

UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I
CENTRO DE CIÊNCIA SOCIAIS APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - HABILITAÇÃO EM JORNALISMO

BIANCA MARIANO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO FACT-CHECKING COMO MECANISMO DE COMBATE À
DESINFORMAÇÃO: O CASO DO PROJETO COMPROVA**

CAMPINA GRANDE

2018

BIANCA MARIANO DA SILVA

**A IMPORTÂNCIA DO FACT-CHECKING COMO MECANISMO DE COMBATE À
DESINFORMAÇÃO: O CASO DO PROJETO COMPROVA**

Trabalho de Conclusão de Curso na modalidade artigo científico, apresentado ao curso de Graduação em Comunicação Social, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social com habilitação em jornalismo.

Área de concentração: Comunicação, Fact-Checking e Desinformação.

Orientadora: Prof. Dra. Maria Socorro Tomaz Palitó Santos

CAMPINA GRANDE

2018

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

S586i Silva, Bianca Mariano da.
A importância do fact-checking como mecanismo de combate à desinformação [manuscrito] : o caso do Projeto Comprova / Bianca Mariano da Silva. - 2018.
27 p.
Digitado.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2018.
"Orientação : Prof. Dr. Maria do Socorro Tomaz Palitô dos Santos, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."
1. Combate à desinformação. 2. Fact-Checking. 3. Mercado. 4. Fake news. 5. Notícia falsa. I. Título
21. ed. CDD 303.483

BIANCA MARIANO DA SILVA

A IMPORTÂNCIA DO FACT-CHECKING COMO MECANISMO DE COMBATE À
DESINFORMAÇÃO: O CASO DO PROJETO COMPROVA

Trabalho de Conclusão de Curso ou Tese ou
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Comunicação Social, da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
bacharel em Comunicação Social com
habilitação em jornalismo.

Área de concentração: Comunicação, Fact-
Checking e Desinformação.

Aprovada em: 05/12/2019.

BANCA EXAMINADORA

Maria do Socorro F. Palito Santos
Prof. Dra. Maria do Socorro Tomaz Palito Santos (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Maria Zita Almeida Batista dos Santos
Prof. Me. Maria Zita Almeida Batista dos Santos
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ada Keséa Bezerra
Prof. Dra. Ada Keséa Bezerra
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Aos meus pais pelo apoio, carinho, dedicação,
amizade e amor, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Nesta etapa vitoriosa da minha vida e formação acadêmica, só tenho a agradecer a todos que estiveram ao meu lado, principalmente com palavras de apoio nos momentos difíceis. Sou profundamente grata a Deus por toda proteção durante esta caminhada. Agradeço pela força e palavras de incentivo de minha mãe Dijanete Barbosa da Silva, por não deixar desistir quando o desânimo batia e a incerteza profissional. Ao meu pai Germano Mariano da Silva pelo apoio e a minha irmã Bruna Mariano por estar ao meu lado mesmo longe de casa.

Aos meus avós Rita Maria da Silva e Manoel Barbosa da Silva pela preocupação e acompanhamento nesta trajetória. Agradeço também a minha tia Edjane Barbosa da Silva e José Alves Filho por ter me acolhido em sua residência, durante o período da mudança definitiva para Campina Grande.

Meus sinceros agradecimentos aos professores por toda orientação e disponibilidade quando solicitados. Incluo ainda neste agradecimento a banca convidada Ada Guedes e Maria Zita Almeida, em especial à minha orientadora Socorro Palitó, pelo suporte e observações que me fizeram chegar à conclusão deste trabalho. À universidade demonstro gratidão por exercer seu papel de ferramenta educativa aberta para todos. Por último, não menos importante deixo registrado meus agradecimentos às amigas e colegas de curso que estiveram presentes na trajetória. Obrigada!

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
PERCUSO METODOLÓGICO	9
2.1 O MERCADO DAS NOTÍCIAS FALSAS.....	10
2.1.1 PÓS-VERDADE: QUANDO OS FATOS PERDEM ESPAÇO PARA À EMOÇÃO	13
3 - PIONEIRISMO DO FACT-CHECKING NO BRASIL	15
4 - REEDUCAÇÃO DIGITAL PARA SAIR DAS BOLHAS.....	18
5 COMPROVA – COMBATE A DESINFORMAÇÃO DURANTE AS ELEIÇÕES 2018...20	
CONSIDERAÇÕES FINAIS	23
ABSTRACT	24
REFERÊNCIAS:	25

A IMPORTÂNCIA DO FACT-CHECKING COMO MECANISMO DE COMBATE À DESINFORMAÇÃO: O CASO DO PROJETO COMPROVA

Bianca Mariano da Silva ¹

RESUMO

O presente artigo, de caráter exploratório e descritivo, discute a importância das agências de checagem no combate à desinformação e faz uma análise do trabalho desenvolvido pelo Projeto Comprova durante as eleições 2018 no Brasil. As iniciativas de *fact-checking* são apontadas como alternativa para a reeducação digital em tempos de *fake news* promovidas pelas bolhas da pós-verdade, um espaço construído apenas por crenças e valores pessoais. A desinformação ainda apresenta formas desenvolvidas para conduzir ações de atores pelo ecossistema do mundo virtual. Os resultados apontam que o trabalho de checagem obteve grande participação do público, com acionamento do alerta ao grande número de notícias construídas sob a perspectiva de manipulação do eleitorado, em especial através do *whatsapp*.

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; *Fact-Checking*; *Fake News*; Projeto Comprova; Eleições 2018.

INTRODUÇÃO

Nas entrelinhas e definições de alguns termos do nosso cotidiano, a desinformação reside, muitas das vezes, em determinações simplistas diante o complexo ecossistema informacional no qual estamos engajados. Compartilhar discursos construídos em nossa própria perspectiva virou um hábito capaz de aprisionar muitos indivíduos dentro de bolhas

¹ Aluna de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo – Campus I.

E-mail: bianca.mariano958@gmail.com

digitais, espaço construído com supostas *timelines* perfeitas, onde visualizamos apenas o conteúdo que nos interessa. Notoriamente, para estruturar nossa bolha digital, contamos com a ajuda dos *algoritmos*², *bots* e *ciborgues*, entre uma infinidade de programas prontos para construir o “espelho do real” no ciberespaço. O problema dessa junção se traduz em materiais fictícios, notícias fabricadas, com múltiplos interesses de um mercado alimentado pela pressa do compartilhamento e da falta de consciência ou consequências que nossas ações possam desencadear.

Chegamos ao ponto, nos quais fatos objetivos têm menos importância em moldar a opinião pública, do que os apelos, emoções e crenças pessoais. Assim, surge a definição da pós-verdade eleita como palavra do ano, em 2016, pela Universidade de Oxford, com base na análise de dois acontecimentos políticos: a eleição de *Donald Trump* como presidente dos Estados Unidos e o referendo que definiu a saída da Grã-Bretanha da União Europeia conhecida por “*Brexit*”. Ambas as campanhas tiveram uso incontrolado de notícias fictícias, e mesmo com alegação dos inúmeros conteúdos falsos não foi o suficiente para mudar o voto majoritário.

Presos na pós-verdade, julgamos saber separar com exímia maestria a “verdade” da “mentira”, quando nem o próprio termo *Fake News* deveria ser usado diante a complexidade etimológica das duas palavras. De acordo com os pesquisadores *Claire Wardle*³ e *Hossein Derakhshan*⁴, autores do relatório *Information Disorder*⁵, encomendado pelo Conselho da Europa, as “notícias falsas” são usadas de maneira ambígua para descrever uma gama variada de informações comparadas à poluição.

É necessário criar o hábito de pensar como um todo, como partes de uma sociedade composta por agentes comunicadores, pessoas desconhecidas dos mais variados pontos de

² Conjunto de operações, sequenciais, lógicas e não ambíguas, que, aplicadas, a um conjunto de dados, permitem encontrar a solução para um problema num número infinito de passos.

³ Claire Wardle lidera a direção estratégica e pesquisa para o primeiro rascunho e é co-fundadora de um dos projetos da First Draft. Antes do primeiro Rascunho, era diretora de pesquisa do centro de reboque para jornalismo digital na Universidade de Columbia Escola de Jornalismo.

⁴ Escritor e pesquisador iraniano-canadense. Recentemente, ele foi co-autor do relatório *Information Disorder*, encomendado pelo Conselho da Europa, com Claire Wardle.

⁵ Disponível em: <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>

vistas, que não deixam de existir por serem contrárias aos nossos anseios, mas deixam de existir por serem vítimas da desinformação.

Para exemplificar lembremos o caso ocorrido há quatro anos, em Guarujá no estado de São Paulo. A dona de casa Fabiane Maria de Jesus⁶ andava pela rua de seu bairro, quando foi cruelmente espancada e linchada após divulgação de um boato em uma página do *Facebook*. A página intitulada “Guarujá Alerta” trazia no post um retrato falado de uma mulher, que estaria agindo na região sequestrando crianças para praticar rituais de magia negra. Devido sua semelhança com a respectiva acusada, a dona de casa foi amarrada, posteriormente, linchada por várias pessoas. Ainda chegou a ser levada ao hospital, mas não resistiu aos ferimentos.

O crime contra a brasileira não é um caso isolado no mundo, e o *Facebook* também não é a única plataforma que serve como vitrine da desinformação em casos de agressão partindo dos boatos. A segunda maior rede social do planeta, o *Whatsapp* com seus mais de 1,5 bilhão de usuários, também apresenta casos chocantes, principalmente na Índia, país onde cerca de duas mil pessoas já foram linchadas sob a falsa acusação de serem sequestradoras de crianças.

Para combater efetivamente o ciclo das notícias inverídicas, precisamos recorrer ao papel educacional dos veículos de comunicação ou equipes de *fact-checking* (verificação de fatos). Iniciativas pouco utilizadas no Brasil, mas que já apresentam trabalhos consistentes com uso de ferramentas digitais para checagem de conteúdos. Técnicas postas em práticas no pioneirismo da Agência Lupa⁷ e do site Aos Fatos⁸. Além disso, outros veículos tradicionais e sites utilizam a técnica da checagem de conteúdo na América Latina e na Europa, aplicando diferentes estratégias de sustentação que será abordada nos próximos capítulos.

Este trabalho visa demonstrar a importância do *fact-checking* no combate à desinformação proliferada nas redes sociais. Vamos falar sobre a indústria das notícias fabricadas, os principais sites sobreviventes a partir da monetização gerada pelo tráfego

⁶ Disponível em: <http://g1.globo.com/sp/santos-regiao/noticia/2014/05/mulher-espancada-apos-boatos-em-rede-social-morre-em-guaruja-sp.html>

⁷ Primeira agência de notícias do Brasil a se especializar na técnica jornalística mundialmente conhecida como fact-checking.

⁸ Primeira plataforma brasileira a checar sistematicamente discursos políticos.

contabilizadas em *page views*⁹ e anúncios. Faremos ainda uma análise do trabalho desenvolvido pelo Projeto Comprova¹⁰, iniciativa colaborativa entre jornalistas de 24 veículos de comunicação para descobrir e investigar informações enganosas, manipuladas ou inventadas durante a campanha presidencial 2018 no Brasil.

Por fim, diante do fenômeno da desordem informacional partiremos em busca do rompimento das bolhas digitais, alicerçado sobre o referencial teórico do livro: “Como sair das Bolhas” (2018), da professora Pollyana Ferrari. Obra que expõe de forma minuciosa o porquê de vivermos mergulhados na pós-verdade, para atestar princípios e seguimentos sem o mínimo de cautela ou desconfiança na hora de compartilhar conteúdos.

Para que casos como o de Guarujá e os da Índia não sejam cada vez mais frequentes, podemos seguir o sonho da jornalista Cristina Tardáguila: criemos um exército de checadores.

PERCUSO METODOLÓGICO

Este artigo consiste em uma pesquisa, exploratória e descritiva, que objetiva analisar as atividades de checagem realizadas pelo Projeto Comprova no período eleitoral, entre 06 de agosto até 30 de outubro de 2018. Todos os resultados aqui apresentados tem como fonte o próprio site do projeto, plataforma onde foram divulgadas as considerações finais após encerramento das publicações.

Para Gil (2008), a pesquisa exploratória assume finalidade de desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca dos fatos, a fim de oferecer informações na formulação de hipóteses dos estudos. Ainda nesse contexto temos as pesquisas descritivas, que têm como objetivo a descrição das características de determinado fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. Exigem uma série de informações sobre o tema pesquisado, e a partir de seus objetivos acabam proporcionando uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias.

⁹ Número de vezes que uma página da internet é visualizada em algum navegador.

¹⁰ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/> Acesso: 25 de nov. 2018

Dessa maneira, faremos uma análise descritiva para compreender a importância do *fact-checking* como mecanismo de combate à desinformação. Segundo Ferrari (2018), a checagem de fatos é o caminho para um mundo melhor, onde cidadãos, através do senso crítico, possam avaliar e decidir sobre questões sociais. Assim, podemos romper as bolhas geradas pela pós-verdade e viver em um mundo menos manipulado, principalmente por conteúdos classificados dentro do ecossistema da desinformação conceituados pela pesquisadora Claire Wordle, da *First Draft News*¹¹.

De acordo com D’Ancona (2018), a pós-verdade é uma grande ameaça ao pensamento crítico. Além de estimular o desmoronamento do valor de verdade, gera desconfiança de fontes que antes eram tidas como sinônimo de credibilidade e descrença nos estudos de especialistas, pois os fatos perdem o seu valor. Assim, apresentaremos nos itens seguintes abordagens sobre o tema, e por fim, a análise do nosso objeto de estudo.

2.1 O MERCADO DAS NOTÍCIAS FALSAS

Em tempos passados, quando a história registrou os primeiros indícios da desinformação, não existiam computadores, celulares ou aparelhos da nossa cotidiana tecnologia. O ser humano sempre despertou interesse pela informação ao longo da história. Os primeiros registros de notícias duvidosas datam do século VI a.C, associadas a Procopius¹², um historiador bizantino criador da Anekdota, cujo principal intuito consistia em denigrar a reputação do imperador Justiniano. A eleição pontifícia de 1522 também pode ser apontada na história como exemplo dos primeiros atos empreendidos para manipular uma audiência, já que além de escritor, poeta e dramaturgo Pietro Aretino escreveu sonetos “perversos” sobre todos os candidatos, menos o seu, para deixá-los aos olhos do público no busto conhecido como Pasquino, próximo a Piazza Navona, em Roma.

Para o jornalista e professor Carlos Eduardo Lins, o processo da desinformação alcançou patamares até entre os mais altos cargos do poder, como explica em seu artigo *Morte e Vida da Imprensa*:

¹¹ ONG que estuda o fenômeno da desinformação on-line, baseados em pesquisas para combatê-la através de ações colaborativas.

¹² https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html

O que diferencia o que existe hoje do que houve no passado? A velocidade, a simplicidade e o baixo custo para produzir e disseminar falsidades com capacidade de proliferação muito rápida e abrangência geográfica imensa. Mais importante: o não fato é agora divulgado sem nenhum tipo de constrangimento até por pessoas que ocupam altos postos na hierarquia de poder, a começar por chefes de governo e de Estado¹³.

O mercado lucrativo das notícias falsas surge pequeno. Nos centavos gerados por cada clique, por cada anúncio agregado em um site, necessitando milhares de acessos através de conteúdos chamativos, e nada mais atrativo aos caça-cliques do que as histórias inventadas, com pegada sensacionalista, distorcidas e polêmicas. Somos curiosos por natureza, muitas vezes é inevitável não clicar naquela manchete com fonte em caixa alta, e sem perceber, exercitamos nossa curiosidade contabilizando frações de ganho para a teia da desinformação.

Na teia das notícias falsas, nosso direcionamento pode acontecer de diversas formas. Ora baseado na filtragem dos algoritmos, ora disseminado por agentes externos em grupos particulares de conversas. Somos atraídos para bolhas informacionais, um local repleto de discursos similares com indivíduos conectados pelas mesmas causas. Mas além da combinação entre algoritmos, *bots*¹⁴ e *ciborgues*¹⁵, existem empresas especializadas na construção de reputações na internet. O trabalho oferecido para marcas ou pessoas, tem como missão conquistar o reconhecimento, respeito e admiração dos internautas. Este trabalho é muito buscado em tempos eleitorais, tendo em vista que os melhores perfis para disseminar conteúdos são os administrados por profissionais reais.

É tudo tão discreto que os melhores *seeders* (semeadores) espalham notícias dos candidatos como qualquer pessoa faria. Eles interagem, debatem, tiram dúvidas, casam, gostam das mesmas coisas. Tudo para tornar o processo aparentemente natural diante os eleitores.

Por trás de todo o trabalho elaborado pelas empresas contratante dos *seeders*, existe uma lógica para ser seguida. Por exemplo: os perfis não deixam de existir após o

¹³ Morte e vida da imprensa. Disponível em: < <http://observatoriodaimprensa.com.br/edicao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa>>/ Acesso em 25 de nov. 2018

¹⁴ Diminutivo de robot, também conhecido como internet bot ou web robot, é uma aplicação de software concebido para simular ações humanas repetidas vezes de maneira padrão, da mesma forma como faria um robô.

¹⁵ Organismo dotado de partes humanas e cibernéticas, geralmente com finalidade de melhorar suas capacidades utilizando tecnologia artificial.

encerramento da campanha eleitoral, eles continuam ativos sendo alimentados por esses profissionais para as próximas atividades.

Essas empresas realizam constantemente mapeamentos digitais das páginas que tratam de política, sejam elas de veículos jornalísticos, pessoas ou instituições, e do comportamento delas. Os seus semeadores se conectam a essas páginas e a uma série de outras listas e grupos – cada perfil falso chega a participar, muitas vezes, de cem ou duzentas listas de discussão ao mesmo tempo¹⁶.

Os donos de perfis falsos vivem em guerra com seus concorrentes, fazendo detecção de postagens repetidas, perfis semelhantes e algumas checagens de IPs com ferramentas digitais. Assim, é possível descobrir se estamos tratando de um perfil falso. Caso confirmado, o perfil é denunciado à rede social com sua retirada do ar. Por outro lado, o rastreamento por parte da polícia ou do Ministério Público para detectar esse tipo de ação é demorado e cheio de empecilhos no caminho, pois muitas vezes os semeadores atuam via acesso remoto, por meio de computadores conectados a uma máquina virtual localizada em outro país.

No Brasil, um trio foi apontado por faturar altos rendimentos com a disseminação de notícias falsas. De acordo com reportagem da Folha de São Paulo¹⁷, Beto Silva (o “Beto Louco”), Luciano Vieira e Luciano Moura são envolvidos com 13 sites que atuam na área da desinformação. Em comum os sites apresentam nomes semelhantes como: Pensa Brasil, Brasil verdes e amarelos e The News Brasil. O último mencionado atua com uma página no ar pelo Facebook.

Apesar de o trio ter se desmanchado, a máquina das notícias falsas continua funcionando e gerando lucro. Algo em torno entre 100 e 150 mil reais por mês, estimativa feita por especialista no mercado publicitário ouvidos pelo jornal Folha de São Paulo durante publicação da reportagem.

¹⁶ Muito além dos rôbos: como funciona as fazendas de perfis falsos. Disponível em: <https://vazafalsiane.com/conteudos/o-mercado-lucrativo-das-noticias-falsas/#4.2> Acesso em 17 nov. 2018

¹⁷ Como funciona a engrenagem das notícias falsas no Brasil. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859808-como-funciona-a-engrenagem-das-noticias-falsas-no-brasil.shtml> Acesso em 17 nov. 2018

2.1.1 PÓS-VERDADE: QUANDO OS FATOS PERDEM ESPAÇO PARA À EMOÇÃO

Quando o dicionário Oxford elegeu pós-verdade como palavra do ano em 2016, elegeu também um dos termos mais controversos do século. A pós-verdade se manifesta na perda de importância dos fatos objetivos diante os apelos, crenças, emoções e valores pessoais.

Para D'Ancona (2018), a base social da pós-verdade surge no momento em que uma sociedade bem-sucedida não consegue alcançar um alto grau de honestidade para preservar a ordem, o que acaba causando a incredulidade das pessoas na política, e por fim, nos grandes veículos de comunicação. Por outro lado, o autor afirma que a novidade não é a desonestidade dos políticos em vários contextos, mas a resposta do público diante os acontecimentos. As pessoas tomam conhecimento dos fatos, processam o conteúdo recebido e transformam de acordo com o viés ideológico estabelecido na convivência social. Tudo caminha de acordo com o pensamento individual para que haja convivência ou repúdio da situação.

O termo foi aos poucos se enraizando na democracia, estabelecendo laços entre as elites intelectuais, dividida em dois lados: os alimentadores da difusão de notícias fabricadas, e os especialistas empenhados no desmembramento do ecossistema da desinformação propagado na internet. Mas o grande desafio para tais especialistas é convencer a população dos efeitos da pós-verdade, tendo em vista a rejeição da mesma como vítima desse fenômeno como afirma Gracia (2017):

La población ajena a ese entorno no parece haber interiorizado esa nueva palabra ni desde luego se autoidentifica como víctima de las posverdad, creyendo verdad lo que es mentira. De hecho, suele ser al réves: las posverdad se corresponde con un consumo de noticias que afecta a los otros, desinformados y banales consumidores de medios, pero nunca a uno mismo ni al propio grupo ni a los propios círculos. (GRACIA, 2017, p.39).

Conviver com a pós-verdade em tempos de *fake news* consiste no atual desafio de vários veículos de comunicação, uma vez que até os próprios políticos fazem sua utilização para escapar de acusações, como foi o caso do então Presidente dos Estados Unidos, Donald Trump, ao ser questionado por repórteres da CNN. O candidato republicano simplesmente acusou os profissionais de veicularem informações falsas, com direito a divulgação de um

prêmio¹⁸ para categoria, envolvendo matérias do New York Times, The Washington Post e da própria CNN.

Diante tais afirmativas, inúmeros críticos da comunicação são vistos com desconfiança por boa parte das pessoas, que passa a duvidar de tudo e de todos. Uma estratégia implantada com intuito de deixar o público desnortado, sem saber em quem confiar. Se antes o discurso pertencia às elites (acadêmicos, culturais, jornalísticos e políticas), hoje as vozes e opiniões foram ampliadas pelas redes sociais, e seus efeitos seguem como onda de um mar difuso, sem barreiras entre a vida privada e a vida digital. Os reflexos dessa mistura são reconhecidos pela socialização de ideias apoiadas nas crenças públicas compartilhadas, na herança familiar sem base crítica ou qualquer questionamento. Afinal, quem se importa com a verdade? Ou o que é a verdade?

La posverdad parece así en parte producto perfeccionado para una ciudadanía escarmentada en el tráfico de grandes y pequeñas verdades que pasaron a ser grandes y pequeñas mentiras, y ese regular descubrimiento no ha tenido sólo la consecuencia del descrédito de las élites sino que también ha desembocado en la universalización de la sospecha, fundada o no, convertida en mentira irresponsable e impune: posverdad. (GRACIA, 2017, p.42).

Além da crise democrática e da descrença na classe política, o estudo realizado pelo professor e psicólogo *Jay Van Bavel*¹⁹, da Universidade de Nova York, identificou mais uma causa para a disseminação exagerada dessas opiniões nas redes sociais. Boa parte está associada ao fato de que ninguém abre mão de ter suas ideias, gostos, identidades questionadas, por isso se torna muito mais difícil aceitar aquilo que contradiz nossa visão.

No topo das preferências, temos a política, que muitas vezes é parte essencial na construção da identidade de uma pessoa. Logo, críticas aos seus ideais passam a compor uma série de ataques de ordem pessoal, similares às recorrentes nas redes sociais. Em seu estudo, *Jay Van Bavel* ainda afirma que nossas estruturas cognitivas trabalham para tornar o pensamento de pertencimento a um grupo fundamental nas relações sociais. Mudar de lado, traçar novas alianças e descobrir novas visões ideológicas sempre geram conflitos entre crenças enquanto atores sociais.

¹⁸ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/internacional/ultimas-noticias/2018/01/18/trump-premia-jornalistas-dos-eua-por-fake-news-como-a-imprensa-respondeu.htm>

¹⁹ Jay Van Bavel é professor associado de psicologia & ciência neural na Universidade de Nova York, uma filial na Stern School de negócios em gestão e organizações, e diretor do laboratório de percepção social e avaliação.

Desse modo, as *fake news* funcionam como ferramenta de manipulação ideológica ou econômica, enquanto a pós-verdade, por sua vez, se caracteriza no momento em que a verdade já não é importante. Na prática, apesar de significados distintos, encontramos a junção dos dois termos, pois uma pessoa que tem suas próprias crenças ao se deparar com uma notícia falsa tende a acreditar, devido sua construção com partes verdadeiras ou distorcidas, que entram de acordo com ideias de cunho pessoal.

3 - PIONEIRISMO DO FACT-CHECKING NO BRASIL

Dois anos antes da Pós-verdade dominar o pleito norte-americano em 2016, o Brasil recebia o primeiro blog de *fact-checking* para testar o grau de veracidade dos políticos em campanha.

Criado em 2014, pela jornalista Cristina Tardáguila, no período subeditora de política do Globo, o blog Preto no Branco classificava as notícias checadas com sete etiquetas: FALSO: comprovamos que a informação passada ao público está errada. AINDA É CEDO PARA DIZER: a informação poderá vir a ser verdadeira, mas ainda falta um caminho a ser percorrido. INSUSTENTÁVEL: não há dados públicos que comprovem a informação divulgada. VERDADEIRA, MAS...: a informação está correta, mas merece ser detalhada. VERDADEIRA: a informação pode ser comprovada como real. CONTRADITÓRIO: a informação contradiz outra difundida pela mesma fonte anteriormente. EXAGERADO: a informação é correta, mas o dado foi arredondado ou ampliado de forma a ser maximizado.

No livro “Como sair das Bolhas” da professora Pollyana Ferrari, Tardáguila afirma que recebia telefonemas e e-mails de jornais menores dizendo querer republicar os materiais checados. O Globo até chegou a vender algumas checagens, mas o projeto acabou não virando um modelo de negócio como a editora sonhava.

Após sua saída do Globo a editora deixou o blog Preto no Branco com o grupo que acabou substituído pelo: “É ISSO MESMO?”. Trabalho que na visão de Alan Gripp, editor executivo do jornal, apresentou uma evolução comparada ao produzido anteriormente.

O sonho de Tardáguila virou realidade em novembro de 2015, quando a jornalista deixou o amor pelo *fact-checking* falar mais alto e, criou a agência Lupa: Primeira agência de checagem do Brasil. “Começamos no *Facebook* e, em fevereiro de 2016, lançamos o site.

Cursei MBA na FCV e corri atrás para aprender a precificar, fazer contratos, gerir um negócio – o que não aprendemos nos cursos de Jornalismo” (TARDÁGUILA apud FERRARI, 2018, p.99).

Composta inicialmente por uma equipe de quatro profissionais, a Lupa conquistou seu espaço no mercado de trabalho com checagem em diversas áreas da política, economia, cidade, cultura, educação, saúde e relações internacionais a fim de corrigir informações imprecisas. Tudo o que é checado, é vendido para outros veículos de comunicação, além de ser publicado no próprio site da agência.

O modelo de negócio do *fact-checking*, também virou realidade nas checagens publicadas pelo Aos Fatos, primeira plataforma brasileira a checar sistematicamente o discurso político, no período eleitoral desde o dia 7 de julho de 2015. Com bases no Rio de Janeiro e em São Paulo, Aos Fatos é composto por uma equipe de profissionais multidisciplinares e multitarefas, além de uma rede de *freelancers* que trabalham na busca da verdade nos discursos políticos.

Apostando em conteúdo multiplataforma, Aos Fatos se sustenta com parcerias em um modelo híbrido de financiamento articuladas entre campanhas sazonais de *crowdfunding*²⁰, doações, parcerias editoriais e consultorias em *fact-checking* do Aos Fatos Lab, para empresas ou organizações sem vinculação político-partidária.

Em seu primeiro ano de funcionamento, Aos Fatos faturou um total de R\$ 45 mil, tirando o investimento inicial de R\$ 20 mil, rendimento que passou para R\$ 120 mil entre Julho de 2016 e Julho de 2017. Fundos gerados principalmente de projetos vinculados ao Aos Fatos Lab e às coberturas eleitorais em tempo real patrocinada por parceiros²¹.

Após premiação do Projeto ReVer (Rede da Verdade), patrocinado pelo site Catraca Livre com o Instituto SEB de Educação e apoio da Microsoft, Aos Fatos desenvolveu a robô “Fátima” para o *Twitter* @fatimabot. Posta em prática desde julho deste ano, @fatimabot sincroniza um banco de notícias falsas já checadas pela equipe do Aos Fatos, faz mapeamento no *Twitter* a cada 15 minutos com links para as informações falsas ou distorcidas, e ao

²⁰ Forma de financiamento coletivo na obtenção de capital para iniciativas através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas no projeto.

²¹ Disponível em: <https://aosfatos.org/nossos-parceiros/> Acesso 17.nov. 2018

encontrar, alerta o usuário que compartilhou a desinformação com o link da informação correta.

Só em sua fase de teste, @fatimabot havia detectado a distribuição de 881 links com notícias falsas ou distorcidas, com emissão de 500 alertas ao longo de um mês. O aplicativo idealizado pelo jornalista Pedro Burgos fundador do Impacto.jor em parceria com o ICFJ Knight Fellow²², reflete a necessidade de oferecer informações checadas para usuários expostos a desinformação. Passada sua fase de lançamento, a robô Fátima assumiu uma versão para o *Messenger*, onde sua principal função é passar dicas de checagem, auxiliando o usuário no momento de tráfego por páginas na web.

Fatima – que vem de “FactMa”, uma abreviação de “FactMachine” – é a voz dos projetos de inteligência artificial e automatização de checagem do Aos Fatos. Em sua versão chatbot para o Messenger, tem como objetivo dar dicas para que consumidores de notícias na internet possam checar informações de maneira autônoma e se sintam seguros para trafegar na rede de modo confiável sem intermediários²³.

Sem dúvida os avanços digitais levaram o jornalismo para outro nível. Por outro lado, o ritmo acelerado de produção acaba deixando coberturas jornalísticas com certas lacunas que passam a serem ocupadas por conteúdos falsos. Assim, com a necessidade de preencher tais espaços, jornalistas passaram a mirar no método *do fact-checking*, sobretudo, como uma válvula escapatória de esclarecimentos e retomada de credibilidade.

O Brasil ainda se encontra anos luz em termos de *fact-checking* dos países latino-americanos e europeus. Por outro lado, já é possível encontrar checagens consistentes na área com grande reconhecimento. Muito além de esclarecimentos, o *fact-checking* é o futuro do jornalismo em sua essência, pois busca a comprovação dos fatos, atuante como arma para combater a desinformação em todos os graus da sociedade.

²² Centro Internacional de Jornalistas é uma organização sem fins lucrativos que aprimora as habilidades e conhecimentos dos jornalistas em todo o mundo.

²³ Fátima: a robô checadora do Aos Fatos. Disponível em: <https://aosfatos.org/fatima/#features>. Acesso 17 nov. 2018

4 - REEDUCAÇÃO DIGITAL PARA SAIR DAS BOLHAS

Tornou-se padrão de pertencimento social manter relações com elementos de autoafirmação de tudo o que pensamos como verdade. Usuários tomam a liberdade das telas para expressar suas opiniões em um espaço democrático aberto para todas as vozes. Mas o quão democrática são nossas redes sociais? Em tempos de campanha eleitoral, não faltam ofensas e conflitos ideológicos nas *timelines*, bombardeadas por discursos unilaterais. Passamos assim, a viver dentro de bolhas informacionais, igualmente comparadas as redomas de vidro que não deixam transpassar diálogos distintos.

A obra de Ferrari (2018) é antes de tudo, um alerta que evidência o papel incorporado por pessoas alimentadas no vício das redes sociais. Segundo a autora, a existência de muitos passou a ser apenas virtual, uma existência fomentada nas bolhas e no botão de compartilhar conteúdos, na maioria das vezes, respaldados na pós-verdade. A sociedade da informação sofre para conseguir aliar todos os seus elementos de forma harmoniosa por diversos fatores, entre eles, a resistência de enxergar vidas compartilhadas como reflexo sistemático da desinformação.

Conseguir aliar tecnologia, algoritmos, sociedade da informação e a conexão com o ser divino que te habita será a grande saída do século XXI. Sem nos conectar amorosamente com os rios, com as praias, com o sol, com as florestas e com os outros seres humanos não teremos como transcender e cada vez mais nos atolaremos na pós-verdade, no estado de exceção, no retrocesso cultural e social e nas bolhas (FERRARI, 2018, p.46).

Culpados ou cúmplices pela proliferação desenfreada de notícias falsas, o cidadão precisa despertar seu senso crítico, sem deixar a aceleração do século XXI transformá-lo em mero vetor dessa epidemia da mentira, fenômeno que só traz perdas para todos os níveis sociais.

A mentira, fake news, não está só nas notícias exibidas na televisão, nos jornais, nos blogs ou nas redes sociais. Ela está na foto “photoshopada”, ou seja, no rejuvenescimento milagroso feito por software; a mentira está no check-in do restaurante descolado, feito da porta, só para dizer que esteve lá; a mentira está na eleição de Donald Trump, nos casamentos, nos relacionamentos entre empregados e empregadores, nos governos, nas religiões, que adulteram a palavra de Cristo e praticamente vendem a salvação em prestações mensais. A mentira está tomando conta de tudo (FERRARI, 2018, 49).

Romper com nossas bolhas não é uma tarefa fácil, mas deve ser encarada aliada aos princípios éticos que regem relações. Na atual conjuntura, só a reeducação digital dos usuários é capaz de transformar nossa geração. Só ela pode mudar os hábitos da pressa em ser o

primeiro para compartilhar; em ser o primeiro a comentar; em ser o primeiro em falar do assunto, mesmo sabendo tão pouco; em ser o primeiro em quase tudo. Reeducação digital para sair das bolhas da pós-verdade deve começar dentro de nós, e com simples ações, deixar o hábito de ler apenas o título da matéria ou acreditar na mensagem encaminhada através do *whatsapp*.

Por que deixamos de duvidar das coisas? Por que deixamos de confronta-las? Onde se perde o nexo da razão? Não é competência apenas do jornalismo fazê-lo, podemos criar o hábito de checar a informação em mais de uma fonte antes de compartilhar. Se não fazemos, é por que temos preferência em ficar com o mais fácil, e infelizmente trocar o pensamento crítico por qualquer meia dúzia de palavras, que dizem meias verdades.

O círculo da desinformação pode até nos envolver sorrateiramente, mas parte de nós escolhermos se vamos embasar decisões em provas concretas ou apenas na mais pura emoção. A cultura de um país que sofre com a corrupção e com a falta de apoio ao pensamento crítico, está fadada ao retrocesso oferecido pela pós-verdade. É mergulhar cada vez mais nas bolhas, pois não queremos sair da zona de conforto como se a vida tivesse um manual de instrução definido desde os primeiros dias de nossa existência. Por que ser diferente assusta? Por que não podemos mediar diálogos com quem pensa diferente? Por que deixar que *fake news* construam argumentos?

Não precisamos de discursos pasteurizados, precisamos de respostas concretas, comprovadas por dados, fatos apurados e verídicos. Assim como a diretora da agência Aos Fatos, Tai Nalon publicou em um dos seus textos no *Medium*²⁴: “A pós-verdade é uma velha novidade; *fact-checking*, não”. Em seu texto ela ainda sinaliza o perigo que governos totalitários representam para apagar fatos históricos sob o argumento de reconstrução da história, como se pudessem camuflar o passado com mentiras ou discursos distorcidos.

Só a educação é capaz de despertar os usuários para o compartilhamento de conteúdos com responsabilidade. Nesta missão, temos o auxílio de várias ferramentas digitais gratuitas, cursos online a espera de um click, notícias apuradas por veículos de comunicação sérios e ainda agências de *fact-checking* fazendo análise dos discursos políticos, prestando esclarecimentos sobre múltiplos assuntos construídos a partir da extração de bancos de dados.

²⁴ Plataforma de publicação de blog fundada pelo co-fundador do Twitter, Evan Williams, em agosto de 2012.

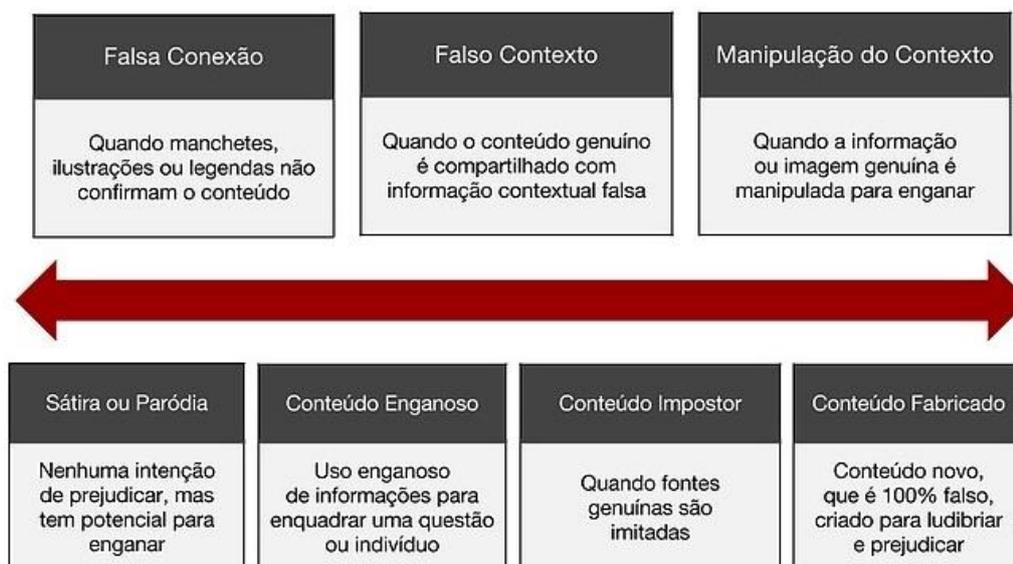
O exército de checadores deve ser criado nas pequenas ações de renúncia a desinformação, pois unidos são capazes de romper as bolhas da pós-verdade, principalmente, enxergando no outro uma parte de si, para a construção de um todo.

5 COMPROVA – COMBATE A DESINFORMAÇÃO DURANTE AS ELEIÇÕES 2018

O projeto Comprova surgiu da coalizão entre 24 veículos de comunicação, com a missão de combater a desinformação durante a campanha presidencial 2018 no Brasil. Suas atividades tiveram início no dia 06 de agosto se estendendo até o dia 28 de outubro, data de postagem da última checagem no site. Capitaneado pela ONG *First Draft News*, o Comprova buscou checar conteúdos fabricados, que passaram a influenciar os eleitores através das mídias sociais. Assim, sua principal preocupação, era a polarização do eleitorado tomando partido com base em informações manipuladas nos mais variados tipos de desinformação.

A pesquisadora e diretora da *First Draft*, Claire Wardle, é um dos principais nomes quando tratamos do fenômeno da desinformação online. De acordo com seus estudos, a desinformação é encontrada em vários níveis e cada tipo representa uma forma de manipulação ou distorção dos conteúdos, por exemplo, obrigatoriamente nem todo contexto pode ser falso em uma notícia manipulada. O que ocorre são junções de elementos: fotografias verdadeiras com textos falsos ou recortes de entrevistas, cuja temática é completamente diferente do enunciado.

Figura 1 – Modelo Ecossistema da Desinformação



Fonte: Claire Wardle / First Draft News

A última checagem postada no site se encaixa perfeitamente nesta descrição, pois o selo de CONTEXTO ERRADO foi fixado após checagem do vídeo em que o Pr. Silas Malafaia aparece criticando o candidato do PSL, Jair Bolsonaro. De acordo com o resultado divulgado, a postagem mostra um vídeo de 2017 para sugerir que eles haviam rompido relações durante campanha eleitoral 2018.

Outra checagem de grande repercussão evidenciou o CONTEXO FALSO no suposto áudio do Pe. Marcelo Rossi em apoio a Bolsonaro. O áudio alcançou grande número de compartilhamentos através do *Whatsapp*, chegando a ser publicado no canal do YouTube do candidato e no *Twitter* de seu filho, que apagou ao ser alertado sobre o conteúdo falso.

Mais uma notícia checada pelo Comprova atestou ser falsa a imagem divulgada via *Facebook* e *Whatsapp*, de uma criança com a boca vedada, fazendo alusão ao projeto de lei de número 236/2012 afirmando a descriminalização da pedofilia para crianças a partir de 12 anos. Além de ser totalmente fora do real contexto do projeto de lei, ainda foi vinculado com participação do candidato pelo PT, Fernando Haddad. Por esse motivo, o projeto Comprova utilizou vários mecanismos de checagem, principalmente o mecanismo de geolocalização²⁵, aliado as ferramentas digitais (como o *Google Street View*²⁶) e softwares gratuitos, para encontrar evidências auxiliares no processo de investigação dos jornalistas.

Ao longo dos três meses de atuação, o Comprova publicou 146 checagens para desmentir ou confirmar informações que viralizaram. De acordo com dados contidos no próprio site do projeto, do total das checagens 92% foram apresentadas em contexto falso, enganoso ou descontextualizadas. Apenas nove histórias eram verdadeiras. A grande maioria foi recebida através do *Whatsapp*, contagem que passou a casa dos mais de 67 mil sugestões de checagem, gerando um fluxo altíssimo na rede social que apresenta os maiores índices de desinformação.

²⁵ Processo de localização espacial de algo ou alguém, por meio da atribuição de coordenadas geográficas passíveis de serem transmitidas e enquadradas num dado sistema de referência.

²⁶ Recurso do Google Maps e do Google Earth que disponibiliza vistas panorâmicas de 360° na horizontal e 290° na vertical. Permite que os usuários vejam partes de algumas regiões do mundo ao nível do chão/solo.

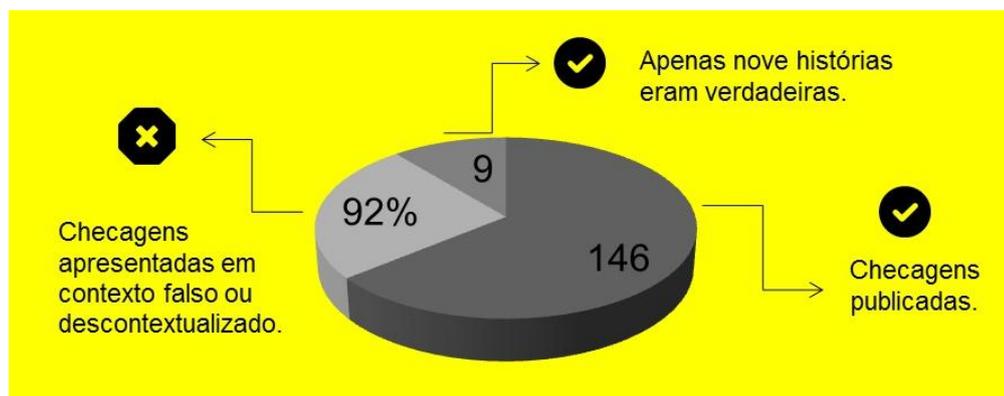
Figura 2- Resultados alcançados pelo Projeto Comprova

Gráfico: Bianca Mariano

Além do *Whatsapp*, os leitores também poderiam entrar em contato através do *Site*, *Facebook* e *Twitter*. No site havia a opção de assinar a *newsletter*²⁷, com recebimento semanal de boletins no e-mail cadastrado. Todo trabalho colaborativo ainda contou com o apoio das plataformas *Google* e *Facebook* (tanto que o próprio *Facebook* disponibilizou engenheiros para otimizar todo o processo), no financiamento dos custos básicos.

Tendo em vista que grande parte da desinformação circula nestes meios, logo é de extremo interesse dos seus desenvolvedores, ações no sentido de educação midiática para as pessoas terem consciência do compartilhamento das informações. No mesmo sentido, temos o trabalho do *Frist Draft News* responsável pela criação de mecanismo de educação midiática com intuito de frear a desinformação.

Observando o Brasil como maior democracia da América Latina, o trabalho do Projeto Comprova forneceu a possibilidades de medir até qual ponto evoluiu o sistema da desinformação, pois existe uma grande preocupação com esse fenômeno em escala Global. O próprio *First Draft* acompanhou o pleito de outros países, como a França em 2017, Nigéria e países da Ásia. Todos com o mesmo intuito: desmentir boatos com iniciativas de *fact-checking*.

Diariamente o Comprova publicou notícias classificadas em seis tipos de checagem: CONTEXTO ERRADO: a informação conta com elementos verdadeiros, mas foi apresentado

²⁷ Comunicado, normalmente de caráter periódico, contendo informações sobre atividades ou serviços de uma organização, empresa ou entidade, enviada por e-mail aos seus subscritos no formato de boletim informativo.

em contexto diferente. ENGANOSO: As informações não estabelecem relação entre si. VERDADEIRO: A informação pode ser comprovada com dados. FALSO: Não há indícios que comprovem a informação. ALTERADO DIGITALMENTE: Os arquivos originais foram alterados para confirmar outra informação. SEM COMPROVAÇÃO: Nenhum material divulgado pode ser comprovado. Além disso, toda notícia era inicialmente investigada por um veículo de comunicação, logo após apresentada para profissionais de mais dois veículos. O trabalho precisava ser ratificado por todos para finalmente ser publicado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desta forma, diante o resultado final das checagens do projeto Comprova, acendeu-se um alerta para a sociedade da informação mergulhada na pós-verdade: as *fake news* não devem reger nossa convivência. Quem as cria sabe muito bem da pressa particular de cada pessoa e sempre busca atingir objetivos por interesses econômicos ou ideológicos.

Pela primeira vez em toda história, presenciamos um trabalho colaborativo entre profissionais dos mais diversos veículos de comunicação, reafirmando a necessidade da criação de uma imprensa independente, transparente e confiável. Presenciamos um país polarizado, fechado ao diálogo e eleitores reféns da desinformação para entoar palavras de mudança. Ora, como alcançar mudanças se não estamos batalhando pela verdade? Qual história será contada no futuro, se o futuro não for construído por fatos?

Podemos perder inúmeras batalhas para à desinformação se não tivermos coragem para reivindicar o *fact-checking* dentro das escolas, empresas, universidades e áreas da comunicação. A batalha da checagem de fatos é muito maior que nossa vaidade interior, só ela pode devolver o sonho de um mundo melhor.

O Comprova encerrou suas atividades de checagem, mas as agências continuam atentas aos próximos discursos políticos e contextos enganosos. Este é o momento de romper nossas bolhas, seguir de mãos dadas para o bem comum da nação. Sem ideologias vazias, sem espaço para *fake news* e sem convivências isoladas, pois o *fact-checking* nos chama.

ABSTRACT

The present article of experimental character discusses the importance of the agencies of check in the fight against the disinformation and makes an analysis of the work developed by the project Prove during the elections 2018 in Brazil. Fact-checking initiatives are singled out as an alternative to digital re-education in fake-news times promoted by post-truth bubbles, a space built only by personal beliefs and values. The disinformation still presents ways developed to conduct actions of actors by the ecosystem of the virtual world. The results point out that the work of the polls was highly attended by the public, triggering the alert to the large number of news items built from the perspective of manipulation of the electorate, especially through whatsapp.

KEYWORDS: Disinformation; Fact-Checking; Fake News; Project Comprova; Elections 2018.

REFERÊNCIAS:

D'ANCONA, M. **Pós-verdade: A nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

FERRARI, P. **Como sair das bolhas**. São Paulo: PUC-SP, 2018

GARCIA, M. A. **Fake News La verdad de las noticias falsas**. Barcelona: Plataforma Editorial, 2018.

GRACIA, J. **La pos verdade no es mentira**. In: J. Ibáñez, *En la era da la posverdad* (p. 37-48). Barcelona: Calambur, 2017.

Gil, A. C. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

REFERÊNCIAS ONLINE:

Fatos, A. (14 de Outubro de 2018). *Nosso Financiamento*. Acesso em 14 de Outubro de 2018 , disponível em Aos Fatos: <https://aosfatos.org/nossos-parceiros/>

Lins, C. E. (15 de 08 de 2017). *Da pós-verdade ao risco da pós-imprensa*. Acesso em 17 de 11 de 2018, disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/educacao-brasileira-da-columbia-journalism-review/da-pos-verdade-ao-risco-da-pos-imprensa/>

MUITO ALÉM DOS ROBÔS: COMO FUNCIONAM AS FAZENDAS DE PERFIS FALSOS. Acesso em 28 de Setembro de 2018, disponível em: <https://vazafalsiane.com/conteudos/o-mercado-lucrativo-das-noticias-falsas/>

Darnton, R. (13 de Fevereiro de 2017). *A verdadeira história das notícias falsas*. Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em The New York Review of Books: <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>.

Comprova *Dicas para verificar a veracidade de conteúdos recebidos pelo whatsapp ou redes sociais*. (2018). Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em: <https://mailchi.mp/firstdraftnews/dicas-para-verificar-a-veracidade-de-contedos-recebidos-por-whatsapp-ou-redes-sociais-e-11-verificaes-do-comprova?e=a519cf12f5>

Prado, A. (15 de Junho de 2018). *Super Interessante*. Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em: <https://super.abril.com.br/blog/como-pessoas-funcionam/a-ciencia-explica-por-que-caimos-em-fake-news/>

Project, T. T. (2016). *A Crise da credibilidade no Brasil*. Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em: <https://www.manualdacidadade.com.br/introducao>

Project, T. T. (2016). *Como detectar uma desinformação*. Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em: <https://www.manualdacidadade.com.br/detectar>

Project, T. T. (s.d.). *Desordem da informação*. Acesso em 19 de Novembro de 2018, disponível em: <https://www.manualdacidadade.com.br/desinformacao>