



Práticas de checagem de fatos no Brasil: os sites de fact-checking e a participação dos indivíduos em rede

Fact-checking practices in Brazil: fact-checking sites and the participation of connected individuals

Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti

Doutora pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCOM) da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Pesquisadora Associada do Observatório da Cultura Digital do Núcleo de Pesquisa para Novas Tecnologias de Comunicação Aplicadas à Educação - Escola do Futuro - USP. Pesquisadora filiada à Associação Brasileira dos Pesquisadores e Profissionais da Educomunicação - ABPEducom. Sócia da Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.



Resumo

O artigo tem por objetivo contextualizar as práticas de checagem de fatos, considerando a atuação dos sites de fact-checking e a participação dos indivíduos em rede. Em âmbito mundial, são apresentados FactCheck.org, Fact Checker e PolitiFact. Com foco no Brasil, são realizados um mapeamento das dez iniciativas ativas, segundo o Duke Reporters 'Lab, e uma apresentação da Agência Lupa e do Aos Fatos, signatários do código de princípios da International Fact Checking Network (IFCN), que indica os métodos utilizados e as formas de incentivo à cooperação dos usuários. A pesquisa contribui para o debate acerca das práticas democráticas que permeiam a comunicação digital no contemporâneo.

Palavras-chave: Checagem de fatos; Acesso à informação; Transparência; Indivíduos em rede.

Abstract

The article aims to contextualize the fact-checking practices, considering the performance of fact-checking sites and the participation of connected individuals. Worldwide, FactCheck.org, Fact Checker and PolitiFact are presented. Focused on Brazil, are carried out a mapping of the ten active initiatives, according to the Duke Reporters 'Lab, and a presentation of Agência Lupa and Aos Fatos, signatories of the code of principles of the International Fact Checking Network (IFCN), which indicates the methods adopted and the means to improve users co-operation. The research contributes to the debate about the democratic practices that permeate digital communication in the contemporary.

Keywords: Fact-checking; Access to information; Transparency; Connected individuals.

Introdução

Nos últimos anos, tem se observado o crescimento do número de indivíduos em rede no Brasil. Segundo a pesquisa TIC Domicílios 2018, do Comitê Gestor da Internet no Brasil (Cgi.br), realizada anualmente pelo Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br), do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br), em 2018, 67% dos domicílios possuíam acesso à Internet. Uma diferença considerável em relação ao resultado de 2008, ano em que apenas 18% dos lares estavam conectados. Esse salto de 49% não representa somente o aumento do acesso à Internet, mas uma mudança significativa no que se refere ao comportamento da população.

Para além da compreensão de que o acesso à rede por mais de 46 milhões de domicílios brasileiros permite a adoção de ferramentas tecnológicas, vislumbra-se a possibilidade da utilização de recursos de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) para o exercício da cidadania. Insere-se nesse contexto, a edição da Lei de Acesso à Informação (LAI), Lei n.º 12.527 de 2011, com o objetivo de assegurar o direito fundamental de acesso às informações públicas. Conforme o artigo 3º da LAI, os procedimentos ali previstos devem ser executados em conformidade com os princípios básicos da Administração Pública e com as seguintes diretrizes: observância da publicidade como preceito geral e do sigilo como exceção; divulgação de informações de interesse público, independentemente de solicitações; utilização de meios de comunicação viabilizados pela tecnologia da informação; fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública; desenvolvimento do controle social da administração pública.

Embora um dos aspectos previstos na LAI seja o fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência, tem sido possível observar a difusão de informações em sites, blogs e demais plataformas digitais que, eventualmente, dificultam ou mesmo impossibilitam a compreensão dos dados referentes à Administração Pública. Tal fenômeno se dá, em parte, porque o fato de informações serem apresentadas por agentes públicos não assegura a sua veracidade. Episódios recentes têm demonstrado a dificuldade em relação aos processos de difusão de dados e informações relativas aos entes estatais.

Aliás, o papel do Estado diante dos avanços das TIC e das emergentes formas de comunicação através das redes tem sido alvo de debates. Lévy (1999) atentou para a emergência do

ciberespaço¹ e os decorrentes problemas, por exemplo, em termos de soberania e territorialidade, uma vez que o ciberespaço é desterritorializante e o Estado moderno baseia-se, sobretudo, na noção de território. Assim, o Estado perderia o controle sobre os fluxos econômicos e informacionais transfronteiriços. Ao mesmo tempo, Castells (2007) afirma que, até certo ponto, os processos políticos desenvolvidos no e pelo Estado moldarão a nova economia, baseada em reestruturação socioeconômica e revolução tecnológica.

Em seus estudos por uma “ciberdemocracia planetária”, Lemos e Lévy (2010) apontam mudanças necessárias em termos de abertura do funcionamento do próprio Estado à inteligência coletiva da sociedade, buscando alcançar certo grau de maturidade e de dinamismo democrático, o que inclui a convergência de doutrinas e de práticas do *governo eletrônico*², como a transparência. Sob essa perspectiva, o Estado se abriria para o conhecimento, não em uma percepção estática, mas para a consolidação de uma inteligência coletiva como “processo social de aquisição de conhecimento – que é dinâmico e participativo –, continuamente testando e reafirmando os laços sociais do grupo social”, como sinalizou Jenkins (2008, p. 88).

Novos estilos de interatividade, advindos das redes de conteúdos e formatos elaborados a partir da circulação midiaticoeletrônica, como sugeriu Canclini (2008), contribuiriam para a construção da inteligência coletiva. Do mesmo modo, a emergência do *prosumer*³, essa figura que consome e, ao mesmo tempo, produz conteúdo, impulsiona a possibilidade de atuação em meio aos demais atores em rede. É nesse contexto de inteligência coletiva, *prosumers* e novas formas de interatividade proporcionadas pelas TIC que o micropoder está mais ativo do que nunca (CREMADES, 2009).

De fato, uma série de fenômenos atuais tem demonstrado a força do micropoder. A mobilização de indivíduos e de grupos sociais por meio de recursos de TIC aponta para a necessidade de aperfeiçoamento das ferramentas de comunicação entre a sociedade e a Administração Pública, principalmente no que diz respeito à transparência, como prevê a LAI.

¹ Ciberespaço é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial de computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo (LÉVY, 1999, p. 17).

² Grifo dos autores.

³ Termo cunhado por Alvin Toffler (1980) resultante da junção das palavras em inglês producer e consumer. Em português: “prossumidor”, resultante da união entre as palavras produtor e consumidor.



Nesse sentido, nos últimos anos, tem se observado um avanço em relação à avaliação do conteúdo que circula na web. Iniciativas de fact-checking, que analisam declarações de políticos e de autoridades de expressão nacional e se dedicam a debunking, verificando informações amplamente divulgadas por redes sociais sem autor conhecido, têm surgido e se organizado, como será visto a seguir.

Iniciativas de fact-checking no mundo e no Brasil

A primeira iniciativa reconhecida como *fact-checking* ocorreu em 1991, quando o jornalista americano Brooks Jackson, recém-chegado à redação da CNN em Washington, recebeu uma ordem da chefia para checar a veracidade das informações nas propagandas eleitorais dos pré-candidatos à presidência dos Estados Unidos. Assim, uma equipe de jornalismo investigativo do canal, chamada de *ad police* (“polícia dos anúncios eleitorais”), avaliava os anúncios das campanhas dos candidatos George H. W. Bush, que concorria à reeleição, e Bill Clinton na televisão. Após a análise, os anúncios eram exibidos com os dizeres “verdadeiro” ou “falso” sobrepostos às imagens. Os principais canais de TV americanos passaram a realizar esse tipo de checagem, mas poucos deram continuidade (VIANA, 2014).

Em 2003, Jackson e Kathleen Hall Jamieson, com o apoio do *Annenberg Public Policy Center* (APPC), da Universidade da Pensilvânia, fundaram o *FactCheck.org*, uma iniciativa apartidária e sem fins lucrativos, cuja missão é defender os eleitores, reduzindo o nível de decepção e confusão na política dos EUA. Considerado o primeiro site exclusivamente dedicado à checagem de discurso, o *FactCheck.org* ficou bastante conhecido nas eleições presidenciais de 2004, quando George Bush, o filho, foi reeleito (VIANA, 2014). Segundo Jackson e Jamieson (2007), o site recebeu nove milhões de visitas em seus dois primeiros anos.

Na esteira do *FactCheck.org* foram criados o *Fact Checker* e o *PolitiFact*, que se tornaram líderes do movimento de verificação de fatos (GRAVES, 2013). O *Fact Checker* é uma coluna que começou em setembro de 2007 como um conteúdo específico durante a campanha presidencial de 2008, e o jornal *The Washington Post* a estabeleceu como permanente em janeiro de 2011 (KESSLER, 2017). O *PolitiFact* também foi lançado em 2007 como um projeto independente do jornal



da Flórida *Tampa Bay Times* e, em 2018, foi adquirido pelo *Poynter Institute*, uma escola sem fins lucrativos para jornalistas (SHAROCKMAN, 2011).

Em 2009, o *PolitiFact* recebeu o Prêmio Pulitzer pela cobertura da campanha presidencial de 2008. Essa foi a primeira vez em que o prêmio foi concedido a uma iniciativa que começou online. Segundo Graves (2013), a entrega do maior prêmio do jornalismo dos EUA foi considerada uma espécie de validação de uma reivindicação do próprio *PolitiFact*, a de que o *fact-checking* constitui uma nova forma de fazer jornalismo na era digital. Além do Prêmio Pulitzer, as organizações supracitadas receberam vários prêmios por sua atuação e, frequentemente, são citadas como fontes de informação de diversos veículos jornalísticos.

Assim como nos EUA, as organizações dedicadas à checagem de notícias têm se tornado uma realidade em diversos países. De acordo com o *Duke Reporters' Lab*, mapeamento mundial de sites de *fact-checking* desenvolvido pelo *Reporters' Lab*, centro de pesquisa em jornalismo na *Sanford School of Public Policy* da *Duke University*, há 236 organizações ativas e 92 inativas. Um número quatro vezes maior de sites ativos do que o registrado em 2014, quando o estudo foi realizado pela primeira vez.

À época, foram encontrados 59 sites que fizeram checagem de fatos, incluindo 44 ativos, estando a maior parte deles concentrada na Europa e na América do Norte e apenas dois sites na América do Sul. Atualmente, constam 26 sites de *fact-checking* com status ativo na América do Sul, distribuídos pelos países da seguinte maneira: Argentina (2), Bolívia (1), Brasil (10), Chile (2), Colômbia (3), Equador (1), Peru (2), Uruguai (3) e Venezuela (2). Considerando o enfoque deste artigo, serão apresentados os dez sites de checagem de fatos ativos no Brasil: Verificação de fatos da AFP (Brasil), Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos ("Rumores"), Comprova, É Isso Mesmo, E-farsas, Estadão Verifica, Relatórios Hoax do Portal EBC e UOL Confere – conforme a Figura 1 abaixo.

Conforme a Figura 1 é possível observar dois aspectos interessantes referentes aos sites de checagem ativos no Brasil: o primeiro diz respeito à afiliação e o segundo, ao sistema de classificação. Em termos de afiliação, do total de 10 sites, 3 são independentes⁴ e 7 são filiados a empresas de comunicação, sendo que um deles é parceiro de 24 organizações de mídia brasileiras. Tal vínculo com as empresas de comunicação sugere uma aproximação com o tipo de trabalho

⁴ Vale considerar que, embora não conste afiliação para o E-farsas, há indicação de que o site é apoiado com receita de publicidade da empresa brasileira de mídia Portal R7 desde 2012.

realizado pelos veículos, bem como com seus profissionais, que chegam a atuar em alguns desses projetos de *fact-checking*. Em relação ao sistema de classificação, daqueles divulgados pelo *Duke Reporters' Lab*, os sites costumam, em geral, avaliar os conteúdos como “verdadeiro” ou “falso”. Apenas o Comprova apresenta um sistema para detalhar aspectos mais específicos, tais como imagem, evento, contexto, evidência e fonte.

Figura 1 – Dados sobre os sites de checagem ativos no Brasil em abril de 2020



	Nome do site	Endereço eletrônico	Afiliação	Estrutura e financiamento	Sistema de classificação
6.	É Isso Mesmo	https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/	O Globo	Uma equipe de jornalistas de O Globo analisa declarações políticas e informações divulgadas nas redes sociais. O projeto anterior de verificação de fatos da O Globo, Preto No Branco, foi executado de 2014 a 2015: https://glo.bo/2ttwgm	Seis classificações incluem True (Verdadeiro) e False (Falso), mas também observa quando as informações estão incompletas ("Verdadeiro, mas ..."), mal interpretadas ("Não é bem assim"), contraditórias ("controverso") ou impossíveis de confirmar ("Não há confirmação").
7.	E-farsas	http://www.e-farsas.com/	-	Site independente que verifica e desmascara o conteúdo online viral. Apoiado desde 2012 com receita de publicidade da empresa brasileira de mídia Portal R7.	-
8.	Estadão Verifica	https://politica.estadao.com.br/logs/estadao-verifica/	Estadão	Parte do Grupo Estado, uma organização de mídia suportada por receitas de anúncios e assinaturas de leitores. Enquanto o Grupo Estado é politicamente afiliado, uma avaliação para a Rede Internacional de Verificação de Fatos constatou que a equipe de verificadores de fatos da Estação Verificação opera independentemente e se reporta de maneira neutra. O conteúdo inclui relatórios sobre informações erradas e notícias de relevância nacional e internacional.	-
9.	Relatórios Hoax do Portal EBC	http://www.ebc.com.br/hoax	Empresa Brasil de Comunicação (EBC)	Uma série contínua de histórias que desmerecem informações erradas on-line para o Portal EBC, o site do serviço público de radiodifusão e notícias do Brasil.	-
10.	UOL Confere	https://noticias.uol.com.br/confere	UOL	As checagens e explicações dos fatos se concentraram principalmente nas declarações de funcionários públicos no Brasil. A reportagem aparece no portal da web suportado por anúncios do UOL e é feita por jornalistas que trabalham no site nas três principais cidades do país.	Verdadeiro ("Verdadeiro") para Falso ("Falso").

	Nome do site	Endereço eletrônico	Afiliação	Estrutura e financiamento	Sistema de classificação
1.	Verificação de fatos da AFP (Brasil)	https://checamos.afp.com/afp-brasil	Agence France-Press	Verificação de fatos pelas agências brasileiras do serviço de notícias Agence France-Press. Concentra-se em imagens duvidosas, vídeos, declarações oficiais e outras informações erradas que aparecem online.	-
2.	Agência Lupa	https://piaui.folha.uol.com.br/lu-pa/	Revista piauí	Um serviço independente de verificação de fatos, financiado e organizado pela revista piauí, que também distribuirá seus relatórios impressos.	De verdadeiro ("verdadeiro") para falso ("falso").
3.	Aos Fatos	https://aosfatos.org/	-	Apoiado pelo financiamento coletivo.	Verdadeiro (Verdadeiro) ou Impreciso (Impreciso).
4.	Boatos ("Rumores")	https://www.boatos.org/	-	Fundado por um jornalista de tecnologia brasileiro, este site independente e suportado por anúncios que desmascara o conteúdo viral.	-
5.	Comprova	https://projeto comprova.com.br/	Vários parceiros de notícias	Uma parceria de 24 organizações de mídia brasileiras que trabalham juntas para chamar desinformação online. Iniciou um projeto de ano eleitoral em 2018 e depois retomou as operações no ano seguinte após um hiato de oito meses. O projeto é coordenado pela Abraji (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo) com a First Draft, uma organização independente que patrocinou parcerias semelhantes em vários países. Os parceiros da Comprova coordenam seu trabalho usando a metodologia de "verificação cruzada" do First Draft. A Google News Initiative e o Facebook Journalism Project fornecem suporte financeiro e técnico. A Projoir, uma organização sem fins lucrativos focada em questões relacionadas à mídia brasileira, também foi um dos primeiros apoiadores.	Falso (Falso), Enganoso (Enganoso), Alterado digitalmente (Digitalmente alterado), Imagem legítima, Evento legítimo, Contexto errado (Contexto errado), Evidência comprovada, Evidência insuficiente (Evidência insuficiente), Sem Comprovação (Não Comprovada), Fonte não confiável (Fonte Não Confiável), Sátira (Sátira).

Fonte: Figura elaborada pela autora a partir das informações disponíveis no estudo da *Duke Reporters' Lab*.

Dentre os sites apresentados brevemente acima, destaca-se a Agência Lupa, fundada em 1º de novembro de 2015, sediada no Rio de Janeiro e reconhecida como a primeira agência de notícias do Brasil a se especializar na técnica jornalística de *fact-checking*. Desde sua criação, a Lupa produziu checagens em formato de texto, áudio e vídeo e divulgou verificações em jornais, revistas, rádios, sites, canais de televisão e redes sociais, pois vende as checagens a outros veículos de comunicação e também publica o conteúdo no próprio site da agência. Importante ressaltar que a Lupa fica incubada no site da revista "piauí", no modelo de *startup*, e, por sua vez, no site da Folha e do UOL. Apesar disso, esclarece que não há qualquer vínculo editorial com nenhuma dessas empresas.

Além da Agência Lupa, vale salientar o trabalho do Aos Fatos. Lançada em 2015 e com base no Rio de Janeiro e São Paulo, a organização produz conteúdo multiplataforma para gerar impacto e ampliar a audiência. Como indicado na Figura 1, é a única iniciativa apoiada por financiamento coletivo, o que significa dizer que o financiamento de suas ações conta com um programa de apoiadores. Juntamente com o programa, desenvolvem parcerias editoriais remuneradas com o UOL

e o Facebook, este último por meio do programa de checadores independentes, e projetos de tecnologia incubados no Aos Fatos Lab, braço de tecnologia e consultoria em *fact-checking*, voltado a empresas e organizações da sociedade civil sem vinculação político-partidária. Desse modo, o financiamento do Aos Fatos conta com um modelo híbrido que recusa publicidade como recurso e aportes financeiros de fundações ou fundos de capital, possibilitando a independência na produção do conteúdo, desde a pauta até a edição.

A Agência Lupa e o Aos Fatos se sobressaem no contexto dos sites de *fact-checking* no Brasil porque, entre outros aspectos, são organizações longevas, independentes e que figuram como signatários do código de princípios da *International Fact Checking Network (IFCN)*, rede organizada pelo Instituto Poynter, dos Estados Unidos, que reúne os principais sites de *fact-checking* do mundo. Como será visto no item a seguir, os princípios da IFCN vão ao encontro dos processos e métodos daquelas agências.

Código de princípios da IFCN e métodos de checagem das organizações

Em março de 2017, a IFCN lançou um processo para verificar a conformidade das organizações de *fact-checking* com seu código de princípios. Para tanto, os signatários foram avaliados em doze critérios diferentes, que incluem metodologia pública, listagem de financiadores e compartilhamento claro de fontes. Dezesesseis meses após o estabelecimento do processo de verificação, ser signatário do código de princípios começou a ser considerado um distintivo que assegura maior confiabilidade por parte do público, pesquisadores, doadores e plataformas tecnológicas. Inclusive, o Facebook exige que seus parceiros de verificação de fatos sejam signatários da IFCN (IFCN, 2018).

Segundo o site da IFCN, os compromissos do código de princípios que as organizações signatárias cumprem são:

1. Um compromisso com o não partidarismo e a justiça: as organizações signatárias fazem a verificação de fatos usando o mesmo padrão para cada verificação de fatos. Eles não concentram sua verificação de fatos de nenhum lado. Eles seguem o mesmo processo para cada verificação de fatos e deixam as evidências ditarem as conclusões. Os signatários não advogam ou tomam posições políticas nos assuntos que verificam;
2. Um compromisso com a transparência das fontes: os signatários desejam que seus leitores possam verificar as descobertas. Os signatários fornecem todas as



fontes com detalhes suficientes para que os leitores possam replicar seu trabalho, exceto nos casos em que a segurança pessoal de uma fonte pode ser comprometida. Nesses casos, os signatários fornecem o máximo de detalhes possível;

3. Um compromisso com a transparência do financiamento e da organização: as organizações signatárias são transparentes sobre suas fontes de financiamento. Se eles aceitam financiamento de outras organizações, garantem que os financiadores não tenham influência sobre as conclusões que os verificadores de fatos chegam em seus relatórios. As organizações signatárias detalham a formação profissional de todas as figuras-chave da organização e explicam a estrutura organizacional e o status legal. Os signatários indicam claramente uma maneira de os leitores se comunicarem com eles;

4. Um compromisso com a transparência da metodologia: os signatários explicam a metodologia usada para selecionar, pesquisar, escrever, editar, publicar e corrigir suas verificações de fatos. Eles incentivam os leitores a enviar reivindicações para verificação de fatos e são transparentes sobre o porquê e como eles verificam;

5. Um compromisso com uma Política de Correções Abertas e Honestas: os signatários publicam sua política de correções e a seguem escrupulosamente. Eles corrigem de forma clara e transparente, de acordo com a política de correções, buscando, na medida do possível, garantir que os leitores vejam a versão corrigida.

Partindo do compromisso com o não partidarismo e a justiça, com a transparência das fontes, com a transparência do financiamento e da organização, com a transparência da metodologia e com uma política de correções abertas e honestas, conforme detalhado acima, os signatários passam por avaliações para verificar o cumprimento do código de princípios da IFCN. Atualmente, há 72 signatários ativos verificados, que inclui iniciativas de checagem dos Estados Unidos, Reino Unido, Índia, Argentina e vários outros países.

Duas organizações brasileiras figuram com status ativo: Agência Lupa e Aos Fatos. A Agência Lupa conquistou a chancela em 28 de março de 2017, a qual foi renovada em 28 de março de 2018, 17 de maio de 2019 e 25 de fevereiro de 2020. Aos Fatos também recebeu o selo em 2017, em 30 de março, e sua participação renovada em 28 de março de 2018 e em 02 de maio de 2019. O Truco e o Estadão Verifica⁵ também estão cadastrados como integrantes da IFCN, mas com o status expirado. O Truco, projeto de *fact-checking* da Agência Pública, foi considerado compatível com os princípios da IFCN quando submetido ao processo de verificação em 28 de março de 2017 e, posteriormente, em 9 de abril de 2018. A renovação não ocorre desde 09 de abril de 2019. Já o Estadão Verifica figurou por apenas um ano no grupo de signatários, com chancela emitida em 15 de janeiro de 2019 e expirada em 15 de janeiro de 2020.

⁵ Vale considerar que ambas as iniciativas encontram-se cadastradas no estudo da *Duke Reporters' Lab*, conforme consulta realizada no dia 28 de abril de 2020. O Truco com status inativo e o Estadão Verifica com status ativo.

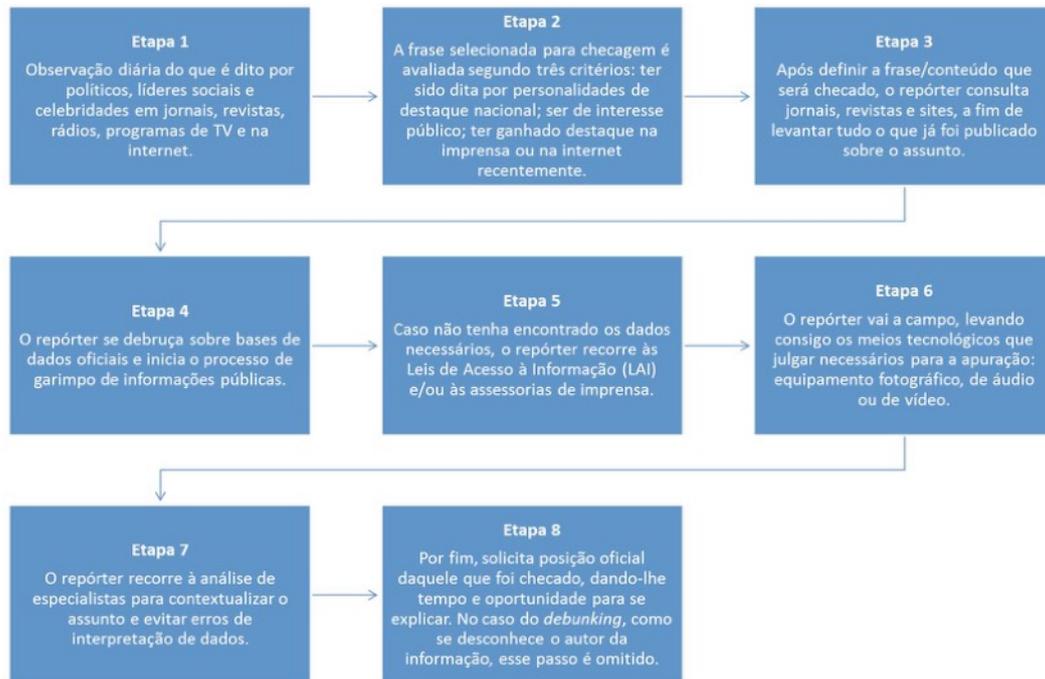
A conquista do selo de qualidade emitido pela IFCN representa um movimento importante de reconhecimento dos compromissos do código de princípios pelos sites brasileiros de *fact-checking*. Isso é, passamos a observar a manutenção do nível de comprometimento da Agência Lupa e do Aos Fatos com aquele código de princípios nos últimos anos, ao passo que o Truco e o Estadão Verifica, apesar de terem iniciado trajetórias de checagem de fatos engajadas, interromperam-nas.

Esse movimento tem como ponto central o processo de trabalho dos *fact-checkers*, principalmente no que se refere aos métodos de checagem das organizações. Por exemplo, a Agência Lupa atua de um modo tão consoante ao compromisso do código de princípios da IFCN, que é citada duas vezes no “Relatório de código de Princípios da IFCN” (IFCN, 2018), documento que apresenta as principais lições do primeiro ano do processo de verificação.

A primeira aparição da Agência Lupa se dá no critério “1a – Organização”, que avaliou se o signatário é uma organização legalmente registrada, criada exclusivamente para fins de verificação de fatos ou a seção distinta de verificação de fatos de um meio de comunicação registrado legalmente ou instituição de pesquisa. O nome da agência é mencionado no item “melhores práticas”, uma vez que seu registro fiscal forneceu evidências tangíveis de sua incorporação. A segunda ocorre no critério “5a - Transparência da metodologia”, que sugere um link no site do signatário para uma seção ou artigo detalhando a metodologia do trabalho. O vídeo da Agência Lupa é apontado em “melhores práticas” por comunicar brevemente o trabalho de um verificador de fatos.

É justamente nesse quesito que reside um dos aspectos mais importantes da checagem de fatos, como sugere o quarto item do código de princípios: compromisso com a transparência da metodologia. Os signatários devem apresentar as etapas de seleção, pesquisa, escrita, edição, publicação e correção das verificações de fatos, bem como incentivar os leitores a enviarem suas reivindicações. Agência Lupa e Aos Fatos, organizações que já passaram por quatro e três avaliações de especialistas da IFCN, respectivamente, apresentam seus métodos de trabalho nos sites, conforme as figuras abaixo.

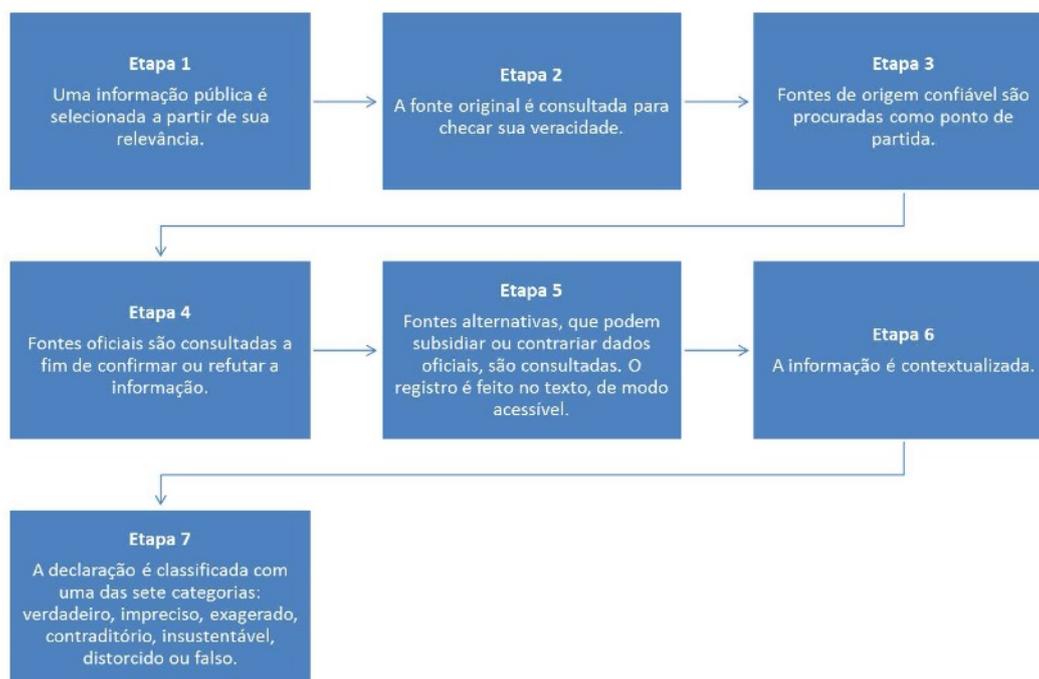
Figura 2 – Oito passos da metodologia de *fact-checking* e de *debunking* da Agência Lupa



Fonte: figura elaborada pela autora a partir das informações disponíveis no site da Agência Lupa.

Segundo a Figura 2, a Agência Lupa detalha as etapas de trabalho para a realização de *fact-checking* e *debunking*. Curioso observar o esforço do profissional para coletar informações na maior quantidade de fontes possíveis e, ao final do processo de apuração, no caso de checagem de fatos, dá a oportunidade de posicionamento oficial do indivíduo checado. Sob essa perspectiva, é possível reconhecer a importância dos interlocutores que têm oportunidade de dialogar, o que vai ao encontro da atuação do *prosumer*. Além da observação diária, como sinalizado na etapa 1, a Agência Lupa convida seus leitores a enviar sugestões de checagem de algo que julgam duvidoso.

Figura 3 – Sete etapas do método de *fact-checking* do Aos Fatos



Fonte: Figura elaborada pela autora a partir das informações disponíveis no site do Aos Fatos.

No método de *fact-checking* do Aos Fatos, conforme revela a Figura 3, fontes alternativas exercem importante papel ao permitir o enfrentamento de dados oficiais. É o embate entre as fontes oficiais e as fontes alternativas que permite verificar o grau de veracidade das declarações de políticos e autoridades de expressão nacional. Para receber o selo de classificação, a checagem passa, no mínimo, pelo repórter e pelo editor.

Formas de incentivo à cooperação dos usuários

Além do cumprimento do código de princípios da IFCN, principalmente no que se refere à transparência da metodologia utilizada, a Agência Lupa e o Aos Fatos incentivam a cooperação dos usuários. É possível observar um conjunto de conteúdos e seções específicas nos sites daquelas iniciativas voltadas à compreensão de monitoramentos, análises, gráficos, coberturas temáticas e outras questões ligadas ao universo da desinformação, o que representa um convite à participação dos indivíduos em rede.

Um desses convites refere-se às correções e contestações dos dados divulgados. Embora contem com equipes especializadas na checagem de fatos para a garantia de informações precisas e claras, ambas as iniciativas admitem a possibilidade de dados equivocados. Segundo a seção



“Política de erros” do Aos Fatos, o usuário pode apontar equívocos no conteúdo publicado através de e-mail para a ouvidoria e contato com o “fale conosco”, no Twitter ou no Facebook. Já a Agência Lupa, enumera um conjunto de dez perguntas mais frequentes na seção “Quem somos”, sendo umas das questões “Na Lupa, há espaço para contestações? E correções?”. O texto de resposta sobre correções assegura que a Lupa está aberta para contestações enviadas para um e-mail específico. Seguindo os preceitos do código de ética da IFCN, as correções/atualizações nas checagens são indicadas no conteúdo original.

A fim de que os usuários possam contestar os dados divulgados pelos *fact-checkers* e, de modo geral, exercer o direito fundamental de acesso às informações públicas, como previsto pela LAI, há iniciativas com foco na potencial formação do leitor. Por exemplo, o Aos Fatos oferece 14 manuais com técnicas e ferramentas de checagem, de autoria da própria equipe ou de autoridades/instituições especializadas em verificação, conforme a seguinte temática e data de publicação: (1) Como fazer sua própria checagem de fatos e detectar notícias falsas, de 24 de novembro de 2016; (2) Como checar declarações de políticos em 10 passos, de 6 de abril de 2017; (3) Como checar boatos em 9 passos, de 7 de abril de 2017; (4) Nove dicas para verificar a autenticidade de vídeos e fotos, de 11 de abril de 2017; (5) Estes quadrinhos vão ajudá-lo a descobrir se uma informação é verdadeira ou falsa, de 28 de março de 2018; (6) 15 maneiras de desmascarar mentiras no WhatsApp, de 29 de março de 2018; (7) 10 dicas para checar vídeos virais nas redes sociais, de 2 de abril de 2018; (8) Este plano de aula ajudará alunos do ensino médio a aprenderem a checar brincando, de 3 de abril de 2018; (9) 8 maneiras de evitar cair nas mentiras daquele estudo revolucionário, de 3 de abril de 2018; (10) 14 dicas para montar um projeto de checagem quando é mais necessário, de 9 de abril de 2018; (11) Preparando-se para o pior: como estar pronto para o próximo grande 'hoax', de 16 de abril de 2018; (12) Cheque e vote: como investigar seu candidato?, de 5 de outubro de 2018; (13) Saiba como não cair em golpes nas redes sociais, de 27 de dezembro de 2019; (14) Nem tudo é o que se vê: 5 dicas essenciais para checar fotos nas redes sociais, de 2 de janeiro de 2020.

Com base nos manuais divulgados pelo Aos Fatos, constata-se o estímulo à autonomia do indivíduo para fazer a sua própria checagem de fatos a partir de texto, imagem e vídeo de diferentes fontes, tais como estudos, sites de notícias, redes sociais, contatos do Whatsapp, entre outros.

Chama atenção o manual dedicado aos alunos do ensino médio, idealizado e elaborado pela organização italiana *Factcheckers.it* para a IFCN, e traduzido para o português em comemoração ao Dia Internacional da Checagem, em 2 de abril. A abordagem por meio de debates e jogos revela a oportunidade de promover a análise crítica dos jovens estudantes.

Também por ocasião do Dia Internacional do Fact-Checking, celebrado pela primeira vez em 2 de abril de 2017, e sob a perspectiva de capacitação dos sujeitos, a agência Lupa lançou, naquela mesma data, o programa LupaEducação. A iniciativa, até então inédita no país, tem o objetivo de capacitar cidadãos em técnicas de checagem por meio de treinamentos em verificação. Em seus dois primeiros anos de atuação, as palestras e oficinas online e presenciais realizadas pelo LupaEducação treinaram quase 4 mil pessoas, sendo 100 alunos de escolas do ensino médio do Rio de Janeiro.

Em termos de parceria, sobressaem o financiamento do Facebook para parte das oficinas de checagem oferecidas no “Festival piauí GloboNews de Jornalismo”, em 2017, e no “Circuito Abraj – Lupa”, em 2018, e o apoio do Google na criação de parte do projeto Fake ou News, desenvolvido pela Agência Lupa em parceria com o Canal Futura. Inclusive, o projeto acabou se tornando permanente com a criação da plataforma Fake ou News (<http://fakeounews.org/>), que oferece conteúdos explicativos sobre a checagem de fatos.

Dois cursos online oferecidos pelo LupaEducação também se tornaram perenes: o “Fact-checking: o combate à notícia falsa”, realizado em parceria com a Universidade Estácio, no qual o participante aprende a história e os fundamentos da checagem em quatro aulas de cerca de 15 horas de duração, e o “Como checar imagens falsas?”, vendido por meio da plataforma de eventos Sympa. Vale observar que os participantes dos treinamentos do LupaEducação, chamados de “Lupeiros” e “Lupeiras”, passam a integrar um grupo fechado de Facebook mantido pela equipe de mídias sociais da agência. Alguns “Lupeiros” tornaram-se freelancers e membros atuais da equipe de jornalistas da Agência Lupa.

Considerações finais

O crescimento do número de indivíduos conectados no Brasil representa o aumento do acesso à Internet e, principalmente, uma mudança significativa no que se refere ao comportamento da população. A possibilidade da utilização de recursos de Tecnologia da Informação e Comunicação

(TIC) para o exercício da cidadania se dá graças à emergência da figura do *prosumer* e de novas formas de interatividade entre os atores em rede.

Ao mesmo tempo em que os fenômenos ligados ao ciberespaço têm contribuído com o micropoder dos indivíduos e dos grupos que se mobilizam em movimentos organizados pela web, também têm trazido desafios para o Estado. Um dos aspectos sensíveis à Administração Pública é a veracidade das informações que se espalham na rede, a partir de declarações de políticos e de autoridades de expressão nacional ou de autores desconhecidos.

Diante da dificuldade de compreensão da divulgação de informações de interesse público, que nem sempre seguem os preceitos da Lei de Acesso à Informação (LAI), Lei n.º 12.527 de 2011, têm surgido, nos últimos anos, iniciativas de *fact-checking* e de *debunking*. O uso da internet para checagem de fatos se aproxima da sugestão de Castells, dos cidadãos vigiarem seu governo:

Na verdade, em vez de ser usada pelo governo para vigiar seus cidadãos, a Internet poderia ser usada pelos cidadãos para vigiar seu governo. Ela poderia se tornar um instrumento de controle, informação, participação e até de tomada de decisão, de baixo para cima. Os cidadãos poderiam ter acesso a arquivos de dados do governo, como de fato é seu direito. E os governos, não a vida privada das pessoas, deveriam se tornar uma casa de vidro – exceto para alguns assuntos essenciais de segurança nacional. Somente nessas condições de instituições políticas transparentes os governos poderiam pretender legitimamente estabelecer um controle limitado sobre a Internet, de modo a detectar os poucos casos de manifestação do lado perverso que nos habita a todos. A menos que os governos parem de temer seu povo, e por conseguinte a Internet, a sociedade recorrerá mais uma vez às barricadas para defender a liberdade, o que sinalizará impressionante continuidade histórica. (CASTELLS, 2003, p. 152)

Dentre os *fact-checkers* mais importantes do mundo, destacam-se *FactCheck.org*, *Fact Checker* e *PolitiFact*, apresentados brevemente neste artigo. Em âmbito nacional, foi realizado um mapeamento das dez iniciativas ativas, segundo o estudo da *Duke Reporters' Lab*: Verificação de fatos da AFP (Brasil), Agência Lupa, Aos Fatos, Boatos ("Rumores"), Comprova, É Isso Mesmo, E-farsas, Estadão Verifica, Relatórios Hoax do Portal EBC e UOL Confere.

Além do mapeamento, foram apresentadas as metodologias da Agência Lupa e do Aos Fatos, signatários do código de princípios da *International Fact Checking Network* (IFCN). Tais organizações atuam mantendo o compromisso com o não partidarismo e a justiça, com a transparência das fontes, com a transparência do financiamento e da organização, com a transparência da metodologia e o com uma política de correções abertas e honestas.



Por fim, foram enumeradas algumas contribuições dessas iniciativas em prol da participação dos indivíduos conectados para a checagem de informações. Destacaram-se a política de aceite de contestação por parte dos usuários dos fact-checkers, os manuais disponibilizados pelo Aos Fatos e a criação do LupaEducação pela Agência Lupa.

A divulgação de conteúdos que visam à participação no processo de checagem de informações, bem como a oferta de ações com potencial de capacitação constituem formas de incentivo à cooperação. Desse modo, as práticas de checagem de fatos no Brasil avançam à medida que os sujeitos passam a exercer papel de *prosumer* e, entre outras coisas, contribuir com as iniciativas que combatem a desinformação. Desse modo, torna-se plausível vislumbrar a construção de uma democracia pautada na garantia do acesso às informações e no exercício da cidadania em rede.

Referências

- AGÊNCIA LUPA. **Página institucional**. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em: 30 abr. 2020.
- ANNENBERG PUBLIC POLICY CENTER (APPC). **FactCheck.org**. Disponível em: <https://www.factcheck.org/>. Acesso em: 25 jan. 2020.
- ANNENBERG PUBLIC POLICY CENTER (APPC). **Página institucional**. Disponível em: <https://www.annenbergpublicpolicycenter.org/>. Acesso em: 25 jan. 2020.
- AOS FATOS. **Página institucional**. Disponível em: <https://aosfatos.org/>. Acesso em: 30 abr. 2020.
- AOS FATOS LAB. **Conheça o Aos Fatos Lab**. Disponível em: <https://aosfatos.org/aos-fatos-lab/>. Acesso em: 29 jan. 2020.
- AOS FATOS MAIS. **Apoie o Aos Fatos**. Disponível em: <https://aosfatos.org/mais/>. Acesso em: 29 jan. 2020.
- BRASIL. **Lei nº 12.527**, de 18 de novembro de 2011. Regula o acesso a informações previsto no inciso XXXIII do art. 5º, no inciso II do § 3º do art. 37 e no § 2º do art. 216 da Constituição Federal; altera a Lei nº 8.112, de 11 de dezembro de 1990; revoga a Lei nº 11.111, de 5 de maio de 2005, e dispositivos da Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2011/lei/l12527.htm. Acesso em: 30 out. 2019.
- CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CREMADES, Javier. **Micropoder: a força do cidadão na era digital**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.
- REPORTERS' LAB DA DUKE UNIVERSITY. **DUKE REPORTERS' LAB**. Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em: 28 abr. 2020.



EQUIPE LUPA. **O que é a Agência Lupa?** Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/>. Acesso em: 29 jan. 2020.

GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism**. Nova York: Columbia University Press, 2013.

INTERNATIONAL FACT CHECKING NETWORK (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: 29 jan. 2020.

INTERNATIONAL FACT CHECKING NETWORK (IFCN). **IFCN Code of Principles Report**. 2018. Disponível em: https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/storage/docs/PUBLIC_VERSION-CODE_OF_PRINCIPLES_REPORT_YEAR_1_REV_AM.pdf?v=1538242914. Acesso em: 29 jan. 2020.

JACKSON, Brooks; JAMIESON, Kathleen Hall. **unSpun: Finding Facts in a World of Disinformation**. New York: Random House, 2007.

KESSLER, Glenn. **About The Fact Checker**. 2017. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/>. Acesso em: 26 jan. 2020.

KESSLER, Glenn. **Fact Checker**. Disponível em: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker/>. Acesso em: 26 jan. 2020.

LEMONS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

PESQUISA SOBRE O USO DAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NOS DOMICÍLIOS BRASILEIROS: TIC domicílios 2018 = Survey on the use of information and communication technologies in brazilian households: ICT households 2018/Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019. Disponível em: <http://cetic.br/pesquisa/domicilios/>. Acesso em: 28 out. 2019.

POYNTER INSTITUTE. **International Fact Checking Network (IFCN)**. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn/>. Acesso em: 29 abr. 2020.

POYNTER INSTITUTE. **PolitiFact**. Disponível em: <https://www.politifact.com/truth-o-meter/>. Acesso em: 26 jan. 2020.

SHAROCKMAN, Aaron. **Who pays for PolitiFact?** 2011. Disponível em: <https://www.politifact.com/truth-o-meter/blog/2011/oct/06/who-pays-for-politifact/>. Acesso em: 26 jan. 2020.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 8ª. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VIANA, Natalia. **Um turbilhão de Trucos**. 2014. Disponível em: <http://www.ihu.unisinos.br/170-noticias/noticias-2014/537806-um-turbilhao-detrucos>. Acesso em: 26 jan. 2020.