a internet proporciona um alargamento do espaço de divulgação e acesso à informação, é a função de *gatekeeper* do jornalista que fica comprometida”.

Mais tarde, Bruns especifica o conceito de *gatewatching* como uma atividade “que focaliza principalmente na republicação, divulgação, contextualização e curadoria de material existente em vez do desenvolvimento de conteúdo jornalístico substancialmente novo” (BRUNS, 2014, p. 232)

Osório (2018) situa a função do *gatewatcher* como “naturalmente mais inclusiva” que a do *gatekeeper*, destacando que, no seu *modus operandi*, o primeiro é mais amplo que o segundo e, por isso, “abre espaço para conteúdos que nem sempre passaram pelo guardião dos portões” (OSÓRIO, 2018, p. 72). A seguinte interpretação de Holanda et al. (2008) analisa a característica antes descrita:

Este conceito [*gatewatching*] designa a observação — atualmente realizada também pelo público — de diversos canais de comunicação em busca de material interessante que não tenha sido selecionado pelos critérios de mídia convencional, ou tenha sido apresentado de maneira insatisfatória no julgamento do observador. Como fica evidente, trata-se de uma atividade crítica em relação à seleção e filtragem dos fatos noticiáveis, tradicionalmente características da função de *gatekeeping*. O *gatewatching* seria a atividade peculiar das formas de publicação que constam na proposta apresentada no livro (BURNS, 2005) para uma taxonomia de formas participativas de publicação, abrangendo blogs, publicações P2P, jornalismo de fonte aberta, wikis, etc. (HOLANDA et al., 2008, p. 59-60, *apud* OSÓRIO, 2018, p. 72).

Para Ramonet (2012), estas dinâmicas inéditas do espaço digital têm a capacidade de permitir tanto a criação de uma sabedoria coletiva quanto uma imbecilização generalizada.

Na interpretação de Osório (2018), apoiada nos estudos realizados por Burns, “há *gatekeeping* no *gatewatching*”, mas devido ao contexto atual de poluição informativa, o primeiro não consegue dar mais conta do cenário atual *on-line*, enquanto o segundo funciona de forma mais inclusiva e horizontal, se posicionando como uma ferramenta mais eficiente no combate contra a desinformação. A necessidade do *gatewatching* nasce das próprias características da internet, que permitem a integração entre os usuários e os produtores de conteúdo (BRUNS, 2014).

Para Osório, o *gatewatching* “aposta em uma mudança de postura do jornalista diante dos portões: ao invés de controlar a passagem, observar o fluxo” (2018, p. 69). Neste sentido, o jornalista *gatewatcher* reajusta seus processos jornalísticos para se adequar a um novo cenário de fim da escassez de conteúdos e perda do controle sobre as informações que o público precisa acessar. Desta forma, o *gatekeeping* não passa a ser suprimido, mas é complementado pelo *gatewatching* (OSÓRIO, 2018).

## 2.2 A crise do jornalismo

Em um ambiente de mudanças estruturais na comunicação, decorrentes da proliferação da conectividade em massa e correlacionada às novas forças de intervenção na

esfera pública — ou seja, a possibilidade que os usuários passaram a ter para participar dos processos de geração de conhecimento na Web —, existe uma crise na semiosfera contemporânea (OLIVEIRA, 2016).

Segundo afirma Oliveira (2016), podemos entender o sentido desta crise como uma “flutuação intensa” que foi germinada a partir dos novos modos de conectividade. As flutuações amplificadas pela supressão dos limites do sistema acabam gerando outras crises, que forçam o próprio sistema a avançar. Certos sistemas não sobrevivem às mudanças impulsionadas pela crise mas, os que vencem esta crise, “ressurgem reorganizados, reestruturados, e com a identidade totalmente modificada” (OLIVEIRA, 2016, p. 82). No jornalismo, diz o autor, a fase mais intensa da crise torna-se evidente.

Quando pensamos na crise da comunicação, relembramos as transformações do mundo oral-auditivo para a da cultura tipográfica, que McLuhan (1972) chamou de “galáxia de Gutenberg”. Posteriormente, surgem duas crises no período eletrônico ou de Marconi, a inovação do rádio — que passou a compartilhar espaço com o jornalismo escrito —, e o surgimento da televisão (GARCIA, 2021).

No entanto, o efeito destas crises no jornalismo pode ser debatido quando analisamos sua radicalidade. Garcia (2021), elenca o trabalho de Hauser quando concorda que o efeito que o rádio produziu sobre o jornalismo impresso, ou o impacto que advento da televisão teve para o rádio, foram, na sua generalidade, reafirmações dos diversos potenciais destes meios. Como afirma Hauser, “as crises anteriores à que está em curso parecem ter significados menos radicais sobre o sentido do jornalismo para as sociedades” (2017, p. 18).

No entanto, o impacto da internet no jornalismo foi diferente. O mundo da internet sacudiu todos os âmbitos das funções do jornalismo, tensionando esta profissão a olhar para si (GARCIA, 2021).

Leal, Jácome e Manna (2014) interpretam a crise atual do jornalismo na sua análise do trabalho de Dahlgren (2009). Eles afirmam que dita crise está atrelada a um grupo de circunstâncias socioculturais da atualidade. Na Sociedade de Rede, por exemplo, as pessoas adquirem cada vez menos informações do mundo com a interação direta com as mídias tradicionais. E diante das novas formas de produção e de compartilhamento do conhecimento, o jornalismo altera — ou até reduz — sua função e seu papel na democracia. Dahlgren (2009) explica que:

[...] a própria definição do que deve ser considerado jornalismo (assim como quem é ou não jornalista) torna-se turva, tendo em vista que os limites do jornalismo têm sido desafiados em várias frentes por outros tipos de relações públicas, pela cultura

popular, pela comunicação política de defesa, pela informação não noticiosa, ad hoc ou pelo jornalismo cidadão, conteúdo gerado pelo próprio usuário, além de outros fenômenos (Dahlgren, 2009, p. 147. *apud* LEAL; JÁCOME e MANNA, 2014, p. 147).

O jornalismo, como sistema social, é detentor de uma ampla imponência. Sua atribuição primária, do ponto de vista de espaço institucional, é a transmutação dos acontecimentos em notícias. E para isso, ele precisa organizar, selecionar e hierarquizar as informações mais relevantes do mundo, tomando enquadramentos entrelaçados com os diversos sistemas (OLIVEIRA, 2016).

Essas prerrogativas estão conectadas à confiança dos usuários nas funções da profissão. Mas, na atualidade, o jornalismo não goza de total confiança dos diversos sistemas sociais para realizar suas funções históricas. Isto faz com que a profissão precise reforçar, constantemente, o seu o discurso legitimador (MORAIS, 2011).

Fatores econômicos, tecnológicos e sociais são responsáveis, em parte, pela crise do jornalismo. Para Garcia (2021), apoiada nas teoria de Tavares (2017), diferentes aspectos se entrecruzam neste quesito, devido a que a crise do sistema “é financeira, mas também é política e existencial, de ética e credibilidade, de governança e gestão” (CHRISTOFOLETTI, 2019, não paginado, *apud* GARCIA, 2021, p. 19).

Neste sentido, Garcia (2021) argumenta que as corporações midiáticas decidiram realizar diversos cortes de custos — como demissões de jornalistas, reduções de salários e extinções de produtos —, com o intuito de compensar as perdas econômicas registradas ou manter o lucro das suas atividades. Para ela, a redução do tamanho das redações gerou apenas a perda de diversidade, experiência, prestígio e qualidade. “Ao demonstrar incapacidade frequente de cumprir o contrato com o público, a empresa – seus veículos e profissionais – são questionados em sua credibilidade também. É um indesejável e às vezes irreversível processo de erosão” (CHRISTOFOLETTI, 2019, não paginado, *apud* GARCIA, 2021, p. 19).

As redes sociais, ao se consolidarem no ambiente virtual, tornam-se catalisadores da transformação sofrida pela profissão, ampliando a possibilidade de que os sentidos criados pelo jornalismo sejam rapidamente disseminados e até contestados, colocando em xeque então a própria cobertura jornalística. As redes digitais, como lugares de *ciberacontecimentos*, formam outras dinâmicas do jornalismo *per se*, seja no compartilhamento de artigos propriamente jornalísticos ou até a viralização de falsidades ou memes com outras versões do mesmo conteúdo (OLIVEIRA, 2016).

É neste cenário que Garcia (2021) argumenta que a ideia do *gatewatching*, como conceito colaborativo, perde sua força. As informações que circulam na internet perdem qualidade rapidamente e o excesso de conteúdo torna-se a norma no ambiente digital, ofuscando, segundo afirma a autora, outras informações relevantes, no fenômeno da “censura democrática”. A poluição informativa atrapalha desta forma o conhecimento, e é nesse sentido que torna-se evidente a falência do jornalismo contemporâneo, que acreditava-se capaz de reproduzir para o público o objeto, sem mediação alguma (GARCIA, 2021). A queda da importância da verdade, atrelada à crise do jornalismo, é o assunto a ser abordado no próximo subcapítulo.

### 2.3 Pós-verdade, caos informativo e *fake news*

Desinformação, boatos, mentiras e teorias da conspiração; todos estes elementos estão imersos na nossa sociedade desde o desenvolvimento dos primeiros sistemas de escrita (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017).

Como exemplo disso, no passado recente, podemos encontrar a adaptação radiofônica de 1938 do romance do escritor inglês Herbert George Wells “A Guerra dos Mundos”, do conglomerado midiático americano Columbia Broadcasting System (CBS). Na época, a transmissão da radionovela teve um grande impacto no público. A tecnologia do rádio era relativamente nova à época. Adotando um formato de noticiário de rádio, com atores interpretando os papéis de repórteres, residentes, especialistas e autoridades do governo, a radionovela produzida por Orson Welles encenou uma suposta invasão de marcianos, narrando a história no estilo de um boletim de notícias ao vivo, com até gritos de pessoas no fundo. No dia seguinte à transmissão do programa, O jornal *Daily News* colocou na sua manchete: "Guerra falsa no rádio espalha terror pelos Estados Unidos" (TESCHKE, 2013).

Embora a intenção do programa de rádio fosse somente produzir uma peça de radionovela, os ouvintes da CBS nos EUA interpretaram esta peça como uma notícia factual. A CBS registrou que ao menos 6 milhões de pessoas escutaram a obra, mas metade havia sintonizado na rádio depois do início do programa, perdendo, desta forma, o aviso de que era apenas parte da programação de radioteatro semanal. Cerca de um milhão de residentes ao redor do país ficaram apavorados (TANDOC JR.; LIM; LING, 2017).

Isto ocorreu em um cenário em que o rádio passou a ser um dos meios mais acessados pelo público para buscar informações. Mas ao olharmos para as mudanças da última década no ambiente digital, com o excesso de informações encontradas na internet



poluindo a esfera pública, podemos compreender como a desinformação não mudou, mas encontrou novos canais.

Wardle e Derakhshan (2017) afirmam, em um relatório publicado pelo Conselho da Europa que “a complexidade e a escala da poluição de informação em nosso mundo conectado digitalmente representam um desafio sem precedentes” (2017, p. 10). Para eles, nós estamos imersos em um cenário de:

poluição de informação em escala global, uma rede complexa de motivações para criação, disseminação e consumo dessas mensagens ‘poluídas’; uma miríade de tipos de conteúdos e técnicas para amplificar conteúdos; inumeráveis plataformas hospedando e reproduzindo esse conteúdo; e velocidade vertiginosa de comunicação entre pares de confiança. (2017, p.4, tradução nossa<sup>4</sup>)

Em 2016, o dicionário de Oxford elegeu a “pós-verdade” como a palavra do ano. O termo é definido como “um adjetivo definido como ‘relativo a ou denotando circunstâncias nas quais os fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais’” (OXFORD LANGUAGES, s.d., tradução nossa<sup>5</sup>).

Pariser afirma em seu estudo de 2011 que a nossa sociedade estava entrando na “era da pós-verdade”, termo que transformava “de forma invisível o mundo que experimentamos controlando o que vemos e o que não vemos” (2011, p. 88).

Já Wilbert (2018) explica o conceito de pós-verdade no contexto das mudanças radicais dos sistemas modernos e dos valores que os representavam. Para ele, houve uma desintegração das concepções sobre valores como a pluralidade, diversidade, inclusão, tolerância, direitos humanos, entre outros, que foram substituídos por uma cultura do narcisismo, caracterizada pela ideia de que “minha verdade é a verdade” (WILBERT, 2018).

Santaella (2019), por outro lado, afirma que o fenômeno da pós-verdade produziu como consequência “uma mudança profunda nos modos como as informações são produzidas, recebidas e reproduzidas” (p. 22).

A autora identifica três grupos de fatores em que se manifesta a pós-verdade: as informações deliberadamente falsas, publicadas para causar estresse informativo; as informações enganadoras, de origem duvidosa, mas que não são necessariamente falsas; e o

---

<sup>4</sup> “(...) information pollution at a global scale; a complex web of motivations for creating, disseminating and consuming these ‘polluted’ messages; a myriad of content types and techniques for amplifying content; innumerable platforms hosting and reproducing this content; and breakneck speeds of communication between trusted peers”.

<sup>5</sup> Post-truth is an adjective defined as ‘relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief’.

conteúdo satírico (memes) que não procuram ser nem verdadeiros nem falsos, no entanto, geram impressões pouco precisas, negativas ou incorretas (SANTAELLA, 2019, p. 33).

Para Santaella (2019), uma série de acontecimentos mundiais de depois de 2016 são exemplos claros do impacto negativo da pós-verdade na sociedade. Ela indica que o desenvolvimento bem-sucedido das campanhas propagandísticas que levaram à eleição de Trump e ao Brexit, por exemplo, tornou-se tanto causa como consequência desta pós-verdade, levando em consideração a forma em que esses movimentos geraram um

ambiente perfeito para a proliferação de Fake News (notícias falsas – NF), motivada por interesses que visam manipular atitudes, opiniões e ações. Quando a confusão e a falta de confiança nas fontes se instalam, as portas ficam abertas para que a desinformação tome o comando (SANTAELLA, 2019, p. 33).

Neste ambiente de pós-verdade, a desinformação passou a ser utilizada por alguns políticos como técnica de persuasão eleitoral, e a facilidade de disseminar conteúdos no ambiente digital fizeram com que certos discursos se tornassem massivos nas redes sociais e atingissem um efeito quase imediato nos usuários da internet. Como resultado, surgiu o boom das “*fake news*” na arena do caos informativo.

O sucesso dos conteúdos políticos com pouca veracidade no ambiente digital é um fenômeno bastante complexo que requer de páginas e páginas para ser explicado. Mas para assimilarmos (de forma breve e limitada) este assunto, Lanier (2018) argumenta que os algoritmos das grandes empresas de tecnologia, como Meta ou X, que ainda possuem um oligopólio da maior parte do tráfego on-line, podem ser os responsáveis do direcionamento massificado desses conteúdos, devido ao interesse das plataformas de manter os usuários conectados por muito tempo com conteúdos que rendem maior engajamento (LANIER, 2018).

Lá no começo, a esperança era que a convergência de mídias sociais e jornalismo fosse criar uma versão superior ou híbrida de ambos: uma rede repleta de informações úteis e oportunas que um público engajado iria enriquecer, compartilhar e comentar. Em vez disso, houve uma combinação do pior desses dois mundos, maculando tanto a velha mídia como a nova (BELL; OWEN, 2017, p.51).

García Martin e Aparici (2019) têm um entendimento similar em relação aos algoritmos das redes sociais, mas no contexto dos chamados “*bots*” do Twitter (agora chamado de X):

A difusão automatizada de conteúdos em redes sociais, mediante bots, especialmente no contexto de grandes eventos políticos

e eleitorais, cada vez é mais frequente, e chegaram a ser um quinto das conversações registradas no Twitter nas eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos” (GARCÍA MARTIN; APARICI, 2019, p.127).

Mas para Ball (2017), o rosto mais visível da pós-verdade são as “*fake news*”. Este termo tem sido utilizado cada vez com mais frequência na esfera pública, e em 2017 foi até escolhido como palavra do ano pelo dicionário da editora britânica Collins. A Collins (2017), explica seu conceito como: “informação falsa, frequentemente sensacionalista, disseminada sob a aparência de relato jornalístico” (tradução nossa)<sup>6</sup>.

Em 2018, a Comissão Europeia descreveu este fenômeno como “informação falsa, imprecisa ou enganosa, apresentada e promovida para obter receitas ou causar dano público intencionalmente”.

Mas talvez um dos conceitos mais precisos (embora o uso do conceito “*fake news*” seja polêmico) seja o apresentado por LAZER et al. (2018), que diz o seguinte:

“Definimos “*fake news*” como informações fabricadas que imitam o conteúdo da mídia noticiosa na forma, mas não no processo organizacional ou intenção. As fontes de *fake news*, por sua vez, carecem das normas editoriais e processos da mídia de notícias para garantir a precisão e a credibilidade da informação. As *fake news* se sobrepõem a outros distúrbios de informação, como desinformação (informações falsas ou enganosas) e desinformação (informações falsas que são intencionalmente difundidas para enganar as pessoas)” (LAZER et al, 2018, p. 2, tradução nossa<sup>7</sup>).

Para Allcott e Gentzkow (2017), trata-se de artigos noticiosos que são intencionalmente e verificavelmente falsos, e que podem enganar os leitores.

Assimilando 34 artigos acadêmicos que tratavam sobre as *fake news* e que foram publicados no período de 2003 a 2017, Tandoc et al. (2018) identificaram seis maneiras de operacionalização deste fenômeno: sátira, paródias, fabricação, manipulação, *advertising*<sup>8</sup>, e propaganda.

Levando em consideração as mudanças do ambiente virtual, a proliferação das *fake news* e o cenário da pós-verdade, Seibt (2019) analisa o impacto da crise sistêmica da

---

<sup>6</sup> “*noun*: false, often sensational, information disseminated under the guise of news reporting.”

<sup>7</sup> “We define “fake news” to be fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent. Fake news outlets, in turn, lack the news media’s editorial norms and processes for ensuring the accuracy and credibility of information. Fake news overlaps with other information disorders, such as misinformation (false or misleading information) and disinformation (false information that is purposely spread to deceive people).”

<sup>8</sup> Tandoc Jr., Lim e Ling utilizam o termo “advertising” para se referir a “materiais publicitários na forma de notícias genuínas, bem como para se referir a releases publicados como notícias” (2017, p. 9).

informação na eleição americana de 2016, que resultou na vitória do candidato Republicano Donald Trump. De acordo com a autora, que se apoia na pesquisa de 2017 de Emily Bell e Taylor Owen, o cenário midiático mudou radicalmente entre a eleição de 2008 — cujo vencedor foi Barack Obama, o primeiro presidente negro dos EUA, que se reelegeu em 2012 para o cargo executivo — e o pleito de 2016. Ela explica que o Twitter e o Facebook passaram a ter cinco vezes mais adeptos a partir de 2012 — com 200 milhões de usuários, do primeiro, e 1 bilhão de usuários, no segundo —, período em que o Facebook algumas das ferramentas mais populares da outra rede social, como a opção de compartilhar publicações, a opção de adicionar “*hashtags*” e os assuntos mais comentados. O *feed de notícias* era a nova jóia do Facebook. E dois anos depois, o bilionário e dono da rede social, Mark Zuckerberg, afirmou que a ferramenta fazia parte de uma tentativa de criar uma espécie de “jornal” personalizado para cada usuário (SEIBT, 2019).

Bell e Owen haviam investigado o fenômeno e chegado à conclusão de que ele teria reforçado o efeito dos “filtros-bolha” da rede social, o que na teoria significava que, a cada curtida ou compartilhamento, o algoritmo entendia o que os usuários achavam agradável e desagradável, e passava a expor eles a mais conteúdo com potencial de interesse para a pessoa por trás da tela (SEIBT, 2019).

No entanto, a perversão por trás do mercado de algoritmos do Facebook acabou sendo exposto em 2018, quando Christopher Wylie, um ex-funcionário da consultoria de dados Cambridge Analytica, revelou em entrevista o jornal El País as nuances por trás do uso de dados pessoais para a propaganda personalizada na plataforma de Zuckerberg. Segundo ele, dados pessoais dos usuários foram utilizados para personalizar mensagens a públicos específicos da plataforma em prol da candidatura de Donald Trump e da retirada do Reino Unido da União Europeia (ou Brexit), favorecendo secretamente estas campanhas populistas que mudaram as configurações políticas globais (SEIBT, 2019).

Segundo elenca Seibt (2019), as “*fake news*” estariam atreladas ao mercado de algoritmos e publicidade das redes sociais, devido a que as mensagens politicamente motivadas aos quais os usuários foram expostos apelavam para crenças e emoções.

Opgenhaffen (2023) nota que a rápida disseminação da desinformação nas redes sociais é possível devido aos algoritmos que conferem maior visibilidade a determinadas postagens ao colocá-las nos *feeds* dos usuários. Esse seria o caso das Trending Topics. Nesse sentido, o autor explica, os algoritmos — pelo menos os utilizados pelas redes sociais à época da eleição de Donald Trump e do Brexit — eram programados para encontrar tópicos que apresentem certo aumento repentino e acentuado de volume de pesquisas, em relação a

tópicos que podem ter sido discutidos nas redes em outros período anteriores, mas que não possuíam tal aumento de volume. Essa preferência, diz o autor, favorece notícias que são fora do comum, de última hora e até mesmo “tóxicas” (OPGENHAFFEN, 2023)

No ano da eleição de Donald Trump, a confiança dos americanos nos meios de comunicação de massa "para relatar as notícias de forma completa, precisa e justa" registrou seu nível mais baixo na história das tradicionais pesquisas da Gallup, com somente 32% afirmando ter muita confiança ou alguma confiança nos meios de comunicação, mostrando uma queda de 8% em relação ao ano anterior. (SWIFT, 2016)

Na concepção de Wilber (2018), Donald Trump é um dos maiores exemplos da manipulação da desinformação com motivos políticos, pois ele se utilizou da falsidade não apenas como meio para propagar sua ideologia nacionalista, mas também como base da sua estratégia política:

Durante a campanha de Trump, houve jornais que se dedicaram a contar o número de mentiras que Trump havia dito num dia: ‘Ontem foram 17, hoje já foram 15’. Um estudo sobre isso realizado pelo site Politifact chegou a identificar a falsidade de cerca de 50% das suas afirmações (!) (WILBER, 2018, p. 44, tradução nossa<sup>9</sup>).

A capacidade deste tipo de mensagens para mudar a opinião pública pode ser explicada através da pesquisa de Allcott e Gentzkow (2017), realizada após as eleições de 2016 nos EUA. Os pesquisadores descobriram que, os indivíduos que viam as redes sociais como fonte mais importante de notícias sobre as eleições, tinham maior inclinação a acreditar tanto em notícias reais quanto em *fake news* (ALLCOTT; GENTZKOW, 2017).

Oliveira (2021) indica que as notícias falsas “dão materialidade ao fenômeno, espalhando sentidos principalmente por meio de grupos de usuários de aplicativos de mensagens, como Whatsapp ou Telegram” (p. 4).

Da mesma forma, um estudo experimental do Media Insight Project evidenciou “que os cidadãos confiem na pessoa que compartilha a notícia é mais importante do que quem produz a notícia ou se, inclusive, o artigo foi escrito por uma organização real de mídia” (FERNÁNDEZ-GARCÍA, 2017, p. 71, tradução nossa<sup>10</sup>).

---

<sup>9</sup> “[...] Durante la campaña de Trump, hubo periódicos que se dedicaron a contar el número de mentiras que Trump había soltado ese día: „Ayer fueron 17, hoy han sido 15“. Un estudio realizado al respecto por la web Politifact llegó a concluir que la falsedad de cerca de 50% de sus afirmaciones (¡!)”.

<sup>10</sup> “Es decir, que los ciudadanos confien en la persona que comparte la noticia es más importante que quién produce la noticia o incluso si el artículo ha sido escrito por una organización de medios real”.

Garcia (2021) ainda chama a atenção para o fato de as *fake news* serem, na sua maioria, disponibilizadas de forma gratuita, diferentemente do jornalismo tradicional, que depende muito do modelo de assinaturas. “Pessoas que não podem pagar por jornalismo de qualidade ou que não têm acesso a meios de comunicação independentes, são especialmente vulneráveis à desinformação e informação incorreta” (BERGER, 2019, p. 8 *apud* GARCIA, 2021, p. 25).

Segundo o Digital News Report 2023, uma pesquisa divulgada pelo Instituto Reuters que mede o impacto mundial da indústria midiática, a polarização política contribuiu com a queda da confiança geral da população brasileira no jornalismo nacional, recuando de 48% para 43%. Outro dado preocupante publicado na pesquisa foi o aumento de ameaças, assédio ou intimidação a jornalistas no país, que de acordo com a Federação Nacional de Jornalistas, aumentou em 133% em 2022 — ano da disputa eleitoral entre Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro.

Diante do contexto citado antes, caracterizado pelo caos informativo, uma das soluções para o enfrentamento ao cenário caótico que o jornalismo passou a assimilar foi o *fact-checking*, que para Seibt (2019) não é o único formato característico do “jornalismo de verificação”, mas sim é o formato mais específico deste ideal. “Da mesma forma que a notícia, no ‘jornalismo de informação’, impulsionou uma série de transformações não só no forma de apresentação dos textos nos jornais, como também nas práticas jornalísticas e no status social dos jornalistas, o *fact-checking* pode, hipoteticamente, alavancar transformações em patamar semelhante no “jornalismo de verificação”, se houver lastro para sua legitimação como um tipo hegemônico no século XXI” (SEIBT, 2019, p. 163-164).

O potencial desta prática no enfrentamento do caos informativo é alto, mas ao carecer de amadurecimento, como afirma Seibt (2019), o *fact-checking* independente por si só ficaria limitado em um cenário de desconfiança das organizações de mídia que realizam a própria tarefa de checagem (GARCIA, 2021).

No próximo capítulo, vamos debruçar as perspectivas teóricas de possíveis soluções que contribuam para dar resposta ao caos informativo.

### **3 MEDIAÇÃO QUALIFICADA E JORNALISMO DE VERIFICAÇÃO: ALTERNATIVAS À DESINFORMAÇÃO**

Na visão de Traquina (2004), a prática jornalística que parte de uma sociedade democrática carrega consigo uma crença profissional representada em valores como a liberdade, objetividade, autonomia e credibilidade. Neste sentido, o jornalismo ideal deve "equipar os cidadãos com as ferramentas vitais para exercer seus direitos e dar-lhes uma voz para expressar suas preocupações" (TRAQUINA, 2004, p.129).

Damasceno e Patrício (2020) acreditam que, ao buscar a verdade, o jornalismo de verificação, nas suas próprias dinâmicas e especificidades, sustenta esses valores clássicos da ideologia da profissão. Para Reginato (2020), uma das principais finalidades do jornalismo é a de informar de modo qualificado. Sem essa finalidade, o jornalismo não teria a capacidade de exercer seu papel de fortalecer a sociedade democrática (REGINATO, 2020).

Reginato indica que "informar de modo qualificado significa fornecer para a sociedade a síntese dos principais acontecimentos, garantindo o acesso de diferentes públicos a essa informação" (REGINATO, 2020, p.47). A autora elenca na sua pesquisa cinco atributos da informação qualificada, que seriam essenciais para que o jornalismo consiga cumprir com sua finalidade primária. A informação precisa ser (a) relevante, (b) verificada, (c) plural, (d) contextualizada e (e) envolvente.

Em primeiro lugar, ela considera a informação relevante como aquela que é atual e útil (REGINATO, 2020). "O jornalismo tanto seleciona o que é relevante (deve ser, a priori) como dá relevância àquilo que seleciona (efeito/atributo da informação qualificada)" (REGINATO, 2020, p.48). No cenário da crise informativa descrita no capítulo anterior, o jornalismo precisa continuar aprimorando sua escolha das informações relevantes para a esfera pública, exercendo sua função como ator cartográfico (OLIVEIRA; OSÓRIO; HENN, 2019). Trata-se, neste sentido, da realização de um processo de semiose dos acontecimentos, de um farol para o melhor discernimento da realidade de diversos sistemas sociais apoiado pela mediação qualificada. Se nas redes sociais a desinformação circula livremente entre o excesso de conteúdo, Reginato (2020) coloca a curadoria da informação relevante como antídoto.

Por outro lado, a informação verificada seria, para a autora, aquela que passa por processos de verificação e validação, com apuração direta de dados, entrevistas e consultas de documentos (REGINATO, 2018). Na verificação de informação, encontramos a objetividade como método principal e, a transparência, como a base da informação verificada, em um

processo que dá ao jornalismo a credibilidade necessária diante o público para exercer sua função. Reginato se apoia em Cornu (1994) para afirmar que o jornalista tem “o dever de procurar, verificar, confirmar, destacar o sentido e contar os fatos dignos de serem conhecidos, apoiado num trabalho de verificação” (2020, p. 47).

A informação verificada leva à precisão, à redação correta de termos, nomes, datas, siglas, locais – elementos que não podem ser menosprezados, pois são fundamentais para a credibilidade jornalística (REGINATO, 2020, p. 48).

Já em relação à informação plural, Reginato (2018) considera essencial a diversidade das fontes. Para ela, o jornalismo só pode produzir informação qualificada se considerar as diferentes identidades que permeiam o espaço público. Tomando parte do entendimento de Lago (2014), seria dever do jornalista apresentar a multiplicidade de opiniões da sociedade, promovendo a compreensão do Outro e identificando as relações de poder e diferenças sociais entre si mesmo e os outros grupos sociais. É possível atingir tal multiplicidade de opiniões por meio da informação plural capaz de “incorporar a alteridade como referente, com um olhar inclusivo que possibilite entender e acolher visões de mundo diferentes daquelas que são fruto das projeções sobre o público habitualmente considerado ideal pelos veículos [...]” (REGINATO, 2020, p. 49).

Sobre o atributo da informação contextualizada, Reginato (2020) argumenta que dita contextualização ocorre através da inclusão do acontecimento em significados facilmente reconhecíveis pelo público. Essa contextualização fica atrelada ao aproveitamento total das informações disponíveis, que possibilitem a observação dos significados do acontecimento. Para contextualizar, Reginato (2020) explica, de acordo com o entendimento de Lückman e Fonseca (2017), que a notícia precisa fornecer um background detalhado do acontecimento e também proporcionar uma relação social e histórica do fato.

Por fim, para que a informação seja envolvente, a autora indica a necessidade da utilização de recursos narrativos, bem como o relato multimídia, para contar o acontecimento de uma maneira interessante. No caso de falharmos nesta tentativa, com a produção de um relato desinteressante, o acontecimento “pode não atrair a atenção devida do público” (REGINATO, 2020, p.49).

### 3.1 Mediação qualificada e *fact-checking*

Como vimos no capítulo anterior, a transformação do ambiente digital e o fenômeno do caos informacional intensificam a disputa de sentidos na era digital. É neste sentido, ligado



à busca por uma solução ao desordem catalisado pelo excesso de informações, que Oliveira (2016, 2018, 2019) propõe o exercício de uma mediação qualificada na esfera pública. “Caberia ao jornalismo, sim, mediar o conflito entre os signos que circulam; não impor a sua representação, ao constituir-se em mais um agente que disputa” (OLIVEIRA, 2018, p. 13).

Para ele, a mediação é qualificada devido à formação que concede ao jornalista esse exercício, junto com a utilização de teorias e métodos próprios (OLIVEIRA, 2019). Essa mediação qualificada, constitui, ainda, o lugar do jornalismo na esfera pública, sendo capaz de produzir um conhecimento específico “entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade” (OLIVEIRA, 2016, p. 25). A esfera pública, neste caso, seria o espaço em que o bem comum e o entendimento cidadão são processados (HABERMAS, 2003).

Garcia (2021) argumenta que, ao longo da história, o jornalismo legitimou sua representação dos acontecimentos, motivo que levaria, neste novo cenário, a reposicionar os preceitos-base da profissão: imparcialidade e objetividade. “Deixando de disciplinar, o jornalismo passaria a esclarecer, movimento que não prescinde de outro, anterior, que admite a intervenção do jornalismo na construção social da realidade ao exercer uma mediação entre os acontecimentos e a sociedade” (GARCIA, 2021, p. 31).

Trata-se aqui, de acordo com o proposto por Garcia (2021), de uma releitura das práticas convencionais da profissão, enraizadas ao longo do tempo, que já não encontram mais espaço no ambiente digital, devido a que “não conseguem mais dar conta da complexidade dos fenômenos na forma como são representados” (2021, p. 31). Essa releitura contribuiria, segundo explica a autora, com a materialização das condições necessárias para a continuidade do projeto do jornalismo como forma de conhecimento (GARCIA, 2021).

Diante da necessidade de nos aprofundarmos na mediação qualificada como ferramenta para combater o caos informativo, analisa-se nesta pesquisa o *fact-checking* como prática que tem crescido na sua relevância no campo, favorecendo mudanças culturais e gerando um novo tipo de compromisso do jornalismo.

Segundo a interpretação de Seibt (2019) do trabalho de Bell e Owen (2017), o jornalismo passou por três mudanças disruptivas no seu modelo de negócio e distribuição na sua história contemporânea: (a) a transformação do meio analógico para o digital; (b) a expansão das redes sociais; e (c) domínio do mobile. Para explicar esta última fase, Seibt argumenta que o mercado passou a ser dominado pelas “Big Techs”, ou grandes empresas de tecnologias, que geraram uma modificação nos processos e estruturas das organizações de notícias.

Os princípios da open web, prometidos tanto aos cidadãos como aos jornalistas, deram lugar a um ecossistema dominado por um pequeno número de empresas de plataforma que exercem uma tremenda influência sobre o que vemos e sabemos (BELL; OWEN, 2017, p. 17 *apud* SEIBT, 2019, p. 96).

A partir dessas mudanças, surge, primeiramente, o que a análise de Charron e Bonville identificou como uma exacerbação da hiperconcorrência; e posteriormente, como consequência, são geradas também as condições para o surgimento de novas práticas jornalísticas como o *fact-checking* (SEIBT, 2019).

Graves (2013) define o *fact-checking* como um tipo de jornalismo investigativo, de verificação, que analisa declarações oficiais e avalia os fatos depois de ocorrerem no ambiente digital, transformando os resultados da sua indagação em uma nova notícia.

O *fact-checking* é um movimento de reforma, porque argumenta sobre como o jornalismo político deve ser praticado. É parte de uma reação contra "ele disse, ela disse" reportagens que vêm sendo construídas há décadas. Ele se encaixa em um padrão histórico muito maior de mudanças culturais e até movimentos de reforma no jornalismo. (GRAVES, 2016, n.p., tradução nossa).

Esse movimento de reforma indicado por Graves se dá de forma entrelaçada com os princípios do jornalismo como a busca pela verdade. Para Seibt (2019), os jornalistas deixam de decidir o que é notícia para identificar, diferentemente, o que é verdade na esfera pública. Porém, diante da falta de consenso sobre os fatos na vida pública, prometer um ideal de verdade frente à desinformação pode colocar em xeque o jornalismo.

Wilson Gomes discute no seu trabalho de 2009 a “pretensão de verdade” procura separar a verdade da veracidade como princípio normativo:

Sentenças podem ser verdadeiras ou falsas, em virtude da sua capacidade objetiva de expressar o que as coisas são, enquanto pessoas e argumentos podem ser ou não verazes, em virtude de formularem as suas expressões e os seus argumentos com ou sem sincera pretensão de que sejam verdadeiros. (GOMES, 2009, p. 10).

Não se trata, *per se*, da verdade, mas da veracidade — princípio que tensiona o jornalismo a se comprometer “a trabalhar objetiva e metodicamente para afastar o risco do engano ou do erro” (GOMES, 2009, p. 11 *apud* RODRIGUEZ-PEREZ; SEIBT, 2022, p. 4).

A objetividade, como valor jornalístico, aparece como norma adjacente na visão de Cornu, aplicada na coleta de dados disponíveis para combater a desinformação — ideal que

se aproxima ao que buscam os *fact-checkers* nos seus processos de verificação (RODRIGUEZ-PEREZ; SEIBT, 2022).

Para além disso, acompanhados da tese do “espírito científico” que Lippmann defendia para o jornalismo focado na verificação de fatos, Rodriguez-Perez e Seibt também ecoam a recomendação de transparência absoluta sobre os métodos e motivos defendida por Kovach e Rosenstiel (2004, p. 128 *apud* RODRIGUEZ-PEREZ; SEIBT, 2022, p. 5), pois “[...] só explicando como sabemos o que sabemos podemos fazer com que o público possa, queira, reproduzir a informação. É isso o que significa objetividade de método na ciência, ou no jornalismo”.

### 3.2 Origem do *fact-checking*

Segundo Seibt (2022), Graves analisa a origem do *fact-checking* como uma reação ao desencanto com o jornalismo declaratório estadunidense do século passado. Para exemplificar este contexto, Graves conta que durante a campanha presidencial que levou à eleição de Ronald Reagan nos EUA, na década de 1980, o então candidato afirmou que “[...] as árvores causavam mais poluição do que os automóveis e que havia mais petróleo no Alasca do que na Arábia Saudita” (GRAVES, 2016, p. 56 *apud* SEIBT, 2022, p. 111). Ambas afirmações eram evidentemente falsas, mas no contexto declaratório e sem uma checagem em tempo real, estas haviam passado à esfera pública sem maiores consequências. O autor, afirmou que inclusive uma edição do Columbia Journalism Review, de 1986, alegou que as conferências de imprensa na Casa Branca tinham se tornado espaços de “imprecisão, distorção e falsidade” (SEIBT, 2022).

Graves comenta que o primeiro jornal que desafiou os “fatos” do então presidente havia sido o Washington Post, que criou uma iniciativa de publicação de barras laterais na edição do jornal com pequenas correções que expunham as falsidades ditas por Reagan. O cenário piorou bastante nas eleições seguintes, contexto que acelera o surgimento da equipe de *fact-checking* da CNN, liderada por Brooks Jackson, que na campanha eleitoral americana de 1992 levou ao ar a seção “Campaign’92 Reality Check” — um projeto de checagem de afirmações dos candidatos (SEIBT, 2022).

Brooks Jackson publicou em 2003 o site FactCheck.org, inspirando outras iniciativas deste tipo. E o ano 2004 chegou a ser apontado como “o ano do *fact-check*” por especialistas do setor, levando em consideração os novos projetos criados por jornais como Washington Post, The New York Times, Los Angeles Times, ABC News e outras publicações menores (SEIBT, 2019).

Até pouco tempo atrás, não havia internet, não havia canais de TV 24 horas, Twitter ou redes sociais. As pessoas recebiam informações filtradas pelos meios de comunicação, que trabalhavam como guardiões, detentores da notícia. Agora as pessoas são bombardeadas por informação”, disse Jackson, num encontro de checadores realizado em 2014 na Argentina. “É aí que a imprensa precisa se reinventar, virar uma espécie de filtro para tantas histórias descabeladas. (AGÊNCIA LUPA, 2015, on-line, *apud* SEIBT, 2019, p. 112)

Em 2009, o projeto de *fact-checking* PolitiFact atingiu um grande destaque no jornalismo, vencendo o Prêmio Pulitzer — prêmio de maior prestígio do jornalismo dos Estados Unidos — pelo trabalho desempenhado na cobertura das eleições de 2008, que resultou na vitória do primeiro presidente negro da história do país: Barack Obama. Segundo Seibt, o PolitiFact utilizava “termômetros de veracidade”, que atrelava a imprecisão do discurso ao aumento da temperatura. Após chamar a atenção do público, a iniciativa passou a realizar treinamentos de *fact-checking* por meio de uma franquia, consolidando as “etiquetas de declarações” públicas para os diferentes níveis de veracidade das afirmações. Já em 2014 surge uma instituição mundial dedicada à prática: a International Fact-checking Network (IFCN) <sup>11</sup>— uma organização que tem sua sede no Instituto Poynter, na Flórida, fundada sob o princípio da transparência absoluta em torno das fontes de informação, das fontes de financiamento, da metodologia de checagem e das correções, e do apartidarismo. (SEIBT, 2022)

Nos anos subsequentes, diversas iniciativas internacionais de checagem surgiram para preencher o vácuo deste tipo de projetos em outras regiões. De acordo com um levantamento feito pelo Duke Report’s Lab, em 2014 existiam apenas 44 iniciativas de *fact-checking* no mundo. Um ano depois, o número de projetos aumentou para 64. Em 2019, foram registradas pelo menos 188 iniciativas. E no relatório de 2023 desta instituição, foi levantado um aumento considerável no número de projetos de *fact-checking* no mundo, com 417 iniciativas ativas, verificando informações em mais de 100 países e 69 línguas. (REPORTER’S LAB, 2023)

A eleição presidencial de 2018 catalisou a prática do *fact-checking* na imprensa no Brasil, embora os primeiros sites e agências especializadas na área tenham surgido no início da década de 2010 no país. Um dos primeiros projetos de fact-checking que surgiu no país foi

---

<sup>11</sup> International Fact-checking Network (IFCN) é uma organização baseada no Instituto Poynter, na Flórida, Estados Unidos, que congrega iniciativas de checagem do mundo. A IFCN certifica seus signatários com o fim de garantir que os protocolos de checagem sejam seguidos internacionalmente.

o blog Preto no Branco, do jornal O Globo, em agosto de 2014. Já a primeira agência especializada neste tipo de cobertura, foi a Agência Lupa, que foi criada pela fundadora de Preto no Branco, Cristina Tardáguila. Ainda em 2014, surgiu a agência Truco, e em 2015 nasce Aos Fatos (SEIBT, 2019).

### 3.3 “Jornalismo de verificação” e categorias analíticas da checagem

Charron e Bonville, na interpretação feita por Seibt 2022, entendem o paradigma jornalístico como um “sistema coerente de regras, valores, representações” que norteia a prática jornalística (2016, p. 121 *apud* SEIBT, 2022, p. 105). Levando em consideração as mudanças dramáticas de função e organização ocorridas ao longo da história do jornalismo, os autores elencam quatro paradigmas jornalísticos primários que foram germinados pelo surgimento da imprensa norte-americana (SEIBT, 2022). Estes são: (a) o “jornalismo de transmissão” — comum nos primórdios da profissão, no século XVII — identificado nos primeiros periódicos, que publicavam comunicados oficiais, registros náuticos e avisos; (b) o “jornalismo de opinião”, que servia como ferramenta para declarar argumentos a favor e em contra de causas específicas em folhetos de cunho político nas últimas décadas do século XVIII; (c) o “jornalismo de informação”, marcado pela notícia factual como texto jornalístico mais representativo, que nasce no período de consolidação das empresas jornalísticas nos países capitalistas e democráticos em meados do século XIX; e (d) o “jornalismo de comunicação”, caracterizado pela ligação entre emissor e destinatário e pela segmentação do mercado de mídia, consolidado nos anos 1980 (SEIBT, 2022).

Sob a base conceitual proposta pelos autores canadenses, Seibt (2019) concebe um novo tipo de ideal: o “jornalismo de verificação”. Este ideal, de acordo com a autora, passa a tensionar as transformações contemporâneas no jornalismo diante do cenário atual do ambiente digital, dominado por plataformas de rede sociais que desestabilizam o paradigma jornalístico.

De acordo com Seibt (2022), todos os tipos de jornalismo descritos anteriormente coexistem ao longo da história; um não suprime o outro, mesmo que alguns tenham parado de existir. Isto significa que o “jornalismo de informação” pode compartilhar certos elementos com o “jornalismo de verificação” que coexistem de forma paralela.

Contudo, ao analisarmos este ideal, não se pode confundi-lo com o *fact-checking*. De acordo com Seibt, o primeiro é um modelo teórico-metodológico cujo intuito é generalizar certas características para compararmos, através dele, a realidade empírica. Já no caso do

segundo trata-se de uma prática jornalística — ele é o referente empírico que experiencia mudanças de práticas (SEIBT, 2022)

Tendo como referência o fato de a produção noticiosa funcionar como parâmetro principal do paradigma do jornalismo, Seibt (2019) afirma que o texto comum do “jornalismo de verificação” trabalha principalmente “sobre conteúdos já conhecidos do público — sejam estes entrevistas, discursos políticos, conteúdos virais — atribuindo a eles parâmetros de veracidade” (SEIBT, 2019, p. 232). Seibt faz ênfase na capacidade deste tipo de jornalismo para exercer o “controle cognitivo externo” do poder, se utilizando da curadoria de dados públicos para gerar conteúdos autoexplicativos, que mostram como é feita a própria apuração.

Se o paradigma, entendido como estrutura que subentende um sistema de regras – de edição, redação, semânticas e procedimentais – a emergência de um ‘jornalismo de verificação’ promoveria mudanças nas regras de redação e edição, uma vez que se alteram os critérios de seleção – não mais o conteúdo exclusivo, e sim algo que já está público – e de interpretação – o fact-checking obriga o jornalista a tirar uma conclusão quanto ao grau de veracidade das informações, por meio da atribuição de uma etiqueta. Também são identificáveis alterações nas regras procedimentais, já que o processo de verificação de informações prioriza fontes documentais, dados estatísticos e outros tipos de bases não-humanas, diferentemente do processo convencional de reportagem, fortemente embasado em entrevistas. (SEIBT, 2019, p. 93).

Para a autora, o potencial do “jornalismo de verificação” está no fato de não se limitar só à prática do *fact-checking*, mesmo tendo se inspirado fortemente neste formato. Este tipo de jornalismo tem a capacidade de assimilar diversos elementos do *fact-checking* em outros espaços editoriais, melhorando suas condições de combate ao caos informativo no cenário de desinformação (SEIBT, 2019).

A partir do entendimento do “jornalismo de verificação” como prática de característica nova (a verificação *per se*) em relação aos paradigmas jornalísticos elencados por Charron e Bonville (2016) — transmissão, opinião, informação, comunicação —, Seibt (2019) nota 14 características do “jornalismo de verificação” como tipo de ideal. Estes aspectos, assim como seus valores conceituais, são apresentados no seguinte quadro:

Figura 1 - Aspectos do “jornalismo de verificação”

Característica	Conceito
Fontes de financiamento	Leitores e patrocinadores são mais relevantes do que anunciantes.
Periodicidade	Deadlines mais elásticos, ao invés da hora. O fechamento corresponde ao dia ou até a semana.
Características do real jornalístico	Eventos de última hora e ocorrências naturais perdem peso para atividades sociais corriqueiras, como seções legislativas, e mesmo pseudoacontecimentos políticos, como discursos e pronunciamentos.
Formas de acesso ao real	O repórter perde importância como coletor primário de informação, atores sociais e o sistema de jornais são as principais formas de acesso ao real.
Real admissível pelo jornal	Tem menos relevância o consenso e mais o desacordo, ou seja, assuntos que geram polêmica ou controvérsia são mais frequentemente enquadrados como passíveis de verificação.
Princípios normativos	Exatidão, imparcialidade e objetividade, que praticamente haviam sumido no “jornalismo de comunicação”, voltam com força total.
Influência sobre o real	Há mais equilíbrio entre a influência dos atores sobre o jornal e vice-versa.

Diversidade de modos de enunciação	Único aspecto que permanece estável em relação ao “jornalismo de comunicação”, sendo a verificação até mesmo decorrente desse sistema.
Tamanho e segmentação do público	Universal, mas não mais pelo viés cultural e sim pelo político, entendida a dimensão política não só pela democracia representativa, mas também nas causas sociais e democráticas.
Nível de conhecimento prévio do público	Há um grande conhecimento prévio das ocorrências, talvez o maior da história, mas isso não se reproduz em conhecimento do estado do mundo, como mostra o crescimento da desinformação.
Meta discursiva	Volta a ser principalmente informativa, mas é também persuasiva, na medida em que argumenta-se em torno de uma conclusão sobre o grau de veracidade das informações, perde-se a meta gratificadora, visto que o fact-checking pode não agradar, sendo esta uma das razões para a resistência de muitos leitores ao formato, como vimos no capítulo anterior.
Identidade discursiva	O discurso “em nome” do jornal volta a se sobrepor ao jornalista, no “jornalismo de comunicação” a subjetividade do jornalista era exacerbada.
Situações de intertextualidade	Há uma nova situação dialógica entre o autor do texto-fonte e o jornal, porém na via informativa e não opinativa,



	refere-se à virtual capacidade do “jornalismo de verificação” de influenciar o discurso de agentes políticos.
Importância dos procedimentos ostensivos	São importantes, porém menos específicos, já o formato é ditado pelas plataformas digitais, as etiquetas seriam a dimensão ostensiva mais específica do fact-checking.

Fonte: SEIBT (2019). Elaborado pelo autor.

## 4 METODOLOGIA E ANÁLISES

Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada para efetuar as análises propostas para responder o problema de pesquisa proposto na introdução deste trabalho. Em sequência, será apresentada uma breve descrição histórica do projeto Estadão Verifica, as análises das checagens escolhidas e, posteriormente, o debate em relação aos resultados.

### 4.1 Metodologia

Para responder o problema de pesquisa deste trabalho, nos auxiliamos na metodologia de estudo de caso com base nas técnicas de observação participante e de análise de conteúdo — que será descrita mais para frente. A escolha das técnicas relacionadas à observação participante se deu de forma natural no início da concepção deste trabalho. No período de setembro de 2022 e junho de 2023, o autor da presente pesquisa participou do projeto Estadão Verifica como membro da equipe de repórteres, desenvolvendo diversas atividades de checagens, em diferentes formatos e, fundamentalmente, na cobertura do período eleitoral de 2022 — incluso no recorte temporal que será descrito neste capítulo.

A observação participante como técnica de pesquisa tem sido amplamente utilizada em diversas áreas do conhecimento. Bogdan e Taylor (1975) definem esta técnica como uma investigação que possui na sua base interações sociais intensas entre o sujeito e o pesquisador.

Peruzzo (2006) argumenta que na observação participante “[...] o pesquisador se insere no grupo pesquisado, participando de todas as suas atividades, ou seja, ele acompanha e vive (com maior ou menor intensidade) a situação concreta que abriga o objeto de sua investigação” (PERUZZO, 2006, p. 133-134).

Por sua vez, Angrosino (2009) define a observação participante como um processo de aprendizagem que se dá mediante o envolvimento nas atividades de quem faz parte do estudo. O autor acredita que esta técnica não deve ser considerada apenas um método de pesquisa, devido ao fato de que ela é também uma estratégia útil para a coleta de dados em uma determinada investigação.

Lapassade (2001), em outra abordagem, argumenta que há três tipos de observação participante: (a) a observação participante periférica, na qual o pesquisador possui um grau de implicação equilibrado no grupo estudado, ao ponto de não suprimir sua capacidade analítica; (b) a observação com participação ativa, que facilita a participação do pesquisador em todas as atividades do objeto de estudo, mantendo ainda distância do objeto; e (c) a observação participante completa, que facilita a investigação-ação.

Por outro lado, em relação à análise de conteúdo do presente trabalho, a técnica foi utilizada a partir dos conceitos apresentados por Heloiza Herscovitz (2007) e Laurence Bardin (2011; 2016).

Herscovitz (2007), conceitua a análise de conteúdo como um método que pode ser utilizado para avaliar enquadramentos, agendamentos e critérios noticiosos, tendo potencialidade também para descrever e classificar produtos, gêneros e formatos jornalísticos, para assimilar os modelos de produção de indivíduos, grupos e organizações, para identificar elementos específicos, exemplos representativos e discrepâncias e para realizar comparações de conteúdo.

Neste sentido, Bardin (2016) elenca a análise de conteúdo como “um conjunto de instrumentos metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a ‘discursos’ (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (BARDIN, 2016, p. 15). O autor descreve a técnica como uma ferramenta capaz de classificar diferentes elementos de acordo com critérios susceptíveis dos quais surge sentido dentro de uma “confusão” (BARDIN, 2011). Para a autora, a análise de conteúdo passa por três fases essenciais: (1) a pré-análise; (2) a exploração do material; e (3) o tratamento dos resultados. Na primeira fase, diz Bardin (2016), o autor do estudo deve assimilar todo material textual e identificar os objetos de análise para seu estudo. Neste primeiro momento, devem ser definidas as categorias relacionadas aos temas, conceitos e ideias representadas no material. Na segunda etapa, as categorias e subcategorias definidas são aplicadas na análise do conteúdo. E na última etapa, o pesquisador deve interpretar e analisar os dados coletados para gerar significados.

O material selecionado para análise geral é formado por 22 matérias publicadas pelo Estadão Verifica no segundo turno das eleições presidenciais de 2022 — este período compreende o recorte de 28 dias, que se estendem entre o dia de votação do primeiro turno (2 de outubro de 2022) e o dia de votação do segundo turno (30 de outubro de 2022). O motivo da escolha deste recorte é o fato de este período ter sido essencial para a campanha que definiu o novo presidente da república, período no qual ainda a opinião pública pode (ou não) ter sido influenciada a votar de uma maneira específica de acordo com a sequência de ciberacontecimentos em torno dos candidatos Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva. Dentro destes ciberacontecimentos, levamos em consideração as *fake news* e seus possíveis impactos.

Ainda dentro do quesito de análise dos conteúdos, serão assimiladas de forma mais específica e detalhada as 3 checagens que mais circularam no recorte de tempo citado.

Também serão organizadas por número de acessos — dado compartilhado conosco pelos editores do Estadão Verifica — as 22 checagens, mostrando na sua totalidade quais foram as que mais circularam neste período. Por outro lado, serão avaliadas o comportamento dos usuários consumidores do conteúdo do Estadão Verifica em cada um dos 28 dias, de acordo com o número de acessos. E, por fim, apresentaremos quais foram as porcentagens de citações dos nomes dos candidatos (Bolsonaro e Lula) nas checagens publicadas neste recorte.

Segundo Herscovitz (2007), a tendência contemporânea da análise de conteúdo não favorece a dicotomia entre o quantitativo e o qualitativo. Para ela, isto produz uma integração entre as duas visões de forma que os conteúdos manifesto e latente podem ser incluídos em um mesmo estudo, de forma que passamos a compreender não apenas o significado aparente de um texto, mas também o significado implícito, o seu contexto inerente, o meio de comunicação que o produz e seu público alvo.

Tendo isto em consideração, para a nossa análise descritiva das 3 checagens mais acessadas, faz-se necessário apresentar as categorias que foram escolhidas. Estas são: título, linha de apoio, número de fontes, argumento de checagem, origem do conteúdo checado, conteúdo multimídia de apoio, e, se for o caso, classificação da checagem.

Já para a nossa análise de conteúdo em torno das 3 checagens mais acessadas, escolhemos 4 características analíticas descritas por Seibt (2019): identidade discursiva, situações de intertextualidade, importância dos procedimentos ostensivos.

#### 4.2 Estadão Verifica

O jornal O Estado de S. Paulo, fundado em 1875, é um dos periódicos mais tradicionais do Brasil. Em 2018, o jornal decidiu criar o projeto do Estadão Verifica como uma resposta de checagem de fatos à desinformação que já vinha se espalhando massivamente naquele período no país, em um ano eleitoral. À época, Daniel Bramatti, o fundador do Verifica, trabalhava como editor do Estadão Dados — a editoria de jornalismo de dados do jornal), mas também era presidente da Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e membro do Projeto Comprova — coalizão de veículos de imprensa para o combate à desinformação, da qual o Estadão Verifica participaria (ESTADÃO, 2021). O projeto foi lançado como blog no site do Estadão. O objetivo da equipe era desmontar boatos da internet e também publicar textos sobre o fenômeno das notícias falsas. Uma das vias pela qual a iniciativa descobre os conteúdos falsos que estão circulando pela esfera pública é um serviço de alerta pelo Whatsapp. Com um número de Whatsapp disponibilizado durante toda a

semana, qualquer pessoa pode entrar em contato e denunciar um possível conteúdo falso que tenha sido espalhado por esta ou outras redes sociais. Como explicamos no capítulo 2, o Whatsapp tem se tornado um dos maiores espaços de compartilhamento de notícias falsas, devido à sua dinâmica fechada, de compartilhamento de conteúdos com pessoas conhecidas. Neste cenário, o projeto iniciou sendo um sucesso. Após um mês de lançamento da iniciativa, este blog recebeu mais de 17 mil mensagens via WhatsApp, com uma média de volume diário de mensagens de 560 por dia (ESTADÃO VERIFICA, 2018). Em 2019, o Estadão Verifica passa a se tornar um dos signatários do código de princípios da International Fact Checking Network (IFCN) — mencionados no capítulo 3 —, o que possibilitou que a iniciativa passasse também a cumprir com os 5 propósitos fundamentais do IFCN: apartidarismo, imparcialidade, transparência das fontes, transparência de financiamento, transparência da metodologia, e política de correções aberta e honesta (MONNERAT, 2019).

Em 2020, o Estadão Verifica assinou um acordo com o Facebook para se tornar um dos seus parceiros oficiais no Brasil na tarefa de checagem de fatos. Isso proporcionou que a equipe do Verifica conseguisse experimentar estratégias para frear o alcance de *fake news* na maior rede social do mundo. Um ano depois, a iniciativa firmou uma parceria com o TikTok para checar também o conteúdo do aplicativo.

A checagem de dados do Verifica é realizada através de consulta a fontes oficiais sobre, bases de dados públicos, órgãos governamentais e análise de conteúdos (ESTADÃO, 2019).

Figura 2 - Capa do blog do Estadão Verifica no site Estadão.com.br

The image shows the homepage of the 'Estadão Verifica' website. At the top, there is a blue navigation bar with the logo and various menu items like 'Notícias & Editorias', 'Ver & Ouvir', 'Dia a dia', 'Produtos', and a search bar. Below the navigation bar, the main heading reads 'Estadão Verifica'. Underneath, there is a sub-header 'Sobre o Verifica | Como enviar suas dúvidas'. The main content area is divided into several sections. On the left, there is a large article with the headline 'Preso que recebeu café e casaco de juíza não participou de assalto em praia do Ceará'. To the right of this article is a box titled 'Envie suas dúvidas' which provides contact information for WhatsApp and Telegram. Below the main article, there is a section titled 'CHECKAGENS' which lists several articles, including 'Israel e Hamas: veja tudo o que desmentimos sobre o conflito' and 'Auxílio-reclusão tem mesmo valor do salário mínimo: postagem desinforma com números errados'. Each article in the 'CHECKAGENS' section has a small thumbnail image and a red label indicating the status of the content, such as 'ENGANOSO' or 'FALSO'.

### 4.3 Análise de conteúdo

Durante o período que marcou o segundo turno da eleição presidencial no Brasil, em 2022, do dia 2 de outubro à 30 de outubro, a equipe de repórteres do Estadão Verifica produziu um total de 22 matérias. Todas foram escritas com o intuito de refutar ou esclarecer informações falsas, enganosas, ou fora de contexto que circularam em diversas esferas da internet durante as eleições.

Na Figura 3, apresentada na sequência, mostramos os títulos e links das 22 matérias citadas anteriormente, organizadas por quantidade de acessos. Os dados exatos do número de acessos e tempo médio que os usuários passaram em cada página não serão divulgados nesta pesquisa por se tratarem de dados internos comerciais do Estadão. Mas podemos confirmar que, enquanto a 22ª checagem, de título “Homem em estúdio da Jovem Pan não é 'censor' do TSE; cena foi um protesto da emissora”, atingiu a faixa inicial dos cinco dígitos em números de acesso, a checagem mais acessada, intitulada “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, chegou a alcançar seis dígitos no número de usuários que leram o seu conteúdo. De acordo com a nossa experiência de observação participativa, também é possível afirmar que à época não houve um consenso de opiniões em relação à divergência entre os números de acessos das menos lidas e as mais lidas — com exceção da 1ª, pelo motivo de ser a checagem ao vivo de um debate presidencial amplamente pesquisado na internet e que chamou a atenção de milhares de leitores do jornal no país —, simplesmente atribui-se ao interesse do público por determinados assuntos na semana em que estes conteúdos se tornaram virais.

Naquele período, a equipe do Estadão Verifica, composta por uma dúzia de repórteres fixos e dezenas de checadores freelancers, monitoravam discursos de figuras públicas, analisavam debates políticos e verificavam milhares de vídeos e imagens nas plataformas parceiras (Facebook, TikTok, Whatsapp). Os conteúdos que viralizavam, em ocasiões eram repostados em diversas plataformas por perfis ora reais, ora falsos, criando uma sequência bastante extensa e repetitiva do mesmo material na internet. Por vezes, nas plataformas disponibilizadas pelas empresas parceiras de redes sociais, os repórteres se viam na necessidade de checar um mesmo conteúdo diversas vezes.

Figura 3 - Matérias realizadas pelo Estadão Verifica entre 2 de outubro e 30 de outubro por ordem decrescente de número de acessos

Posição	Título	Página
---------	--------	--------

1º	<p>Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/debate-lula-bolsonaro-band/">estadao.com.br/estadao-verifica/debate-lula-bolsonaro-band/</a></p>
2º	<p>Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-barreiras-ba-votos-mais-que-eleitores/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-barreiras-ba-votos-mais-que-eleitores/</a></p>
3º	<p>É falso que Lula tenha dito que vai ganhar a eleição 'com a ajuda do pai Xangô'</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-ganhar-eleicao-pai-xango/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-ganhar-eleicao-pai-xango/</a></p>
4º	<p>Áudio em que Bolsonaro comenta prisão de avó de Michelle é manipulado para parecer que foi primeira-dama que cumpriu pena</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/michelle-prisao-trafico-drogas/">estadao.com.br/estadao-verifica/michelle-prisao-trafico-drogas/</a></p>
5º	<p>Crítica de Lula sobre políticos que 'usam pobres como papel higiênico' circula sem contexto</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-pobres-papel-higienico/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-pobres-papel-higienico/</a></p>
6º	<p>Bolsonaro não concluiu 84% das obras da transposição do Rio São Francisco, como alega vídeo</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/transposicao-sao-francisco-bolsonaro-84/">estadao.com.br/estadao-verifica/transposicao-sao-francisco-bolsonaro-84/</a></p>
7º	<p>Letras CPX em boné de Lula são abreviação de Complexo do Alemão; posts enganam ao relacionar termo com tráfico</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/cpx-cupinxa-complexo-do-alemao/">estadao.com.br/estadao-verifica/cpx-cupinxa-complexo-do-alemao/</a></p>
8º	<p>É falso que Petrobras tenha sofrido prejuízo de 'R\$ 900 bilhões' com corrupção</p>	<p><a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/petrobras-roubados-900-bilhoes/">estadao.com.br/estadao-verifica/petrobras-roubados-900-bilhoes/</a></p>

9º	Em sabatina da Record, Bolsonaro repete mentiras sobre corrupção, economia e orçamento secreto	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/sabatina-da-record-bolsonaro-mentiras-corrupcao-economia-e-orcamento-secreto/">estadao.com.br/estadao-verifica/sabatina-da-record-bolsonaro-mentiras-corrupcao-economia-e-orcamento-secreto/</a>
10º	Linha de trem que liga o Pará ao Maranhão existe há 36 anos e não é obra do governo Bolsonaro	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/bolsonaro-trem-para-maranhao/">estadao.com.br/estadao-verifica/bolsonaro-trem-para-maranhao/</a>
11º	Vídeo é editado para parecer que Lula falou em 'tomar cerveja junto' com ladrões de celulares	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-ladrao-celular-erveja/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-ladrao-celular-erveja/</a>
12º	É falso que cidades no Nordeste tenham registrado votação para Lula maior que a população	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/cidades-que-ate-os-mortos-votaram-em-lula/">estadao.com.br/estadao-verifica/cidades-que-ate-os-mortos-votaram-em-lula/</a>
13º	É falso que Alexandre de Moraes tenha sofrido impeachment e tenha sido substituído por Toffoli no TSE	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/e-falso-que-alexandre-de-moraes-tenha-sofrido-impeachment-e-tenha-sido-substituido-por-toffoli-no-tse/">estadao.com.br/estadao-verifica/e-falso-que-alexandre-de-moraes-tenha-sofrido-impeachment-e-tenha-sido-substituido-por-toffoli-no-tse/</a>
14º	Vídeo de Bolsonaro é de inauguração de trecho do VLT na Grande Natal e não de ferrovia que liga o Pará ao Maranhão	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/video-bolsonaro-trem-rio-grande-do-norte-nao-maranhao-para/">estadao.com.br/estadao-verifica/video-bolsonaro-trem-rio-grande-do-norte-nao-maranhao-para/</a>
15º	Entrevista de Lula é deturpada para sugerir que ele teria anunciado instalação do 'regime comunista da China' no Brasil	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-implantar-regime-comunista-2023/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-implantar-regime-comunista-2023/</a>
16º	Vídeo de Lula é editado para parecer que petista defende fechamento de igrejas	<a href="https://estadao.com.br/estadao-verifica/lula-fechamento-igrejas/">estadao.com.br/estadao-verifica/lula-fechamento-igrejas/</a>



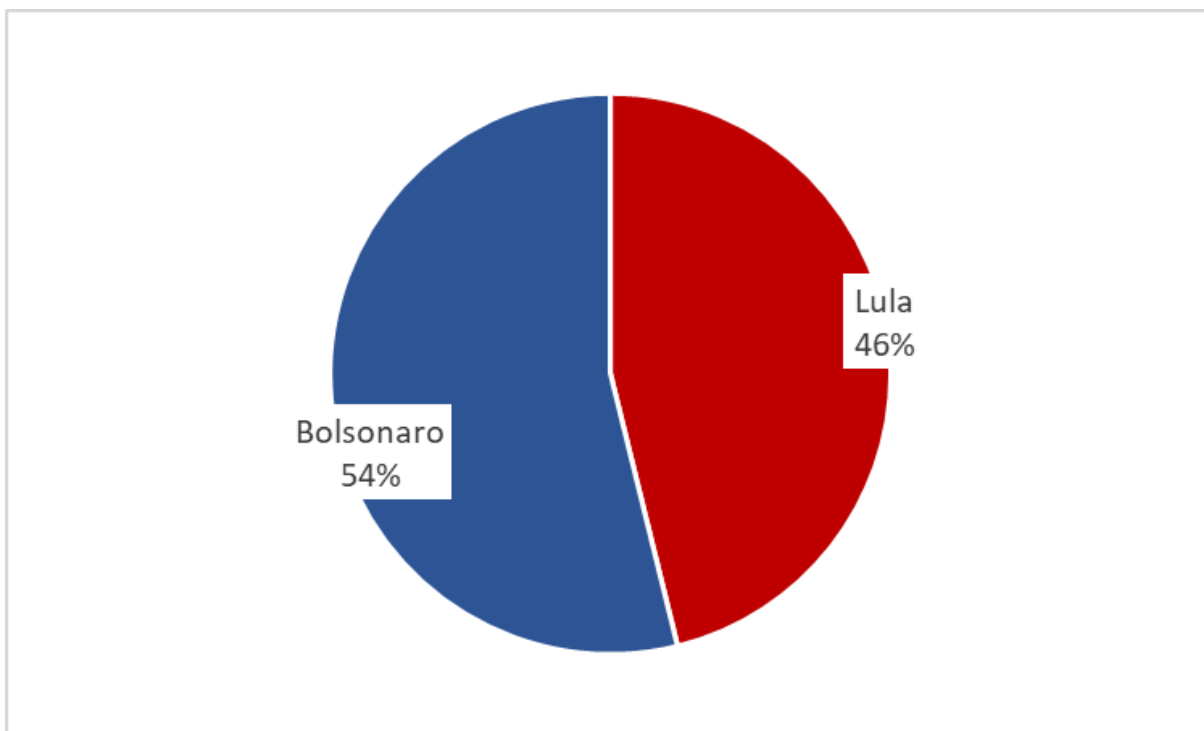
17º	Fies foi criado no governo de FHC e expandido sob gestão de Lula	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/fies-criado-governo-fhc-nao-lula/">estadao.com.br/estadao-verifica/fies-criado-governo-fhc-nao-lula/</a>
18º	É falso que PT tenha projeto de moradia social para abrigar famílias em casas que já têm dono	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/eleicoes2022/">estadao.com.br/estadao-verifica/eleicoes2022/</a>
19º	Áudio em que Bolsonaro comenta prisão de avó de Michelle é manipulado para parecer que foi primeira-dama que cumpriu pena	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/michelle-prisao-trafico-drogas/">estadao.com.br/estadao-verifica/michelle-prisao-trafico-drogas/</a>
20º	Panfleto divulgado em redes sociais apresenta lista falsa de propostas de Lula para o governo	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/panfleto-divulgado-em-redes-sociais-apresenta-lista-falsa-de-propostas-de-lula-para-o-governo/">estadao.com.br/estadao-verifica/panfleto-divulgado-em-redes-sociais-apresenta-lista-falsa-de-propostas-de-lula-para-o-governo/</a>
21º	Posts divulgam dados imprecisos de votação no exterior; veja desempenho de Lula e Bolsonaro no Japão, na Austrália e em outros países	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/votacao-bolsonaro-lula-no-exterior/">estadao.com.br/estadao-verifica/votacao-bolsonaro-lula-no-exterior/</a>
22º	Homem em estúdio da Jovem Pan não é 'censor' do TSE; cena foi um protesto da emissora	<a href="http://estadao.com.br/estadao-verifica/censor-tse-jovem-pan-protesto/">estadao.com.br/estadao-verifica/censor-tse-jovem-pan-protesto/</a>

Fonte: Estadão Verifica. Elaborado pelo autor.

Dentro do conteúdo, também foi feita uma classificação das matérias em relação ao número de vezes que foram mencionados (nos títulos das checagens) os dois candidatos que estavam concorrendo à presidência da República naquele então: Lula e Bolsonaro. A partir desta análise, foi notado que Lula foi mencionado 12 vezes nos títulos das matérias, enquanto

Bolsonaro foi mencionado 14 vezes, representando, respectivamente 46% e 54% do total das menções.

Figura 4 - Proporção de citação de Lula e Bolsonaro nas matérias

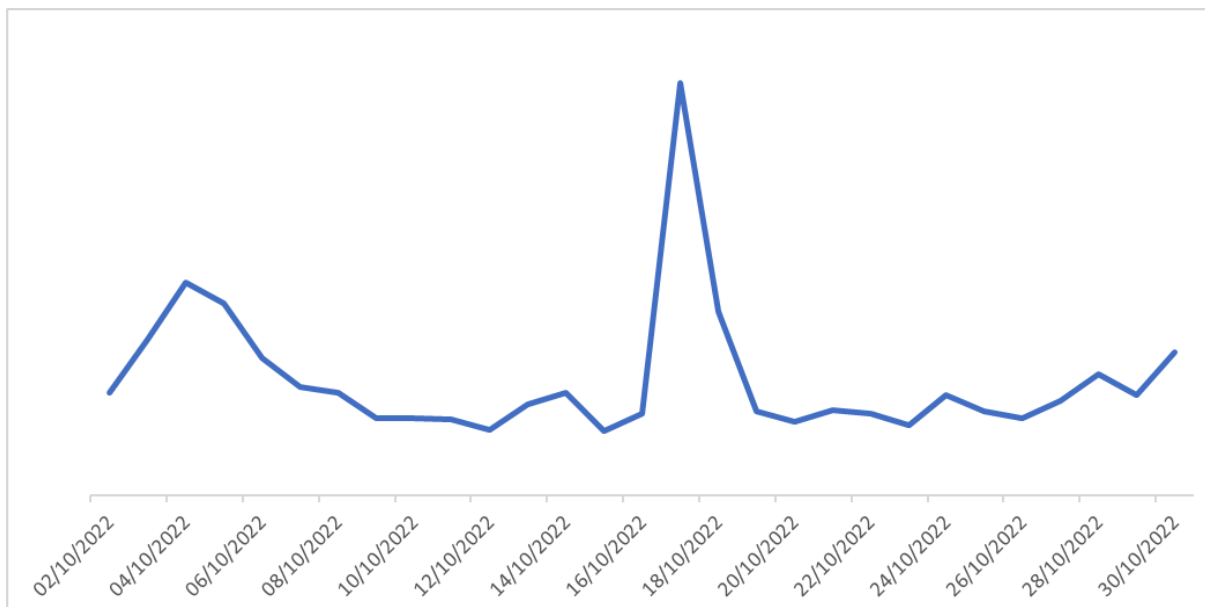


Fonte: Estadão Verifica. Elaborado pelo autor.

A relação da variação dos acessos diários durante os 28 dias analisados do mês de outubro reflete o interesse da audiência do Estadão Verifica no que estava sendo falado à época pelos candidatos à presidência. No caso do pico de acessos registrado no início do mês, trata-se da matéria publicada em 3 de outubro de 2022 “Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores”, que refuta um grupo de conteúdos falsos que promoviam uma onda de desinformação colateral em relação às urnas eletrônicas. (Esta matéria será analisada em detalhes mais para frente).

O outro caso relevante, neste quesito, é o da checagem ao vivo do debate presidencial realizado no estúdio da Band TV. Esta matéria foi publicada na noite do debate, no dia 16 de outubro de 2022. No dia seguinte, o número de acessos superou o recorde do mês do resto dos dias anteriores, chegando a um expressivo número de seis dígitos, exemplificando (a) o amplo interesse dos usuários pelo debate entre os presidenciáveis, e (b), o tamanho do impacto da checagem do Estadão Verifica em uma determinada porção da população. Esta matéria também será abordada em seguida.

Figura 5 - Acessos diários no mês de Outubro/2023



Fonte: Estadão Verifica. Elaborado pelo autor.

#### 4.4 Análise descritiva

O primeiro conteúdo a ser analisado neste subcapítulo é a matéria intitulada “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, publicada pelo Estadão Verifica no dia 16 de outubro de 2022, de autores Pedro Prata, Denise Marin, Gabriel Belic, Giovana Frioli, Maria Eduarda Nascimento e o autor desta pesquisa. Esta foi a checagem mais acessada do blog no período de 28 dias compreendido no recorte previamente descrito.

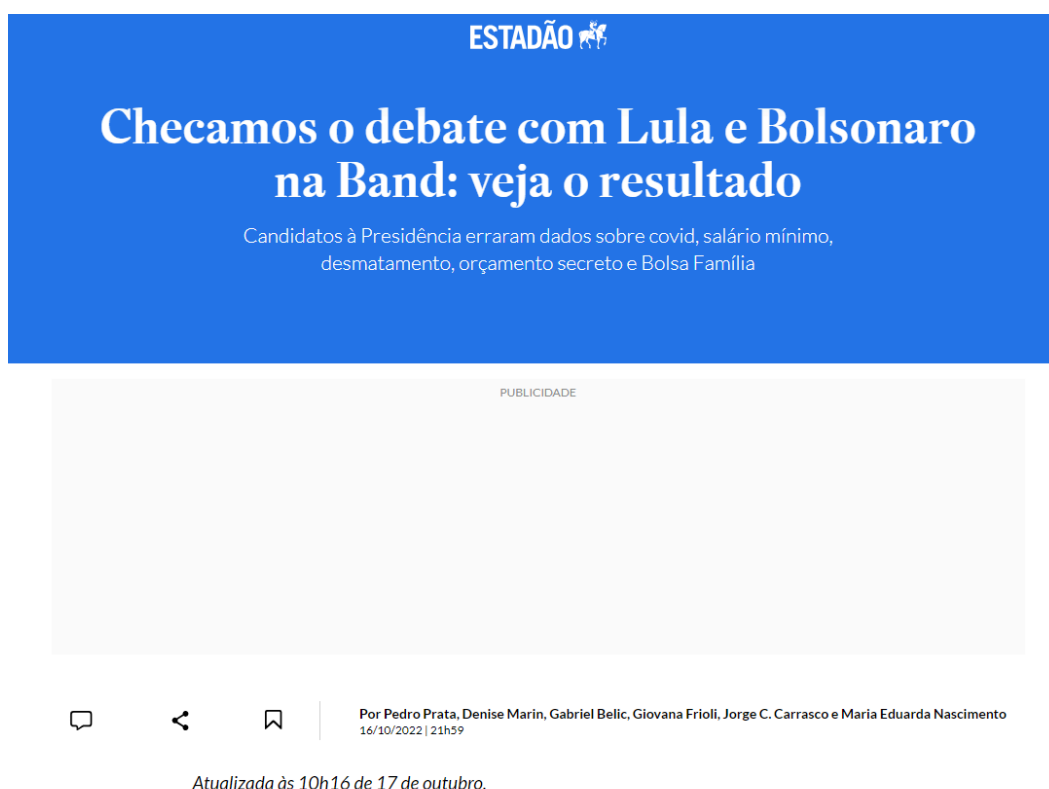
Em um princípio, todas as checagens do Estadão Verifica são colaborativas, em um contexto em que as checagens passam pelas mãos de vários membros da equipe em certo grau, sendo avaliadas por novos olhos várias vezes quando é muito complexa. Em alguns casos, que requerem de um menor tempo de trabalho, somente um repórter trabalha em uma checagem específica, enquanto em outros casos — como o desta matéria — são várias as mãos que colaboram com o resultado final.

A equipe que produziu esta checagem — que inclui o autor desta pesquisa — precisava checar em tempo real as afirmações dos candidatos Lula e Bolsonaro, enquanto o debate era transmitido. Para isso, seis repórteres se juntaram na mesma plataforma online, por onde podiam escrever o texto enquanto outros checavam as afirmações, e vice-versa, em um processo totalmente colaborativo e unificado. Na linha de apoio da matéria, foram informados de forma sucinta quais foram os principais erros e distorções cometidos pelos

candidatos: “Candidatos à Presidência erraram dados sobre covid, salário mínimo, desmatamento, orçamento secreto e Bolsa Família”.

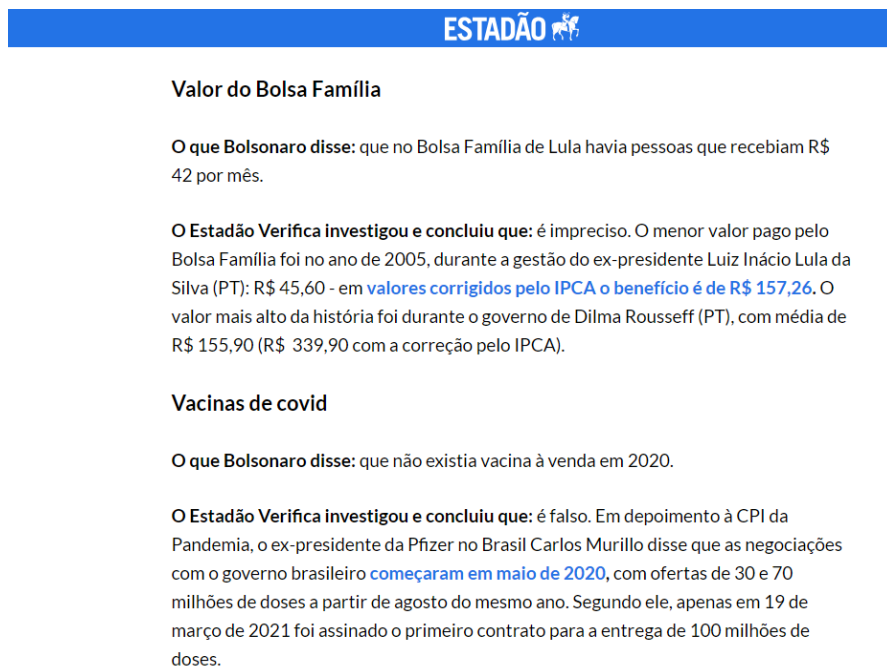
Durante o debate, foram checadas um total de 21 afirmações (9 de Lula e 13 de Bolsonaro). No processo de produção da checagem em tempo real, o número de afirmações a checar varia de acordo com o número de afirmações duvidosas que são faladas. Pela natureza deste tipo de checagens, que precisa ser urgente, rápida, dinâmica e precisa equitativamente, a equipe de *fact-checkers* dá prioridade às afirmações novas ou antigas que tenham argumentos diretos a serem confirmados, deixando para um processo posterior, por exemplo, frases emocionalmente apelativas e frases de teor cômico. Das 9 afirmações de Lula que foram checadas nesta matéria, 4 foram classificadas como imprecisas, 3 como enganosas, 1 como verdadeira em parte, e 1 como verdadeira. Por outro lado, das 13 afirmações de Bolsonaro que a equipe checou, 2 foram classificadas como exageradas, 2 como imprecisas, 5 como falsas e 4 enganosas.

Figura 6 - Imagem 1 da matéria “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br



Fonte: Estadão, 2024. Elaborado pelo autor.

Figura 7 - Imagem 2 da matéria “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br



Fonte: Estadão, 2024. Elaborado pelo autor.

Na Figura 7 é apresentado um exemplo das checagens realizadas nesta matéria. No presente caso, são checagens sobre duas afirmações de Jair Bolsonaro (imprecisa e falsa, respectivamente). Na matéria, ainda, a equipe de *fact-checkers* realizou ao menos 20 citações diretas a outras fontes diferentes da própria apuração do blog. Como conteúdos multimídia de apoio, foram utilizadas duas imagens de ambos Lula e Bolsonaro no debate, e mais uma do próprio Bolsonaro. O tamanho da checagem pode ser considerado médio, levando em consideração que possui mais de 17 mil caracteres.

Por outro lado, matéria “Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores”, escrita pela repórter Thaís Ferraz e publicada em 3 de outubro de 2022, foi a segunda checagem mais acessada no segundo turno das eleições. Trata-se do tipo de checagem que mais predomina no blog do Estadão Verifica. A produção deste tipo de matérias quase sempre inicia de forma similar: uma denúncia sobre uma mensagem compartilhada com informações não comprovadas através do Whatsapp ou a viralização de um conteúdo duvidoso nas redes sociais, chamam a atenção da equipe de repórteres da iniciativa, que procedem a filtrar a informação e avaliar seu conteúdo. No momento em que é avaliado o conteúdo e é identificado potencial de viralizar com argumentos enganosos, os repórteres passam a pesquisar e construir a checagem.

A escolha da linha de apoio para esta matéria foi a seguinte: “Município baiano deu quase 48 mil votos para o petista, não 213 mil; alegação falsa de fraude circula nas redes”. O conteúdo analisado pela repórter havia viralizado nas redes sociais com uma imagem adulterada do ex-presidente Lula (PT) em que alega ter obtido 213.243 votos em Barreiras, no interior da Bahia — isto decorre no contexto do recém finalizado primeiro turno da eleição presidencial de 2022.

A publicação, enviada ao Estadão Verifica pelo serviço de checagem do Whatsapp, dava indícios de que as urnas da votação haviam sido fraudadas, devido (supostamente) ao número expressivo de “votos” que o então ex-presidente e candidato Lula havia recebido no município — o município teria somente 158.432 habitantes, o que, seguindo a lógica da mensagem falsa, daria a Lula um número maior de votos do que o da população total.

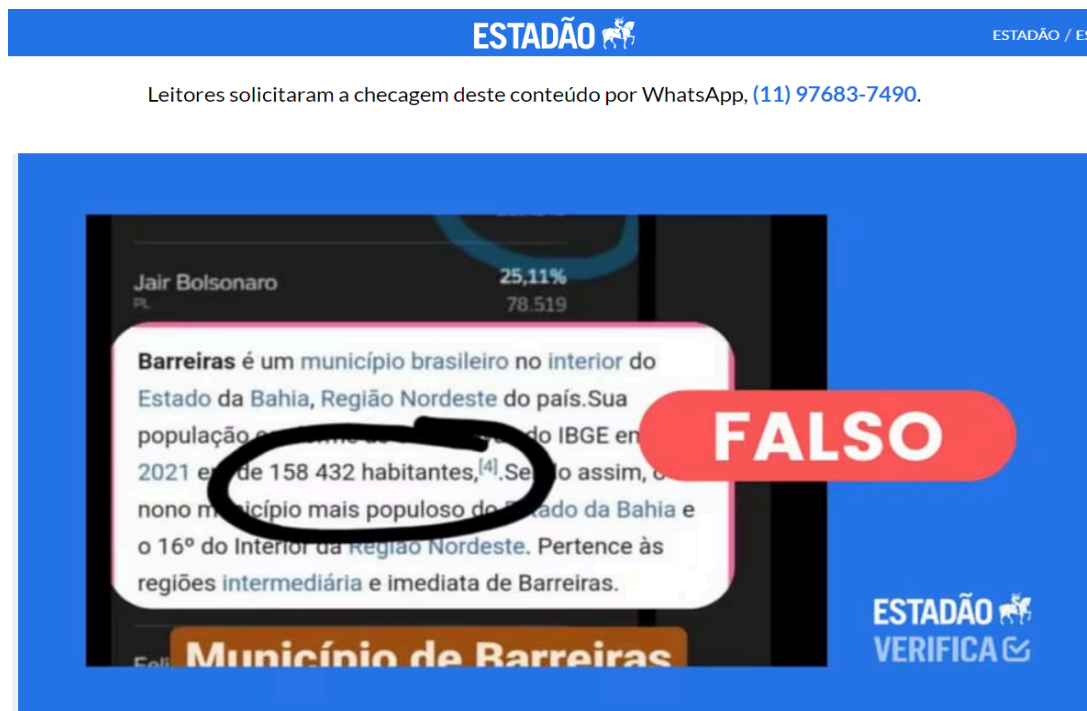
Ferraz apurou o dado real do resultado eleitoral no município e deu resposta à notícia falsa no blog: “Na verdade, o petista teve 47.952 votos no município, totalizando 58,05% dos votos válidos, e não 68,21%, como a montagem indica”, diz a checagem de Ferraz (2022).

Além disso, a mensagem de conteúdo falso também enganava ao afirmar que Jair Bolsonaro (PL) havia obtido 78.519 votos no município, Ferraz, no entanto, comprovou que na verdade, segundo dados fornecidos pelo TSE e compilados pelo Estadão Verifica, Bolsonaro havia recebido 30.197 votos no município, ou 36,56% dos votos válidos.

O vídeo em questão somava-se a uma longa campanha virtual dos apoiadores do ex-presidente Bolsonaro contra as urnas eletrônicas — um equipamento utilizado no país desde os anos 1990, sem registro de fraudes.

Em relação ao número de fontes citadas na matéria, só temos os dados oficiais públicos do TSE sobre o primeiro turno das eleições de 2022, que foram recolhidas pela autora da matéria para embasar sua checagem. Com 1149 caracteres, o tamanho do texto da checagem pode ser considerado curto.

Figura 8 - Imagem da matéria “Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores”, publicado em 16 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br

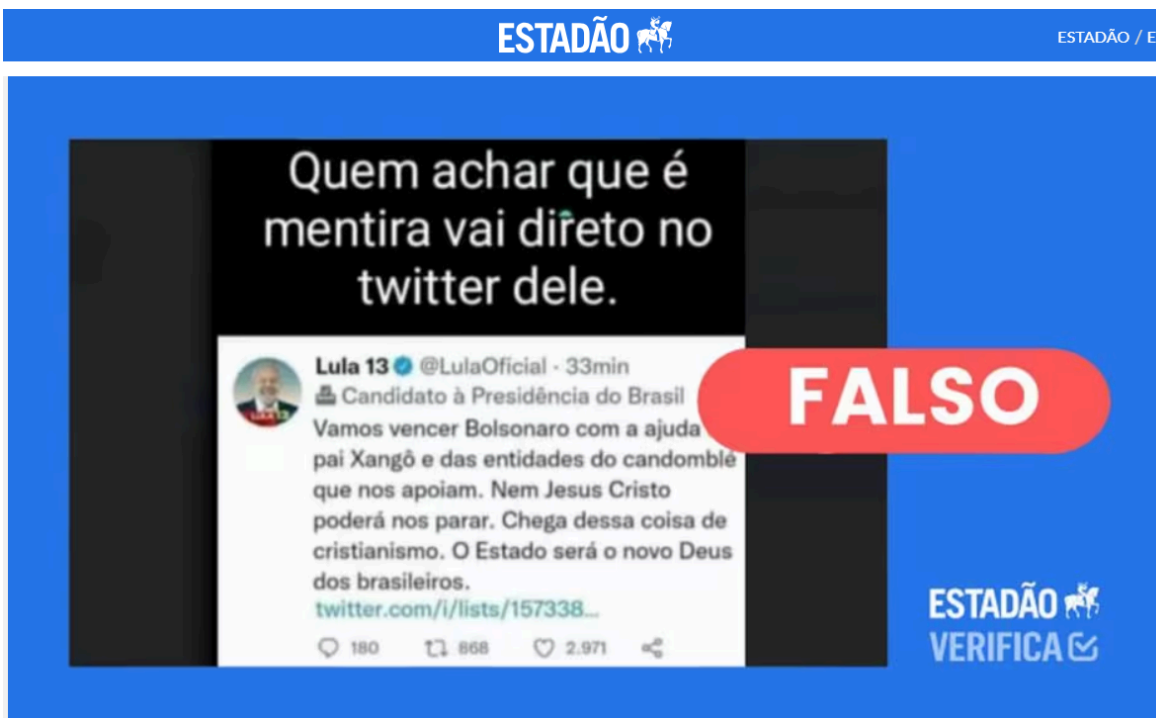


Fonte: Estadão, 2024. Elaborado pelo autor.

Na análise da terceira checagem mais acessada entre 2 de outubro 30 de outubro de 2022, o então ex-presidente e candidato Lula volta a aparecer como protagonista de uma manipulação digital distorcida. A matéria “É falso que Lula tenha dito que vai ganhar a eleição 'com a ajuda do pai Xangô’”, publicada em 7 de outubro de 2022, teve como autora a repórter Clarissa Pacheco. Ela inicia a checagem desmentindo a *fake news*: “É falso que o candidato do PT à presidência da República, Luiz Inácio Lula da Silva, tenha escrito no Twitter que vai ganhar a disputa eleitoral contra Jair Bolsonaro (PL) ‘com a ajuda do pai Xangô’” (PACHECO, 2022).

Trata-se de outra imagem manipulada por motivos enganosos que, após circular pelo Whatsapp de forma viral, foi submetida à checagem do Estadão Verifica pelo seu serviço de Whatsapp. A legenda do suposto “print” — inserida em um fundo preto no canto superior central — mostra uma imagem similar à do perfil do Twitter (rede social chamada agora de X) de Lula, no formato de tuíte, diz: "Quem achar que é mentira vai direto no Twitter dele". O suposto “print”, no entanto, é falso. É uma imagem digitalmente manipulada.

Figura 9 - “É falso que Lula tenha dito que vai ganhar a eleição 'com a ajuda do pai Xangô’”, publicada em 7 de outubro de 2022 pelo Estadão Verifica no site Estadão.com.br



Fonte: Estadão, 2024. Elaborado pelo autor.

O tuíte falso diz: "Vamos vencer Bolsonaro com a ajuda do pai Xangô e das entidades do candomblé que nos apoiam. Nem Jesus Cristo poderá nos parar. Chega dessa coisa de cristianismo. O Estado será o novo Deus dos brasileiros."

Segundo Pacheco, para desmentir o conteúdo falso, foi feita uma busca no Twitter de Lula sob o texto completo e sobre palavras chave, mas não houveram indícios de publicação de tal tuíte. Em uma resposta encaminhada ao Estadão Verifica sobre a *fake news*, os assessores de imprensa do então candidato enviaram ao Estadão a seguinte nota: "O bolsonarismo está poluindo com mentiras o debate de segundo turno, como fez durante a pandemia. Infelizmente a máquina de fake news do Bolsonarismo não para de inventar coisas em uma tentativa desesperada de esconder o fracasso do seu governo".

Ainda na matéria, a repórter conta o contexto no qual se insere a checagem. Segundo ela, nessa semana o Projeto Comprova (do qual participa Estadão Verifica), detectou uma onda de *fake news* em que colocavam o então candidato em uma posição de confronto com o cristianismo. "Nem Deus tira essa eleição da gente" dizia uma imagem enganosa que imitava o formato de manchete do site jornalístico G1, cuja *fake news* alegava que Lula havia dito essa frase em uma reunião com apoiadores. Durante a campanha do primeiro e segundo turno das eleições, diversas ondas de alegações enganosas sobre a relação entre a religião e o presidente foram checadas pelo Verifica e pelo Comprova.



A escolha de linha de apoio do texto foi a seguinte: “Montagem simula tuíte do candidato petista e inventa declarações contra o cristianismo”. A imagem do tuíte falso, em si, é o apoio multimídia do artigo do blog. Com 2643 caracteres, o tamanho da checagem pode ser considerado curto.

#### 4.5 Categorias analíticas

##### a) Identidade discursiva

Seibt (2019) elenca o contexto que levou a transformação da identidade discursiva do “jornalismo de verificação” como tipo de ideal. Para ela, no “jornalismo de informação” houve sempre uma marca maior da identidade discursiva do jornal, favorecendo a instituição como um todo diante do indivíduo produtor da notícia; no “jornalismo de comunicação”, por outro lado, o jornalista era o protagonista da identidade discursiva da matéria, enfatizando sua subjetividade; isso muda no “jornalismo de verificação”, onde a transparência nativa deste meio requer que o jornalista assine a checagem, mas a identidade discursiva volta a ser do jornal, colocando seu carácter institucional na matéria como forma de credibilidade.

Analisando as três checagens que mais foram acessadas no período de recorte, chegamos à conclusão que todas encontram-se em concordância com a característica de identidade discursiva do “jornalismo de verificação”. Nas matérias, o “eu” é demonstrado somente na assinatura, enquanto o carácter institucional do jornal é citado sempre durante o processo argumentativo da checagem.

##### b) Situações de intertextualidade

Em relação às situações de intertextualidade, Seibt (2019) o jornalismo tem como característica do seu discurso a comunicação intertextual, devido a que carrega consigo o discurso de atores sociais e do conjunto de jornais.

Seibt (2019) defende o potencial do *fact-checking* para gerar impacto no conjunto dos jornais, promovendo uma mudança de postura em relação à veracidade das informações publicadas, bem como nos atores sociais — candidatos, políticos em função, figuras públicas ou usuários das redes sociais —, amplificando o que é dito e provocando a responsabilização sobre o conteúdo, comentário ou dado divulgado. Isso teria, de acordo com a autora, a capacidade de modificar os discursos desses agentes.

Ainda, o impacto sobre o conjunto de jornais vai além, o que vem sendo provado pelo fato de veículos tradicionais terem se articulado no *fact-checking*, impulsionados pela intertextualidade (SEIBT, 2019).

Neste sentido, todas as checagens analisadas contam com esta característica. Inclusive, quando o Projeto Comprova é citado, demonstra-se o impacto da intertextualidade no conjunto de jornais. Este projeto levou mais de 20 veículos de mídia a cooperarem no trabalho de verificar e desmentir *fake news* durante a campanha eleitoral, ampliando o impacto da checagem nas eleições.

#### c) Importância dos procedimentos ostensivos

Seibt (2019) afirma que os procedimentos ostensivos do discurso jornalístico ainda se mantêm relevantes no “jornalismo de verificação”, mas eles tendem a perder a sua especificidade. A autora menciona, como exemplos paratextuais do *fact-checking*, os gráficos, hiperlinks, títulos e etiquetas — estas últimas seriam a dimensão ostensiva mais específica.

No caso das matérias analisadas, elas demonstram alinhamento com o proposto por Seibt (2019), no sentido de que os selos compõem uma parte essencial da checagem, dominada pelas necessidades do formato digital. Os selos de “falso”, “enganoso” e “fora de contexto” dominam uma parte significativa do espaço das checagens, geralmente na imagem principal, acompanhada, por vezes, do print do conteúdo checado.

#### 4.6 Discussão dos resultados

Neste subcapítulo, serão debatidos os resultados obtidos no trabalho de acordo com os procedimentos realizados nos capítulos anteriores.

O problema de pesquisa que este estudo buscou responder foi qual, de acordo com a amostragem selecionada de 22 matérias jornalísticas publicadas pelo Estadão Verifica, foi a contribuição da checagem de fatos para o debate público brasileiro nas eleições de 2022, observadas na experiência do Estadão Verifica, e sustentada na prática do “jornalismo de verificação” como tipo de ideal.

Na decorrência dos resultados das análises realizada nesta pesquisa, observou-se que todas as checagens do período de recorte analisaram conteúdos de teor político, em que, na maioria dos casos, citaram de forma direta ou indireta os nomes dos candidatos que naquele então concorriam à presidência da república no segundo turno da votação.

Com a classificação das matérias em relação ao número de vezes que foram mencionados os dois candidatos à presidência da República — Luiz Inácio Lula da Silva e Jair Bolsonaro — nos títulos das checagens, observou-se que Lula foi mencionado 12 vezes nos títulos das matérias, enquanto Bolsonaro foi mencionado 14 vezes, representando, respectivamente 46% e 54% do total das menções.

Já em relação aos acessos diários de usuários do Estadão Verifica (ou de leitores externos) durante o segundo turno das eleições de 2022, evidenciou-se que os dois picos de números de acesso mais chamativos do período ocorreram no início do período, em 2 de outubro de 2022, e na metade do mês, em 17 de outubro de 2022. Estes são os casos da matéria “Número de votos em Lula em Barreiras (BA) não foi maior do que o número de eleitores” — que checkou conteúdos falsos em torno do resultado do primeiro turno eleitoral no município Barreiras, no interior da Bahia — e da matéria “Checamos o debate com Lula e Bolsonaro na Band: veja o resultado”, que constou em um esforço coletivo de seis repórteres para a realização de uma checagem em tempo real do debate presidencial dos candidatos Lula e Bolsonaro na Band TV.

Como elencamos anteriormente, uma explicação mais aprofundada sobre os motivos de estas duas matérias terem sido as mais acessadas no período requer páginas e páginas de análise multifacetada que não entrariam no escopo desta pesquisa. Porém, para entender melhor estes casos, conseguimos contextualizar o cenário do período em que estas checagens tiveram seus picos de acesso: no primeiro caso, identificamos que a *fake news* verificada na matéria estava atrelada a uma onda de conteúdos de desinformação *en vogue* sobre (a) os resultados de Lula no primeiro turno eleitoral e (b) a segurança das urnas eletrônicas utilizadas nas eleições brasileiras; já no segundo caso, identificamos que o pico de acessos à matéria ocorreu no dia seguinte à publicação da checagem, ponderando neste cenário sobre a possibilidade de o interesse do público pelo debate ter disparado o número de acessos à checagem, que cumpriu com seu objetivo de informar ao público sobre as afirmações que foram falsas, verdadeiras, enganosas e fora de contexto no debate presidencial.

Por fim, foram identificadas em todas as matérias escolhidas para a análise descritiva as três características analíticas, selecionadas com base na concepção de Seibt (2019), do “jornalismo de verificação” como tipo de ideal. Sendo estas características: identidade discursiva, situações de intertextualidade e importância dos procedimentos ostensivos. Isto confirma, sem sombra de dúvidas, que as checagens cumpriram a função de trabalhar em base de conteúdos já conhecidos pelo público, mas atribuindo a eles parâmetros de veracidade.

Em relação à pertinência dessas checagens para combater a desinformação, em relação às práticas inerentes no tipo de jornalismo do Estadão Verifica, acreditamos que houve, de fato, um impacto significativo no combate às *fake news*. As checagens do Estadão Verifica desmontaram boatos, destrincharam declarações tiradas de contexto e desmentiram conteúdos virais que continham informações falsas, freando, de alguma maneira, o maior número possível de desinformações espalhadas na esfera pública em que o próprio jornal

Estadão se insere — além de constranger, durante o processo, as figuras públicas que compartilhavam (ou produziam) a falsidade em questão, impondo desta maneira uma maior responsabilidade pública pela disseminação de conteúdo perigosamente enganoso no ambiente digital. A mediação qualificada comprovou-se desta forma relevante.

Mas neste sentido, e apesar do trabalho do Estadão Verifica ter atingido as características necessárias para contribuir ao combate contra a desinformação, temos a necessidade de realizar certas críticas pertinentes ao formato do *fact-checking*, como elemento importante no “jornalismo de verificação”. Neste trabalho, acreditamos que o “jornalismo de verificação” e a mediação qualificada têm um altíssimo potencial para dar solução à crise atual do jornalismo e ao caos informativo que caracteriza nossa sociedade em rede, mas têm a necessidade de ir além do *fact-checking* para conseguir ter um impacto considerável em um cenário em que, por cada checagem publicada, aparecem muitas outras *fake news* que poluem nossas redes sociais e tornam ainda mais complicado o trabalho de verificação e de responsabilização dos atores disseminadores deste tipo de conteúdo. A mediação qualificada é o caminho mais eficiente para a redução das informações más ou pouco pertinentes que abundam em excesso na nossa esfera pública, e talvez uma expansão do seu uso, em projetos mais ambiciosos, analíticos e investigativos (auxiliados de mais profissionais da área), possa vir a encontrar novas soluções para o problema informativo atual. Propostas específicas podem ser estudadas no futuro por pesquisadores que revisarem este e outros trabalhos da área. Mas neste trabalho acreditamos, por fim, que um problema público como a desinformação deve ser combatido com o auxílio dos representantes da nossa sociedade, com alianças entre os governos, os estados, os municípios e as empresas privadas, para que as soluções sejam germinadas em todos os cantos da sociedade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou definir e assimilar as formas pelas quais a mediação qualificada e o “jornalismo de verificação” como tipo de ideal, apoiado no *fact-checking* e observado nas práticas jornalísticas do Estadão Verifica, contribuíram no combate à desinformação durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2022 no Brasil.

Em primeiro momento, com a revisão de diversas fontes bibliográficas, foi possível identificar as mudanças entre os períodos da predominância da era do *gatekeeping* (WHITE, 1999; SHOEMAKER; VOS, 2011) ao novo paradigma do *gatematching* (BRUNS, 2008; 2014; OSÓRIO, 2018). Vimos como se deu a crise de credibilidade do jornalismo como moderador da esfera pública (CHRISTOFOLETTI, 2019), assim como o caos informativo decorrente das mudanças no ambiente virtual e no excesso de informações, que geraram um cenário de pós-verdade em que a realidade perde sentido para o falso que apela ao emocional.

Depois, vimos a função da mediação qualificada entre a realidade caótica dos acontecimentos e a sociedade (OLIVEIRA, 2016), seguido de um diálogo sobre o novo papel do *gatematching* e as finalidades do jornalismo (GARCIA 2021).

No capítulo seguinte, entendemos a origem do *fact-checking* como prática ligada ao “jornalismo de verificação”, bem como as 14 características que tornam este tipo de jornalismo um tipo de ideal, separado das dinâmicas anteriores do “jornalismo de informação”, “jornalismo de opinião” e “jornalismo de comunicação” (SEIBT, 2019).

Avançando para o último capítulo, é realizada uma análise das checagens publicadas pelo Estadão Verifica no período de recorte, bem como das características do “jornalismo de verificação” (SEIBT, 2019) escolhidas para analisar o papel das checagens no combate à desinformação.

Nos resultados, mostrou-se que houve uma ampla pertinência nas 22 checagens analisadas no combate à desinformação, em relação às práticas inerentes no tipo de jornalismo do Estadão Verifica, considerando que as checagens do Estadão Verifica desmontaram boatos, destrincharam declarações tiradas de contexto e desmentiram conteúdos virais, alertando ao público sobre as desinformações espalhadas na esfera pública em que o Estadão se insere.

E destacou-se a relevância da mediação qualificada como parte da solução para o caos informativo que domina o ambiente digital, vendo também a necessidade de ir além do *fact-checking* para, em futuras investigações, ter a capacidade de exercer uma maior influência na esfera pública intervindo no caos.

Acreditamos, ainda, que o grande desafio do jornalismo nos próximos anos será o enfrentamento a um cenário de pós-verdade amplificado pelas novas tecnologias generativas de inteligência artificial, que cada dia se tornam mais eficazes e precisas na criação de imagens, vídeos, textos e até áudios falsos que podem impactar significativamente a nossa sociedade, gerando uma profunda distorção entre o que é real e o que é enganoso na esfera pública. Neste sentido, o “jornalismo de verificação” terá que acompanhar o vertiginoso ritmo das mudanças tecnológicas e se especializar em técnicas de detecção de inteligência artificial para, desta forma, incidir uma mediação qualificada no caos informativo e garantir a veracidade da maior quantidade possível de informações que chegam ao público geral. Futuras pesquisas neste campo da comunicação poderão contribuir com as soluções para a crise, como podem ser o caso do estudo das redes de algoritmos que proporcionam força às ondas de desinformação, ou o uso da mediação qualificada das informações em serviços públicos de curadorias de conteúdos.

## REFERÊNCIAS

- ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, [s. l.], v. 31, p. 211-236, 2017. Disponível em: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>. Acesso em: 10 de janeiro de 2024
- ANGROSINO, M. *Etnografia e observação participante*. Porto Alegre: Artmed, 2009. 138 p..
- BELL, E.; OWEN, T. *The platform press: how Silicon Valley reengineered journalism*, 2017. Disponível em: [http://towcenter.org/wp-content/uploads/2017/03/The\\_Platform\\_Press\\_Tow\\_Report\\_2017.pdf](http://towcenter.org/wp-content/uploads/2017/03/The_Platform_Press_Tow_Report_2017.pdf). Acesso em: 10 de janeiro de 2024
- BOGDAN, R.; TAYLOR, S. (1975). *Introduction to qualitative research methods: a phenomenological approach to the social sciences*. New York. J. Wiley.
- BRUNS, A. The active audience: transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. In: PATERSON, C.; DOMINGO, D. (ed.). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. Nova Iorque: Peter Lang, 2008. Disponível em: <https://snurb.info/files/The%20Active%20Audience.pdf>. Acesso em: 9 de janeiro de 2024
- BRUNS, A. *Gatewatching: Collaborative online news production*. New York: Peter Lang, 2005 apud BRUNS, 2014.
- CHARRON, J.; BONVILLE, J. *Natureza e transformação do jornalismo*. Florianópolis, Brasil: Insular, 2016.
- COLLINS DICTIONARY, Word of the Year Shortlist, 2017. Disponível em: <https://blog.collinsdictionary.com/language-lovers/collins-2017-word-of-the-year-shortlist/>. Acesso em: 27 de dezembro de 2023.
- COMISSÃO EUROPEIA. Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões - COM(2018) 236, 26.4.2018. Combater a desinformação em linha: uma estratégia europeia, Bruxelas, 26 abr. 2018. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=PT>. Acesso em: 27 de dezembro de 2023
- COSTA, A. Não há fatos contra argumentos. A falha da atestação da Verdade como validador do Jornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2019, Goiás. *Anais da SBPJor [...]*. [S. l.: s. n.], 2019. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2042/1159>. Acesso em: 2 de janeiro de 2024.

ESTADÃO. Código de conduta e ética do grupo estado. Disponível em: [https://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo\\_de\\_etica\\_miolo.pdf](https://www.estadao.com.br/ext/codigoetica/codigo_de_etica_miolo.pdf). Acesso em: 10 de janeiro de 2024.

ESTADÃO Verifica's strategy to address misinformation in Brazil. 2021. Disponível em: <https://meedan.com/post/estadao-verificas-strategy-to-address-misinformation-in-brazil-e>. Acesso em: 09 de janeiro 2024.

FERNÁNDEZ-GARCÍA, N. Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. Nueva Sociedad, [s. l.], p. 66-77, maio-junho 2017. Disponível em: [https://www.iade.org.ar/system/files/5.tc\\_fernandez\\_269\\_0.pdf](https://www.iade.org.ar/system/files/5.tc_fernandez_269_0.pdf). Acesso em: 4 jan. 2024.

GRAVES, L. Deciding what's true: the rise of political fact-checking in American journalism. New York: Columbia University Press, 2016.

GRAVES, L. Boundaries Not Drawn. Journalism Studies, [S.L.], v. 19, n. 5, p. 613-631, 24 jun. 2016. Informa UK Limited.

HABERMAS, J. Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

IFNC. What does it take to be a signatory?. Disponível em: <https://ifnccodeofprinciples.poynter.org/know-more/what-it-takes-to-be-a-signatory>. Acesso em: 19 de dezembro de 2023.

LAPASSADE, G. L'Observation participante. Revista Europeia de Etnografia de Educação, [S.L.], n.1, p. 9-26, 2001.

LAZER, D. M. J. et al. The science of fake news. Science, [S.L.], v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, 9 mar. 2018. American Association for the Advancement of Science (AAAS).

LEAL, B. S.; JÁCOME, P.; MANNA, N.. A "crise" do jornalismo: o que ela afirma e o que ela esquece. Libero, São Paulo, v. 7, n. 34, p. 145-154, jul. 2014. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/113/89>. Acesso em: 23 dez. 2023.

McIntyre, L. Posverdad. Madrid: Cátedra, 2018.

MORAES, A. A Crise do Jornalismo e o Discurso Legitimador. Revista Estudos - Vida e Saúde (Ciências Ambientais e Saúde), Goiânia, Brasil, v. 38, n. 4, p. 663-678, 2012. DOI: 10.18224/est.v38i4.2332. Disponível em: <https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/estudos/article/view/2332>. Acesso em: 22 de dezembro de 2023.

MONNERAT, A. Estadão Verifica chega ao fim das eleições com 107 mil mensagens no WhatsApp. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/blogs/estadaoverifica/estadao-verifica-chega-ao-fim-das-eleicoes-com-107-mil-mensagens-no-whatsapp/>. Acesso em 08 de janeiro de 2024.



NEWMAN, N. et al. Digital News Report 2023. [S.L.]: Reuters, 2023. Disponível em: [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf). Acesso em: 22 de dezembro de 2023.

NIGRO, P.M. Causas de la pérdida de la confianza en la prensa y estrategias para su restablecimiento en un contexto de incertidumbre. *Hipertext. Net Rev. Académica Sobre Doc. Digit. Comun. Interactiva* 2018, 17, 54–63. Disponível em: <https://raco.cat/index.php/Hipertext/article/view/10.31009-hipertext.net.2018.i17.05/Nigro>. Acesso em 08 de janeiro de 2024.

OPGENHAFFEN, M. Combatting disinformation with crisis communication: an analysis of meta’s newsroom stories. *Communications*, [S.L.], v. 48, n. 3, p. 352-369, 11 jul. 2023. Walter de Gruyter GmbH.

OXFORD LANGUAGES. Word of the Year. In: Oxford University Press. [S. l.], 2016. Disponível em: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>.

OLIVEIRA, F. M. de. Do acontecimento à mediação: reflexões sobre a crise do jornalismo. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2015, Brasília. Anais da Compós [...]. [S. l.: s. n.], 2015. Disponível em: [https://proceedings.science/proceedings/100220/papers/134100/download/abstract\\_file1](https://proceedings.science/proceedings/100220/papers/134100/download/abstract_file1).

\_\_\_\_\_. A semiose da notícia em ambiente de crise: Movimentos em rede e mediação na semiosfera contemporânea. 2016. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, [S. l.], 2016. Disponível em: <http://www.repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5372/Felipe%20Moura%20de%20Oliveira.pdf>.

\_\_\_\_\_. Da crise à mediação qualificada: ensaio sobre a incidência do interpretante em rede nas práticas jornalísticas. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2018, São Paulo. Anais da SBPJor [...]. [S. l.: s. n.], 2018. Disponível em: <http://www.sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2018/paper/viewFile/1329/749>.

OLIVEIRA, F. M. de; STEFENON, E.; OZORIO, J. A crise em 20 anos: reflexões sobre a mediação qualificada como estratégia de enfrentamento à luz do GT Estudos de Jornalismo da Compós (2000-1019). In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2020, virtual. Anais da SBPJor [...]. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2020/paper/viewFile/2633/1430>.

IFCN. The commitments of the code of principles. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>. Acesso em: 26 de dezembro de 2023.

REGINATO, G.. As finalidades do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2019

REZENDE-DAMASCENO, D.; PATRÍCIO, E.. JOURNALISM AND FACT-CHECKING: typification of sources used for checking and criteria for selecting fact-checked material : an analysis by agência lupa and aos fatos. *Brazilian Journalism Research*, [S.L.], v. 16, n. 2, p. 368-393, 31 ago. 2020. Associação Brasileira de Pesquisadores de Jornalismo.

REGINATO, G. D.; BENETTI, M. As finalidades do jornalismo segundo os leitores. In: BENETTI, M.; BALDISSERA, R. (org.). *Pesquisa e perspectivas de Comunicação e Informação*. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 127-151. Disponível em: [https://www.researchgate.net/profile/Marcia-Benetti/publication/338339117\\_As\\_finalidades\\_do\\_jornalismo\\_segundo\\_os\\_leitores/links/5e0de60d92851c8364ac2f44/As-finalidades-do-jornalismo-segundo-os-leitores.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Marcia-Benetti/publication/338339117_As_finalidades_do_jornalismo_segundo_os_leitores/links/5e0de60d92851c8364ac2f44/As-finalidades-do-jornalismo-segundo-os-leitores.pdf).

SANTAELLA, L. *A pós-verdade é verdadeira ou falsa?* Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

SEIBT, T.. *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*. (Tese de Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil: UFRGS, 2019.

SEIBT, T.. LEI DE ACESSO À INFORMAÇÃO E CURADORIA DE DADOS PÚBLICOS: o :jornalismo de verificação: como tipo ideal. *Brazilian Creative Industries Journal*, [S.L.], v. 2, n. 1, p. 102-117, 23 fev. 2022. Associação Pro-Ensino Superior em Novo Hamburgo.

SWIFT, A.. *Americans' Trust in Mass Media Sinks to New Low*. 2016. Disponível em: <https://news.gallup.com/poll/195542/americans-trust-mass-media-sinks-new-low.aspx>. Acesso em: 28 de dezembro de 2023.

TANDOC, E. C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining “Fake News”. *Digital Journalism*, [S.L.], v. 6, n. 2, p. 137-153, 30 ago. 2017. Informa UK Limited.

TRAQUINA, N.. *Teorias do Jornalismo Volume I: porque as notícias são como são*. Florianópolis: Insular, 2020.

WARDLE, C.; DERAKHSHAN, H.. *Information Disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council Of Europe, 2017. Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>. Acesso em: 26 de dezembro de 2023.

WHITE, D. M.. The “Gate Keeper”: a case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, [S.L.], v. 27, n. 4, p. 383-390, set. 1950. SAGE Publications.

WILBER, K. *Trump y la posverdad*. Barcelona: Kairós, 2018.