

Maria Aparecida Alves Schmidl

**Seleção, apuração e exposição das *fake news* em combate à desinformação: serviço
Fato ou Fake, do Grupo Globo**

Universidade Fernando Pessoa

Porto, 2022

Maria Aparecida Alves Schmidl

**Seleção, apuração e exposição das *fake news* em combate à desinformação: serviço
Fato ou Fake, do Grupo Globo**

Universidade Fernando Pessoa

Porto / 2022

Maria Aparecida Alves Schmidl

**Seleção, apuração e exposição das *fake news* em combate à desinformação: serviço
Fato ou Fake, do Grupo Globo**

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa
como parte dos requisitos para obtenção do grau de Mestre
em Ciências da Comunicação, ramo Jornalismo, sob
orientação do Professor Doutor Jorge Pedro Sousa.

Sumário

Esta pesquisa analisa as *fake news*, o fenômeno pós-verdade, a criação das agências de *fact-checking* como novo modelo jornalístico e o monitoramento das potenciais *fake news*, desde apuração até a exposição dos resultados. Demonstra-se que a divulgação dos fatos nas redes sociais, expondo as *fake news*, divide opiniões entre aqueles que acreditam nessas informações e nos que desconfiam desses novos fatos. Nesse contexto, há espaço para observar como os conteúdos das *agências de checagem* são produzidos, bem como a repercussão nas redes sociais.

Nesse ambiente online, o qual evidencia a influencia da pós-verdade, os usuários das redes sociais podem reagir à exposição das *fake news*, apelando para seus próprios conceitos. O engajamento nas redes sociais depende muito do assunto que circula na Internet e da proximidade da ocorrência. Os discursos polarizados nas redes sociais ocorrem a partir de diferentes temas, geralmente associados à política. A intensidade da Internet faz com que acontecimentos tenham dimensões ainda maiores. Através do engajamento nas redes sociais, um mesmo assunto pode gerar diversas interpretações, direcionando o assunto principal para outro sentido, confundindo os leitores. Isso pode fortalecer as *fake news*, representando um fator ainda mais desafiante tanto para o jornalismo quanto para as agências de checagem.

Palavras-chave: *fake news*, *fact-checking*, jornalismo.

Abstract

This research analyzes *fake news*, the post-truth phenomenon, the creation of fact-checking agencies as a new journalistic model, and the monitoring of potential *fake news*, from the gathering of data to the exposure of the results. It is shown that the disclosure of facts on social networks, exposing *fake news*, divides opinions between those who believe in these messages and those who distrust these new facts. In this context, there is room to observe how the content of *checking agencies* is produced, as well as the repercussion in the social networks.

In this online environment, which shows the influence of post-truth, social network users can react to the exposure of *fake news* by appealing to their own concepts. The engagement on social networks depends a lot on the subject that circulates on the Internet and the proximity of the occurrence. Polarized discourse on social media occurs from different topics, usually associated with politics. The intensity of Internet makes events take on even greater dimensions. Through engagement on social networks, the same subject can generate several interpretations, directing the main subject in another direction, confusing readers. This can strengthen *fake news*, representing an even more challenging factor for both journalism and checking agencies.

Keywords: fake news, fact-checking, journalism.

Dedicatória

À minha madrinha Sylvette, por ser a minha incentivadora.

Agradecimentos

À minha madrinha Sylvette, por todo incentivo.

Ao meu marido Florian, por todo apoio e compreensão.

Ao meu orientador Professor Doutor Jorge Pedro Sousa, por me acompanhar gentilmente nesta pesquisa.

Índice:

Introdução	1
PARTE I – O Jornalismo contemporâneo e a sociedade diante de desafios como: <i>fake news</i> , pós-verdade e banalização das notícias.....	6
Capítulo I – As <i>fake news</i> e os desafios que colocam ao jornalismo e à sociedade..	7
1.1 O jornalismo contemporâneo em busca de corroborar os fatos.....	7
1.2 O fenômeno titulado <i>fake news</i>	15
1.3 A influência da pós-verdade na busca da informação.....	20
1.4 Percepção e realidade dos fatos no ambiente virtual	23
Capítulo II – As agências de checagem como resposta jornalística às <i>fake news</i> ..	27
2.1 Criação do serviço de checagem das potenciais <i>fake news</i>	27
2.2 Surgimento das agências de checagem	28
2.3 Rede Internacional <i>fact-checking</i>	29
2.4 Agências de checagem no Brasil	32
2.5 Critérios de checagem das agências.....	35
2.6 Classificação e exposição das <i>fake news</i>	41
2.7 Divulgação dos fatos que contrapõem à desinformação	42
PARTE II – Estudo de caso	44
Capítulo III – Fundamentação da metodologia	45
3.1 Metodologia.....	45
3.2 Descrição da coleta de dados.....	47
3.3 Análise dos dados	49
Capítulo IV – Estudo de caso: Fato ou Fake, do Grupo Globo.....	51
4.1 Organizações Globo	51
4.2 Serviço de checagem Fato ou Fake.....	52
4.3 Metodologia e escolha dos temas para verificação	54

4.4 Classificação dos resultados	54
4.5 Dicas do Fato ou Fake para checagem das <i>fake news</i>	55
4.6 Fontes consultadas para apuração das <i>fake news</i>	57
Capítulo V – Resultados e discussão das publicações do Fato ou Fake	59
5.1 Destaque dos temas das publicações expondo as <i>fake news</i>	59
5.2 Análise das redes sociais	60
5.3 Comentários e engajamento nas redes sociais	62
5.4 Diversidade dos comentários	67
5.5 Comportamento nas redes sociais	71
Conclusão.....	76
Referências Bibliográficas	79
1. Livros e artigos	79
2. Mídias digitais do Fato ou Fake	85
3. Publicações analisadas no site do Fato ou Fake	86
Apêndices	88
1. Entrevista 1.....	88
2. Entrevista 2.....	95
Anexos	99

Índice de Anexos:

1. Seguidores das redes sociais do Fato ou Fake.....	99
2. Engajamento nas redes sociais das publicações analisadas	100
3. Posição do engajamento nas publicações	103
4. Fontes consultadas nas publicações.....	104
5. Comentários em publicações nas redes sociais do Fato ou Fake.....	105
5.1. <i>Facebook</i>	105
5.2. <i>Instagram</i>	150
5.3. <i>Twitter</i>	153

Introdução

Este trabalho, especificamente, se propõe a aprofundar-se melhor na análise das *fake news* e no fenômeno pós-verdade, através do estudo de um serviço de *fact-checking*, no monitoramento das potenciais *fake news* — desde a seleção, apuração até a exposição dos resultados. Com o avanço da Internet, aumentou o volume de informações. Por conseguinte, potencializou as *fake news*, aumentando o número de agências de checagem. Essa nova forma de produzir notícias é desafiante por apresentar fatos contrapondo às *fake news*, que já estão circulando livremente nas redes sociais e nos aplicativos de mensagem.

O avanço da tecnologia trouxe transformações nas diversas esferas mundiais. Consequentemente, o jornalismo contemporâneo faz parte desse processo de mudanças. Nesse sentido, surgiram as agências de checagem como portadoras de fatos para desmentir os boatos. As *fake news* têm sido consideradas impactantes no mundo, sobretudo, elas têm provocado mudanças significativas. Uma vez que isso se apresenta como realidade, à medida que as *fake news* se expandem, mais aumenta a exposição de opiniões nas redes sociais. Outro elemento que chama atenção é a pós-verdade que, embora seja algo complexo por se tratar da subjetividade, pode gerar efeitos que ultrapassam o virtual.

O tema proposto apresenta uma melhor compreensão sobre a estrutura e o serviço de *fact-checking*, tendo em vista que, enquanto o jornalismo atua para expor novos acontecimentos, as agências de checagem apuram fatos para desmentir os boatos. Portanto, isso gera diferentes opiniões, principalmente ao se ter contato com notícias que expõem os boatos, já consultados. Como diz Castells, essa nova maneira de transmitir informações, faz com que a produção da mensagem seja gerada de forma autônoma e possibilita ao indivíduo identificar suas necessidades ao procurar informar-se (Castells, 2019, p.29-30). As agências de checagem monitoram os possíveis boatos e, selecionam o conteúdo suspeito que mais repercute nas mídias digitais, dando início à apuração. Depois da checagem e da obtenção das informações, revelando o teor falso, a próxima etapa será divulgar esses resultados que desmentem as *fake news*.

Partindo da hipótese de que as informações, desmentindo as *fake news*, podem gerar dúvida, busca-se compreender o serviço de checagem e a sustentabilidade do conteúdo que desmente as *fake news*, como também a divergência de opiniões diante de informações que expõem os boatos. Um serviço de *fact-checking* se dedica exclusivamente a examinar notícias suspeitas, principalmente nas redes sociais e em aplicativos de mensagem. Enquanto o trabalho é desenvolvido, os boatos são propagados. Nesse contexto, há espaço para cogitar a maneira como esse conteúdo é produzido, os critérios de escolha dos boatos para averiguação, as fontes consultadas e quais são as opiniões desses indivíduos ao ter contato com a revelação das *fake news*.

A presente proposta tem como objetivos, descrever como atua um serviço de checagem, através do Fato ou *Fake*, do Grupo Globo, apresentando a sua ação e os seus resultados. Considera-se relevante descrever a estrutura do serviço de *fact-checking*, enumerando os passos desde a seleção, verificação até a exposição das *fake news*. Ao mesmo tempo revelam-se as fontes consultadas para investigação das potenciais *fake news* — a frequência das publicações expondo essas *fake news* — como também os temas mais suscetíveis aos boatos. Observar o impacto e os sinais de pós-verdade após revelação das *fake news* nas redes sociais por meio dos comentários, compartilhamentos e curtidas.

Na busca de esclarecer melhor a temática, este trabalho teve como base a abordagem qualitativa para melhor entendimento e interpretação. A metodologia adotada para o desenvolvimento deste trabalho ampara-se em pesquisas científicas, bibliografias e consultas de artigos em revistas e websites. Para melhor esclarecimento foram entrevistados: Thiago Reis, coordenador do núcleo de dados, projetos especiais e *fact-checking* do portal G1 e o professor e pesquisador Phellipe Léna. Essas entrevistas, realizadas por e-mail, ajudaram a guiar a abordagem do assunto.

O referencial bibliográfico utilizado nesta proposta concentra-se em fundamentar a discussão e em formular questões reflexivas. Para isso, recorreu-se aos pensamentos de estudiosos como Castells (2019, pp. 29-30), que cita as mudanças comunicacionais e a autonomia dos indivíduos na busca de informações; Crary (2016, p. 85) sobre o comportamento dos indivíduos perante os meios tecnológicos;

Levy (2011, p.95) ao dizer que somos influenciados pelo ambiente social; Lipovetsky (2016 p.31), que, com o termo “leveza”, explica a maneira como o homem evita enfrentar certas situações desagradáveis. Utilizou-se o serviço Fato ou Fake, do Grupo Globo, como objeto de estudo para melhor análise e compreensão da proposta.

A metodologia empregada buscou interpretar os estudos sobre o fenômeno *fake news* e a verificação de fatos, desde a seleção, apuração, produção, exposição até os resultados. Esta proposta desenvolveu-se com base na observação não participante (virtual) — não houve interação direta com os indivíduos estudados. Assim, eles puderam agir espontaneamente. Este procedimento se fez necessário para verificação das publicações do Fato ou *Fake* e das opiniões perante a exposição das *fake news* nas redes sociais.

A pesquisa é dividida em duas partes. A primeira, do primeiro ao segundo capítulo, contextualiza o jornalismo contemporâneo, seus desafios frente aos avanços tecnológicos e a propagação das *fake news*, além da descrição das principais atividades das agências de checagem e apresentação de importantes pesquisas sobre o tema. A segunda parte, do terceiro ao quinto capítulo, dedica-se ao estudo de caso: o serviço Fato ou *Fake*, do Grupo Globo. Apresenta-se o passo a passo desse serviço de checagem na busca de informações para esclarecer a veracidade dos fatos e os resultados das publicações que expõem os fatos para desmentir as *fake news*, como também as diferentes reações dos usuários, nas redes sociais do serviço de checagem, diante da revelação das *fake news*.

No primeiro capítulo, a abordagem é sobre as *fake news* e sobre a pós-verdade como desafios do jornalismo contemporâneo. Apresentam-se reflexões sobre a desinformação e o modo como o indivíduo reage às mudanças comunicacionais e tecnológicas. As *fake news* têm como alvo polemizar um acontecimento e, na maioria das vezes, o conteúdo é apelativo, constrói uma imagem distorcida de fatos, de pessoas e instituições. Por outro lado, o termo pós-verdade indica que o indivíduo avalia as informações com base em conceitos, crenças e valores. Morin (2019, p. 109) acrescenta que o indivíduo subentende que tem liberdade para fazer suas escolhas, em conformidade aos seus próprios desejos, mas age de acordo com a realidade à qual ele não tem conhecimento.

O segundo capítulo demonstra como as agências de *fact-checking* ou agências de checagem de fatos surgiram, em resposta jornalística às *fake news*. Esse novo modelo jornalístico atua para investigar boatos na busca de evitar a proliferação das *fake news*. Este capítulo apresenta as atividades das agências de checagem, que vão desde a escolha do conteúdo suspostamente falso, à investigação, à produção, até à exposição das *fake news*. Além disso, mostra o procedimento próprio das agências de checagem para desenvolver as etapas de apuração e de divulgação das *fake news*.

O terceiro capítulo aborda a metodologia, a coleta e análise de dados, detalhando os procedimentos adotados no desenvolvimento desta proposta. Em seguida, o quarto capítulo apresenta o serviço Fato ou *Fake*, demonstrando a necessidade da criação desse serviço. Neste capítulo, são descritos os métodos e critérios utilizados no processo de checagem, como também as etapas da investigação de um boato até a descoberta dos fatos, exposição e classificação dos resultados apurados.

O quinto e último capítulo concentra-se em analisar a exposição das *fake news* nas redes sociais do serviço Fato ou Fake, observando a diversidade dos comentários e a repercussão dos diferentes temas. Busca-se, sobretudo, averiguar as reações dos leitores, através de suas opiniões, diante das informações que expõem as *fake news*. Aqui serão reveladas as fontes consultadas, a frequência das publicações, os temas mais suscetíveis aos boatos, a diversidade dos comentários nas redes sociais e as reações diante da exposição das *fake news*.

De modo resumido, pode-se descrever que os resultados obtidos no cerne desta proposta demonstram que o *fact-checking* se faz necessário para monitoramento e apuração das *fake news*. A metodologia do serviço de checagem é desenvolvida com base em critérios do jornalismo e as fontes consultadas possibilitam sustentar as informações expondo as *fake news*, considerando que essas fontes podem ser consultadas por qualquer pessoa. Constatou-se que o serviço de checagem comumente seleciona, para verificação, os boatos que mais repercutem nas redes sociais e em aplicativos de mensagem.

A exposição das *fake news* nas redes sociais divide opiniões, entre aqueles que mostram confiança no conteúdo e entre os que demonstram não acreditar ou têm dúvidas. Felizmente, a maioria se mostra contra a proliferação das *fake news*. No entanto, vale ressaltar que o total de indivíduos que menosprezam as publicações expondo a desinformação é significativo e merece atenção especial. Nessa divisão entre acreditar ou não no conteúdo expondo os boatos, os indivíduos têm em comum o uso da ironia e de termos pejorativos relacionados à política atual do país. Por consequência, isso gera a polarização. A partir da análise das opiniões frente à exposição das *fake news*, observou-se sinais da pós-verdade.

O tema mais suscetível às *fake news* é a pandemia (Covid-19), seguido de política e violência. Os assuntos sobre a pandemia apresentam boatos relacionados à vacina. Política é um dos assuntos que mais gera repercussão, até mesmo em publicações que não fazem parte da temática. Os fatos recentes são os alvos das *fake news*. Além disso, antigos acontecimentos circulam com informações equivocadas. Notou-se também que um mesmo assunto pode ter mais de uma versão, em forma de boato.

Um dos objetivos, no início da proposta, era acompanhar pessoalmente a rotina produtiva da equipe de checagem do Fato ou Fake, observando e vivenciando o ambiente. Entretanto, com a pandemia do coronavírus, isso não foi possível. Com isso, concentrou-se em fazer o trabalho *online*, acompanhando as publicações e reunindo as informações necessárias.

O ambiente virtual transmite liberdade para expor qualquer assunto, mas percebe-se que não há espaço para diálogos ou debates nas redes sociais analisadas. O cenário atual sinaliza que o jornalismo e as agências de checagem precisam manter-se em alerta para enfrentar grandes desafios. Nota-se que produzir conteúdo diariamente e manter a credibilidade tornaram-se grandes desafios para o jornalismo e, principalmente, para as agências de checagem, que buscam sustentar a veracidade dos fatos em contraposição com as *fake news*, além de ter que manter a confiança do público.

PARTE I – O Jornalismo contemporâneo e a sociedade diante de desafios como: *fake news*, pós-verdade e banalização das notícias

Nesta primeira parte do trabalho serão analisadas as *fake news*, os desafios do jornalismo, o fenômeno pós-verdade e como as agências de *fact-checking* surgiram em resposta jornalística às *fake news*. A necessidade de monitorar as informações no cotidiano, em busca de comprovar a veracidade dos acontecimentos.

Capítulo I – As *fake news* e os desafios que colocam ao jornalismo e à sociedade

1.1 O jornalismo contemporâneo em busca de corroborar os fatos

A mudança mais significativa na comunicação, nos últimos anos, foi “a transição da comunicação de massa para a intercomunicação individual”. Anteriormente, as informações eram transmitidas para uma grande quantidade de receptores, por meio de veículos de comunicação como, por exemplo, a televisão. Essa nova forma de transmitir individualmente informações pode ser compreendida como um processo de comunicação interativa, com potencial para atingir uma audiência de massa. Contudo, a produção da mensagem é gerada de maneira autônoma, em que a restauração da informação é autogerida — o indivíduo identifica suas necessidades, ao buscar informar-se. Além disso, o modo de receber e o ato de recombinar o conteúdo procedente das redes de comunicação digitais são selecionados pelos próprios indivíduos (Castells, 2019, p. 29).

Neste contexto, a mensagem é produzida no ambiente virtual de maneira autônoma, revelando a individualidade e a exposição do pensamento. Observa-se que, outrora, o sistema midiático, formado pelo conjunto de veículos de comunicação, era o principal produtor de conteúdo e fornecedor de notícias para a massa.

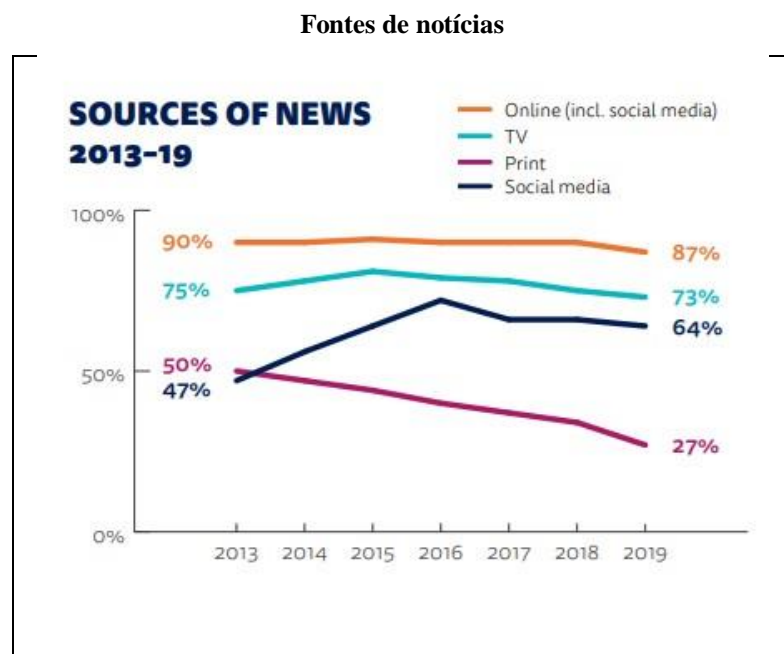
O crescimento da comunicação de massa unidirecional, como organização — reduzida aos conjuntos de emissoras de TV tradicionais — foi relacionado ao aparecimento de grandes grupos empresariais. Porém, a interação individual, através da Internet e dos dispositivos móveis, ocorreu desde a descentralização das redes comunicacionais (Castells, 2019, pp.29-30).

Organizacionalmente, a ascensão da comunicação de massa unidirecional, sintetizada pelas redes de televisão tradicionais, foi associada ao surgimento de grandes conglomerados empresariais. No entanto, a intercomunicação individual, tornada possível pela internet e pelas redes de comunicação móveis, surgiu originalmente a partir de redes de comunicação

descentralizadas. Contudo, conforme a internet se expandia para se tornar o principal meio de comunicação da era digital, as grandes corporações passaram a dominar o seu negócio, e as companhias de telecomunicação globais moldaram as plataformas móveis de comunicação (Castells, 2019, p.30).

Em tempo de redes digitais, o principal formato institucional de comunicação é representado por conglomerados de multimídias globais, que unem diferentes formas comunicacionais no mesmo conjunto organizacional; para elevar assim a concorrência e produzir um ambiente empresarial em escala gradual “oligopolista (...)”. Isto é, um grupo de empresas representa a maior parte do mercado comunicacional, o que possibilita a centralização das informações, do controle e da dominação dos meios digitais (Castells, 2019, p.30).

Os dados do Reuters *Institute Digital News Report 2019*¹ demonstram que 87% dos brasileiros entrevistados utilizam a Internet (incluindo redes sociais) como fonte de notícias. Enquanto isso, 73% preferem a televisão, 64% optam pelos sites de redes sociais e 27% usam mídia impressa.









Fonte: *Digital News Report 2019*.

¹Reuters Institute Digital News Report 2019. [Em linha]. Disponível em <reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_1.pdf> [Consultado em 08/02/2020].

Segundo a pesquisa, o *online* e a televisão são os principais meios de consumo de notícias no Brasil. De 2013 até 2019, houve um aumento do número de notícias nos sites de rede social. Assim, o *Facebook* foi considerado por 54% como principal fonte de notícias. Em segundo lugar, ficou o *WhatsApp*, com 53%. Já o *YouTube* ficou com 42%. Confira lista completa abaixo.

Principais redes sociais e mensagens

TOP SOCIAL MEDIA AND MESSAGING			
Rank	Brand	For News	For All
	1 Facebook	54% (+2)	76%
	2 WhatsApp	53% (+5)	84%
	3 YouTube	42% (+8)	80%
	4 Instagram	26% (+10)	54%
	5 Facebook Messenger	15% (+5)	44%
	6 Twitter	15% (+1)	28%

Fonte: *Digital News Report 2019*.

Segundo pesquisa do *Reuters Institute Digital News Report 2020*², no auge da pandemia (Covid-19), as notícias na mídia foram reconhecidas por 60% da população, de todos os países pesquisados, como um bom trabalho ao ajudar pessoas comuns a compreender a extensão da crise.

Também foi considerado por 65% das pessoas que a mídia esclareceu como agir para aliviar o impacto da pandemia. O Instituto *Reuters* lembra que alguns veículos de comunicação foram, primeiramente, acusados de sensacionalistas.

²Reuters Institute Digital News Report 2020. [Em linha]. Disponível em <reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf> [Consultado em 24/09/2020].

A pesquisa também mostrou que 32% considera que a mídia exagerou sobre a gravidade da pandemia, embora a preocupação tenha sido maior nos Estados Unidos (38%) e na Argentina (41%), e entre aqueles que desconfiam da mídia.

Nesta perspectiva, enquanto vários pesquisadores discutem as transformações digitais e seus resultados na sociedade, mais as tecnologias avançam e influenciam a forma de se comunicar e de buscar informações. São desafios impostos pelo novo sistema de comunicação do mundo digitalizado.

Crary (2016) reconhece que é devido à infinidade de “(...) conteúdo acessível 24/7”, que, de maneira ininterrupta, sempre “haverá *online* algo mais informativo, surpreendente, engraçado, divertido, impressionante” do que qualquer outra coisa que demonstre condições imediatas da realidade. O autor considera que, na atualidade, realmente há tempo livre para informações ou “imagem triunfa” (representações) — ou “leva vantagem — sobre qualquer comunicação ou exploração de ideias em escala humana” (Crary, 2016, p. 68).

Assim, observa-se que além de buscar alguma atividade que tenha facilidade de absorver o conteúdo, o indivíduo procura algo em que o acesso seja realizado a qualquer momento — sem que isso provoque a sensação de perda de tempo.

No final da década de 90, quando o Google era uma empresa privada e com menos de um ano, Eric Schmidt — antes de ser presidente (cargo ocupado até dezembro de 2017) — já previa o cenário no qual a empresa prosperaria. Schmidt dissera que o século XXI seria considerado sinônimo do que nomeou “(...) economia da atenção”, e, ainda, afirmara que as corporações globais influentes seriam aquelas que conseguissem impulsionar e atrair o maior número de “globos oculares” (Crary, 2016, pp. 84-85).

O cenário evolutivo da área digital apresentado nos últimos anos comprova que a visão de Schmidt se concretizou de forma rápida. Hoje, o ambiente digital movimenta a

economia mundial. O mercado de publicidade *online* alcançou cerca de US\$ 235 milhões, segundo um estudo realizado pelo *Global Desinformation Index* (GDI) 2019³.

Os resultados dos estudos apontam que essa é a receita estimada de 20 mil sites classificados como divulgadores de desinformação. Os dados da organização, que acompanham o alcance e os efeitos da desinformação, em nível mundial, foram divulgados em setembro de 2019.

Nota-se que cada vez mais há formas de disputas de informações nas plataformas digitais, além de várias maneiras de impulsionar e atrair os “globos oculares” ou usuários — sempre em busca de novidades na rede. Prontamente, eles são atendidos com conteúdo, que passa a ideia de gratuidade. Conforme o próprio Schmidt dissera, é a era da “economia da atenção”, onde ter mais engajamento gera visibilidade, consequentemente mais economia para as grandes corporações (Crary, 2016, pp. 84-85).

A intensa disputa da própria concorrência no cotidiano para acessar e controlar até as horas de vigília de um indivíduo, é consequência da grande desconformidade entre “(...) os limites humanos, temporais, e a quase infinita quantidade de “conteúdo” à venda”. Mas, o êxito corporativo também será ajustado pela “quantidade de informação que pode ser extraída, acumulada e utilizada para prever e modificar o comportamento” de qualquer pessoa com “identidade digital” (Crary, 2016, p. 85).

Na medida em que a oportunidade de transações eletrônicas de todo tipo se torna onipresente, desaparecem os vestígios do que costumava ser a vida cotidiana livre de intrusões corporativas. A economia da atenção dissolve a distinção entre pessoal e o profissional, entre entretenimento e informação, desbancados por uma funcionalidade compulsória de comunicação inerente e inexoravelmente 24/7 (...) (Crary, 2016, p. 85).

Isto é, para Crary (2016, p.85), o grande avanço das tecnologias da comunicação, onde a troca de informações ocorre incessantemente, as pessoas deixam de perceber indícios de

³ Global Desinformation Index (GDI) 2019. [Em linha]. Disponível em <www.disinformationindex.org/wp-content/uploads/2019/09/GDI_Ad-tech_Report_Screen_AW16.pdf> [Consultado em 19/02/2020].

que a vida, a princípio, era independente de “intrusões corporativistas”. O que significava que, anteriormente, o cotidiano dos indivíduos se tornava mais independente dessas invasões realizadas através de computadores e dispositivos, que têm a finalidade de captar a atenção dos usuários constantemente.

Com o crescimento da Internet, os meios de comunicação estão passando por mudanças. Apesar das organizações jornalísticas continuarem sendo “(...) uma parte importante e integral da sociedade”, vários de seus produtos no formato atual, vão desaparecer. Aqueles que “sobreviverem terão de adaptar seus objetivos, métodos e estruturas para acompanhar as demandas em transformação do novo público global” (Cohen, Schmidt, 2013, p. 57).

O papel dos meios de comunicação tradicionais será em grande parte o de agregador, guardião e verificador, um filtro de credibilidade que separa de toda essa gama de dados e destaca o que merece e o que não merece ser lido, compreendido e confiado. Em particular para a elite — líderes empresariais, estrategistas políticos e intelectuais que contam com a mídia estabelecida —, a validação será crucial, assim como a capacidade desses meios de prover análises convincentes (...) (Cohen, Schmidt, 2013, p.58).

Na atualidade, são muitos os desafios para os veículos de comunicação. Neste momento de grande crescimento das plataformas digitais, a imprensa tradicional terá de encontrar formas de unificar o alcance dessas “novas vozes globais”. Devido ao crescimento das ferramentas tecnológicas, “o ideal seria que o negócio do jornalismo se tornasse menos extrativo e mais colaborativo (...)”. Dessa maneira, os receptores das notícias teriam participação ativa, contribuindo com informações. Assim, o jornalista evitaria a concentração de informações e, além disso, estimularia ainda mais o engajamento daqueles interessados em se informar (Cohen, Schmidt, 2013, p. 58).

O avanço da Internet anuncia desafios que vão além do jornalismo. Como confirmam Cohen e Schmidt (2013):

A expansão da conectividade promete mais do que apenas desafios para os veículos de comunicação; ela oferece novas possibilidades para o papel da mídia de um modo geral, em particular em países onde a imprensa não é livre. Uma razão pela qual autoridades corruptas, criminosos poderosos e outras forças do mal na sociedade podem continuar agindo sem medo de perseguição é que eles controlam fontes de informação locais, seja de forma direta, como proprietários e editores, ou indireta, por meio de assédio, suborno, intimidação e violência (...) (Cohen, Schmidt, 2013, p. 61).

Enquanto as ferramentas tecnológicas apresentam novidades, para atrair cada vez mais usuários, por outro lado, o jornalismo busca resistir ao desafio de apresentar a realidade dos fatos para a sociedade, através da investigação.

O quotidiano da actividade jornalística é muitas vezes repetitivo, ao ponto de o seu sentido profundo não ser visível à primeira vista. Aí está a investigação para o revelar. Reparou-se, em determinado número, no arranjo de uma praça, noutro número, no alargamento de uma rua, noutro ainda numa polémica sobre o barulho num determinado bairro? Acontece (talvez) que todos estes factos procedem de maneira mais geral de uma política urbanística. Esta pode ser objecto de diversas apreciações, que uma investigação permitirá apresentar (Mouriquand , 1990, p. 10).

Desta maneira, o dia a dia da atividade jornalística é rotineiro, o que leva ao ponto de o seu “sentido profundo” não ser, inicialmente, aparente. Portanto, nesse caso entra a investigação para revelar o que ainda não está evidente. Será nos pequenos detalhes do cotidiano jornalístico em que o processo de investigação é constituído. Nesta etapa, o profissional de imprensa busca mostrar a realidade urbana de um lugar e, de uma maneira geral, seus eventos (Mouriquand, 1990, p. 10).

Neste sentido, o jornalismo vai além de construir notícias. Um fato, aparentemente comum, pode ser aprofundado através da investigação jornalística.

Com visão ampla sobre diferentes possibilidades de um mesmo acontecimento, o jornalista tem percepção aguçada para verificar as ocorrências do cotidiano.

(...) A vida é mais subtil e o bom jornalista deve saber mostrar as zonas cinzentas. A investigação não é uma caça às contradições radicais. Ela está atenta a todos os matizes e põe em perspectiva os acontecimentos (Mouriquand, 1990, p. 10).

Mas deverá haver prudência por parte do jornalista, pois “corre-se o risco de escorregar para o abstracto, de se colocar tão acima que se desligue da realidade do leitor”, de desejar expor “uma verdadeira tese” ao intencionar mostrar “uma inteligência acima da média” (Mouriquand, 1990, p.10).

A investigação, pelo contrário, alimenta-se de factos concretos. O seu mérito é aproximá-los, confrontá-los e abrir assim caminho para uma nova compreensão da situação. Aliás, as grandes investigações que alimentam a mitologia já evocada incidiam sobre pormenores dissecados sob todos os ângulos (...) (Mouriquand, 1990, p. 10).

A opinião do jornalista se faz desnecessária, pois a sua investigação não se define como comentário ou editorial. Embora, evidentemente, o trabalho investigativo só ocorra a partir de uma profunda convicção desse profissional sobre o acontecimento (Mouriquand, 1990, p. 11).

É a parte inevitável da subjectividade de todo e qualquer escrito. Mas a opinião do jornalista não prova nada. Factos, factos, factos! A investigação é uma corrida aos factos que vão permitir ao leitor compreender. Inevitavelmente que, da sua caça, o investigador vai reproduzir esses elementos mais qualitativos que são as opiniões e que serão o molho desse prato, que é a investigação, cujos factos serão a carne (Mouriquand, 1990, p. 11).

Nesta perspectiva, o jornalismo investigativo se mostra como uma maneira de se aprofundar nos acontecimentos. Por conseguinte, uma oportunidade para entender melhor os fatos. O resultado da dedicação do jornalista, no decorrer da investigação das

ocorrências, é um conteúdo que tem fácil compreensão para aqueles que buscam se atualizar cotidianamente.

Conforme Sousa (2002, p.8), os meios de comunicação são fundamentais para manter “as pessoas, os grupos, as organizações e a sociedade em geral” informados e, ainda, “receberem orientações relevantes para a vida cotidiana”. Sendo assim:

Quanto mais uma sociedade está sujeita à instabilidade ou à mudança, mais as pessoas, os grupos e as organizações dependem da comunicação social para compreenderem o que acontece, receberem orientações e saberem como agir (Sousa, 2002, p. 8).

Na contemporaneidade, os desafios que permeiam o jornalismo são muitos, principalmente, com o crescimento da Internet e o surgimento de novas tecnologias. A qualidade da informação depende de elementos como disponibilidade para investigar os fatos, o uso de técnicas adequadas para produzir o conteúdo e o acompanhamento das informações. Além disso, agora há um elemento ainda mais desafiante, que é combater à desinformação.

1.2 O fenômeno titulado *fake News*

Com as transformações tecnológicas e com as informações em tempo real, tem se destacado nos últimos anos, um fenômeno titulado *fake news*⁴ — termo em inglês que significa “notícias falsas”. Embora a desinformação seja um tema em destaque, a propagação de informações falsas não é recente. Na primeira Guerra Mundial⁵ esta prática já era usada como forma de desestabilizar o público e moldar a opinião pública.

⁴Collins English Dictionary. [Em linha]. Disponível em <www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> [Consultado em 26/02/2020].

⁵First Draft News (2017). *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem* [Em linha]. Disponível em <www.firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf?x72166> [Consultado em 10/01/2020].

A manipulação das informações sempre foi uma “arma política” como forma de manipular as massas (Léna, 2021, entrevista)⁶.

Os regimes autoritários como a Alemanha nazista ou a ex União Soviética se aproveitaram dos novos meios de comunicação (rádio, cinema e depois TV) para expandir a prática, que foi institucionalizada (agências de (des)informação de Estado). Se chamava “propaganda” e existiram até ministérios da propaganda. Nas democracias (embora a democracia seja sempre imperfeita) a Constituição garante a liberdade de informação (Léna, 2021, entrevista).

Diante desse cenário de desinformação, considera-se como importante o trabalho do jornalismo de investigar e mostrar “eventuais abusos de poder (do Estado e também de grupos econômicos ou outros)”. A democracia permite aos cidadãos a se “organizar e formar grupos e contrapoderes” para discutir as versões oficiais, entre outras situações. Nessa linha de raciocínio, “a informação se encontra assim no centro de jogos de poder (...)” (Léna, 2021, entrevista).

O relatório do OberCom (2018)⁷ avalia que o termo *fake news* se popularizou em 2016, no período das eleições nos Estados Unidos. Na ocasião, o então candidato Donald Trump, ex-presidente, utilizou a expressão para justificar seus discursos, antes de sua candidatura. Além das polêmicas sobre desinformação em torno da campanha de Donald Trump, outro evento que contribuiu para popularizar o termo *fake news* foi o *Brexit* — a saída do Reino Unido da União Européia. Como aponta o relatório da OberCom, esses dois acontecimentos foram em grande parte responsáveis pela força das expressões: *fake news* e pós-verdade.

⁶Léna, Philippe. Professor e pesquisador. Entrevista concedida à autora, por e-mail, em 18 de maio de 2021. Conferir em Apêndice 1.

⁷ OberCom (2018). *As fake news numa sociedade pós-verdade*. [Em linha]. Disponível em <www.obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf> [Consultado em 12/01/2020].

Um fator que motiva e contribui para as *fake news* é a “dimensão econômica das instituições jornalísticas ou outras”, sobretudo aquelas inscritas em “modelo comercializável na internet” com base em anúncios. Porém, isso não é apenas o motivo para estimular a desinformação. Dentre outros motivos, “a própria falta de rigor na seleção de informações fidedignas a circularem em rede”, além dos “interesses políticos e ideológicos”, que geram e difundem informação que, de alguma forma, atenda aos seus benefícios (...) (OberCom, 2018).

A discussão das *fake news* se espalha e atinge dimensões como “confiança e ideologia política”, elementos considerados fundamentais para ampliar a compreensão sobre os motivos que levam à proliferação e ao compartilhamento da desinformação. Portanto, uma das questões essenciais para combater isso, também considerada antidemocrática, aparentemente é a de obter confiança, no sentido de “restaurar e reforçar a confiança nas instituições da sociedade democrática”, de modo que se possa combater, de forma indireta, a inclinação que causa a depreciação dos conhecimentos constituídos. A falta de confiança nas instituições, o que necessariamente não está relacionada com a ausência do pensamento crítico em relação a elas, “promove uma maior descredibilização acerca das informações por elas produzidas ou disseminadas”. Exemplificando politicamente: se os indivíduos não sentem confiança em determinado governante, estão predispostos a considerar como falso o conteúdo discursivo dele. Isso também poderá ocorrer com as organizações jornalísticas, na qual as notícias produzidas e divulgadas oficialmente não consigam alcançar “tanta legitimidade pública como poderiam ter”. Assim, conseguirá alcançar “numa menor distinção entre o que se revela menos ou mais verdadeiro (...) (OberCom, 2018).

Os jornais *The New York Times*⁸ e *The Guardian* publicaram, no ano de 2018, uma denúncia sobre o uso, sem autorização, de dados de mais de 50 milhões de usuários da rede social *Facebook*, pela *Cambridge Analytica* para fazer propaganda do republicano Donald Trump.

⁸Confessore, N. (2018). Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. [Em linha]. Disponível em <www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html> Consultado em [10/05/2020].

A denúncia apontava que a empresa americana teria acessado, indevidamente, informações privilegiadas, ao lançar um aplicativo de teste psicológico no *Facebook*. Desta forma, os usuários dessa rede social foram atraídos a participar do teste. Assim, teriam transferido, de maneira involuntária, seus dados à *Cambridge Analytica*, incluindo informações sobre seus amigos do perfil. Conforme a denúncia, o objetivo dessa captação de dados pessoais na rede social seria usar essas informações para definir perfis e, assim, direcionar a propaganda de campanha de Donald Trump. Posteriormente à denúncia dos jornais, o republicano foi acusado de produzir e divulgar notícias falsas.

No Brasil, a expressão *fake news* teve força após a disputa eleitoral para presidente em 2018. Governantes tanto do Brasil quanto de vários países utilizam estratégias da desinformação, como maneira de se beneficiar, para assim “governar e aplicar medidas que vão de encontro aos interesses das maiorias sociais” (Martins, et al., 2020, p.2).

Suas teses, ainda que contrariem não apenas o bom senso, mas também a comprovação científica e mesmo a experiência da realidade vivida, ganham adesão nas redes e nas ruas. O debate público, nessas circunstâncias, tangencia o limite do inviável. Muros parecem ter sido erguidos dentro dos grupos mais íntimos, como famílias e turmas de colégio ou trabalho. A reescrita da história nos obriga a voltar frequentemente ao passado, tanto para evitar o apagamento ou a distorção dos fatos quanto para disputar o futuro. Afinal, não há como pensá-lo se não soubermos coletivamente de onde partimos. (Martins, et al., 2020, p.2).

Em julho de 2020, o *Facebook*⁹ removeu dezenas de páginas e contas falsas, após investigar perfis que apresentavam “comportamentos inautênticos”. No Brasil, foram removidas 33 contas do *Facebook*, 14 páginas, 1 grupo, além de 37 contas do *Instagram*. Segundo comunicado no site da rede social, os grupos usavam contas duplicadas e falsas, ou seja, criavam perfis fictícios — muitas vezes se passando por

⁹ Gleicher, N. (2020). Removing Coordinated Inauthentic Behavior. [Em linha]. Disponível em <www.about.fb.com/news/2020/07/removing-political-coordinated-inauthentic-behavior/> [Consultado em 24/09/2020].

repórteres — postavam conteúdo e gerenciavam páginas como se fizessem parte de veículos de notícias. De acordo com o *Facebook*, esses perfis falsos divulgavam informações sobre eventos locais, incluindo algumas sobre política interna, críticas à oposição política, organizações de mídia e jornalistas. Pouco tempo antes da remoção também postaram sobre a pandemia (Covid-19). De acordo com a empresa, outras publicações desses perfis já tinham sido removidas, por violar os padrões da comunidade — inclusive porque incitava ao discurso de ódio.

O *Facebook*¹⁰, na busca de combater perfis falsos e tipos de contas, supostamente enganosas, criou um conjunto de padrões, alertando sobre a maneira de participar da rede social, seguindo suas regras. Uma forma de combater a criação de perfis falsos que desrespeitam a política da empresa e atuam com a disseminação de conteúdo falso.

No relatório do Conselho Europeu *Information Disorder (2017)*¹¹ Wardle e Derakhshan definiram três expressões para nomear “notícias falsas”. Na análise dos autores, uma das classificações da desinformação é *misinformation*, que pode-se explicar como uma informação falsa disseminada inadvertidamente; *disinformation*, quando uma informação falsa é criada e compartilhada com intenção de gerar prejuízos. Por último, “*malinformation*” é compartilhada com intenção de prejudicar. Estas definições são uma forma de evitar o uso do termo *fake news*, que conforme descrito nesse relatório, além de ser considerado inadequado para descrever os fenômenos da poluição da informação, esse termo *fake news* é usado por políticos para descrever organizações de notícias, cujas publicações não são consideradas agradáveis por eles.

Na atualidade, com a velocidade e o grande volume de notícias, é um desafio filtrar informações. No cenário político, tem sido ainda mais desafiante, pois além das *fake news* publicadas e compartilhadas na Internet, existe um grande apelo pelas emoções e pelas crenças dos indivíduos.

¹⁰ Facebook. [Em linha].

Disponível em <www.facebook.com/communitystandards/introduction> [Consultado em 10/04/2020].

¹¹ Derakhshan, H.; Wardle, C. (2017). Information disorder. [Em linha]. Disponível em <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>> [Consultado em 15/04/2020].

1.3 A influência da pós-verdade na busca da informação

Em 2016, o Dicionário Oxford¹² escolheu “pós-verdade” ou “*post-truth*” em inglês como a palavra do ano. A escolha se deu, principalmente, devido aos reflexos dos noticiários sobre casos como o referendo da União Europeia no Reino Unido (*Brexit*) e a eleição dos Estados Unidos. Esses dois eventos, que repercutiram mundialmente, foram fundamentais para que o dicionário britânico adotasse o reconhecimento dessa expressão.

Segundo o Dicionário *Oxford*, a expressão “pós-verdade” é uma elucidação da extensão do significado do prefixo “pós” — no lugar de se referir ao tempo “após” em determinado acontecimento ou algo específico. Neste contexto, a “pós-verdade” remete à opinião do público, que recusa a verdade, ao ceder tanto aos apelos e convicções pessoais quanto aos emocionais.

O *Cambridge Dictionary*¹³ define que a palavra “pós-verdade” está relacionada à uma situação em que as pessoas são mais propensas a aceitar um argumento baseado em suas emoções e crenças, em vez de se basear em fatos.

Agamben (2013, p. 64) considera que “(...) contemporâneo” é quem vê o “escuro do seu tempo como algo que lhe concerne e não cessa de interpretá-lo, algo que, mais do que toda luz, dirige-se direta e singularmente a ele”, ou seja, viver a atualidade é manter fixo o olhar no seu tempo, para perceber não apenas as luzes, mas também o escuro.

Perceber no escuro do presente essa luz que procura nos alcançar e não pode fazê-lo, isso significa ser contemporâneo. Por isso os contemporâneos são raros. E por isso ser contemporâneo é, antes de tudo, uma questão de coragem: porque significa ser capaz não apenas de manter fixo o olhar no

¹²Oxford Dictionaries. [Em linha]. Disponível em <www.languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> [Consultado em 30/10/2019].

¹³Cambridge Dictionary. [Em linha]. Disponível em <dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/post-truth> Consultado em [29/10/2019].

escuro da época, mas também de perceber nesse escuro uma luz que, dirigida para nós, distancia-se definitivamente de nós. Ou ainda: ser pontual num compromisso ao qual se pode apenas faltar (Agamben, 2013, p. 65).

Para Agamben (2013), portanto, ser contemporâneo é um ato de coragem, pois significa ter a capacidade, de não somente fixar na escuridão do momento, mas ao mesmo tempo entender nessa escuridão uma claridade — que apontada para nós — afasta-se absolutamente de nós.

No caso da pós-verdade, é preciso saber como esse fenômeno atua e qual o motivo que nos leva, muitas vezes, ao contentamento mais que o próprio “discurso da verdade”. A pós-verdade está sempre se distanciando de “qualquer debate ou argumentação”. Para isso, é usada estrutura simples e infalível, utilizada, anteriormente, pelos filósofos sofistas na Grécia Antiga. Em suma, a pós-verdade diminui “o discurso da verdade à palavra (subjetividade) do portador do discurso, fazendo desse discurso uma opinião entre outras”. Assim, nota-se que o termo pós-verdade é novo, porém os métodos usados se mostram antigos (Léna, 2021, entrevista).

Hoje, não se busca discutir se as pessoas têm, em apenas um clique, acesso a mais informações do que os sábios da “Antiguidade ou da Modernidade”. Atualmente, há “milhões de informações mais do que tiveram Sócrates, Santo Agostinho, Galileu, Newton, Kant, Darwin, Einstein, Freud ou Wittgenstein, talvez o último dos filósofos”. Agora, há uma discussão, mas busca-se discutir sobre “a qualidade das informações. Não de todas, mas de pelo menos boa parte delas” (Costa, 2018, p.9).

Gasta-se energia na discussão como se a humanidade nunca houvesse convivido com informações erradas. Como se a humanidade nunca tivesse lidado com boatos. Como se os humanos nunca tivessem inventado mentiras (...) (Costa, 2018, p.9).

Assim, percebe-se que os boatos sempre fizeram parte da vida dos indivíduos e que, atualmente, há mais atenção voltada ao debate sobre a qualidade da informação do que a quantidade.

A pós-verdade trouxe a possibilidade de “diferentes reflexões” em relação ao exercício de produzir jornalismo, sobretudo, em relação à confiabilidade e à veracidade do conteúdo jornalístico perante “as inúmeras versões, opiniões e notícias falsas disponíveis nas redes sociais” (Santos, 2018, p. 44).

Diante do fenômeno pós-verdade, “o ato de repensar a credibilidade e os parâmetros profissionais para avaliar dados, fatos e eventos” são fundamentais para que o jornalismo continue sobrevivendo e, além disso, torne-se imprescindível “a discussão” sobre a forma de produzir jornalismo. Isso também inclui a fase da “investigação e opinião dos fatos” (Santos, 2018, p. 45).

Perder “a influência dos factos” leva a uma deteriorização das “convicções cívicas” como também a uma corrosão dos princípios que serviam de alicerce a “autoridade do discurso jornalístico” (Barroso, Estrada, 2018, p. 306. apud Pacheco Pereira, 2017).

O desejo transforma-se numa espécie de verdade provisória de acordo com expectativas e conveniências. O acto de negar a verdade tornou-se tão relevante como o seu contrário. Defender a verdade e demonstrar que esta é *pathos* da notícia não é agora indispensável. Numa espécie de miscelânea, as notícias tanto podem ser “verdadeiras” como “falsas”, e instala-se uma considerável indiferença. Desde que existam “notícias”, as especulações das redes sociais estão garantidas, com a sua lógica derivativa e a sua expansão metonímica, onde brotam justicialismos de cunho populista. A perversa confusão entre “jornalismo e comunicação” ameaça uma prática já de si fragilizada por estrangulamentos económicos e por uma ausência de investidores numa mercadoria informativa que não é rentável, ao contrário da comunicação, que é tendencialmente espectacular, animada e agressiva e polémica, logo atrai dinheiro (Barroso, Estrada, 2018 p. 306, apud Pacheco Pereira 2017).

Na contemporaneidade, com a velocidade e o imenso volume de informações nas mídias digitais, tem sido cada vez mais desafiante selecionar informações relevantes. Sendo assim, mostra-se importante discutir a qualidade das informações, sobretudo,

saber distinguir o que realmente é notícia. Por outro lado, em meios aos termos *fake news* e pós-verdade, há uma enorme dificuldade para distinguir o que é verdade ou mentira.

1.4 Percepção e realidade dos fatos no ambiente virtual

Ser completamente livre ou “libertar-se” significa livrar-se de “algum tipo de grilão”, que bloqueia ou “impede os movimentos; começar a sentir-se livre para se mover ou agir” (Bauman, 2001, p.26). A liberdade, em seu sentido mais amplo, constitui-se em:

“Sentir-se livre” significa não experimentar dificuldade, obstáculo, resistência ou qualquer outro impedimento aos movimentos pretendidos ou cabíveis. Como observou Arthur Schopenhauer, a “realidade” é criada pelo ato de querer; é a teimosia indiferença do mundo em relação à minha intenção, a relutância do mundo em se submeter à minha vontade, que resulta na percepção do mundo como “real”, constrangedor, limitante e desobediente (Bauman, 2001, p.26).

Assim sendo, o sentimento de ser livre sob as barreiras, com liberdade para agir conforme as aspirações significa alcançar a estabilidade entre:

Sentir-se livre das limitações, livre para agir conforme os desejos, significa atingir o equilíbrio entre os desejos, a imaginação e a capacidade de agir: sentimo-nos livres na medida em que a imaginação não vai mais longe que nossos desejos e que nem uma nem os outros ultrapassam nossa capacidade de agir. O equilíbrio pode, portanto, ser alcançado e mantido de duas maneiras diferentes: ou reduzindo os desejos e/ou a imaginação, ou ampliando nossa capacidade de ação. Uma vez alcançado o equilíbrio, e enquanto ele se mantiver, “libertação” é um slogan sem sentido, pois falta-lhe força motivacional (Bauman, 2001, p.26).

Bauman (2001) considera que há duas maneiras que podem possibilitar o alcance do equilíbrio, que seria nesse caso uma diminuição dos desejos ou a ampliação da nossa

habilidade de agir. Ao atingir o equilíbrio e, manter-se assim, a busca pela “libertação” passa a não ser necessária, pois falta algo maior, como a motivação.

A distinção entre liberdade “subjetiva” e “objetiva” abriu uma genuína caixa de Pandora de questões embaraçosas como “fenômeno versus essência” — de significação filosófica variada, mas no todo considerável, e de importância política potencialmente enorme. Uma dessas questões é a possibilidade de que o que se sente como liberdade não seja de fato liberdade; que as pessoas poderem estar satisfeitas com o que lhes cabe mesmo que o que lhes cabe esteja longe de ser “objetivamente” satisfatório; que, vivendo na escravidão, se sintam livres e, portanto, não experimentem a necessidade de se libertar, e assim percam a chance de se tornar genuinamente livres (...) (Bauman, 2001, p.27).

Um dos assuntos que merece questionamento é a probabilidade de que o sentimento de liberdade possa ser apenas uma sensação — sentimento não condizente com o real. Em outras palavras, o indivíduo pode sentir satisfação com o que lhe é apresentado, mas isso não o leva de fato ao “objetivamente” suficiente. Ou seja, pode haver a sensação de liberdade sem realmente ser livre. Assim, muitos não encontrarão a necessidade de realmente experimentar o verdadeiro sentido da liberdade — perdendo a chance de viver a experiência de ser “genuinamente livres” (Bauman, 2001, p. 27).

Desta maneira, a facilidade de comunicação e interação, através das mídias digitais, transmite aos indivíduos a ideia de que há liberdade de expressão e a possibilidade de debater, democraticamente, questões da atualidade. No entanto, há barreiras que impedem o homem de perceber a realidade e experimentar a própria liberdade.

A tecnologia trouxe, sutilmente, novas maneiras de manipular o homem, manipulação esta que é exercida sobre as coisas — o que resulta no domínio de indivíduos por meio de técnicas de manipulação. Desse modo, “fazem-se máquinas a serviço do homem e põem-se homens a serviço das máquinas”. Nesta situação, enfim, percebe-se como “o homem é manipulado pela máquina e para ela, que manipula as coisas a fim de libertá-lo” (Morin, 2019, p. 109).

Agora, passemos a outro nível: vejo a infiltração da técnica na epistemologia de nossa sociedade e de nossa civilização, no sentido em que é a lógica das máquinas artificiais que se aplica cada vez mais às nossas vidas e sociedade. Justamente aqui reside a origem da nova manipulação. Em outras palavras, não aplicamos os esquemas tecnológicos apenas ao trabalho manual ou mesmo à máquina artificial, mas também às nossas próprias concepções de sociedade, vida e homem (...) (Morin, 2019, pp. 109).

Esta perspectiva faz refletir sobre o avanço da tecnologia e a dominação da sociedade, através dos processos de manipulação. Neste caso, o indivíduo se deixa, inconscientemente, ser subordinado às novas ferramentas digitais e, ao em vez de usá-las, de forma consciente em seu próprio benefício, acaba sendo governado pelas próprias ferramentas tecnológicas. Com isso, perde a oportunidade de viver de forma consciente — com capacidade de reconhecer e utilizar seu próprio potencial, discernindo a realidade dos acontecimentos cotidianos.

Nesse meio altamente veloz devido às diferentes tecnologias, a velocidade envolve além da circulação de “objetos e mercadorias”, abrange uma movimentação dinâmica (Moraes, 2016, p. 185).

A velocidade não envolve apenas a circulação de objetos e mercadorias; um turbilhão de informações, imagens, sons e dados atravessa nossas retinas, graças a tecnologias digitais, circuitos infoeletrônicos e ambientes virtuais que se renovam sem parar. Esse turbilhão ora nos convence de que somos privilegiados pela abundância e pelo acesso a opções simultâneas, ora nos atordoa com a impressão de que jamais conseguiremos reter uma ínfima parte do dilúvio de estímulos e ofertas. Tudo é perturbadoramente excessivo, apressado e imediato (Moraes, 2016, p. 185).

Em outras palavras, no ambiente virtual — onde os processos de criação e publicação são renovados sem interrupção — somos levados ou ao convencimento de que temos privilégios pelos recursos rápidos e abrangentes nas plataformas digitais, ou nos

sentimos confusos ao perceber que não temos a capacidade de absorver o mínimo, de uma quantidade imensa, de “estímulos e ofertas” (Moraes, 2016, p. 185).

Nas plataformas digitais, tudo acontece de forma maçante, excessiva, rápida e imediata, de modo que, muitas vezes, falta tempo para pensar e escolher participar ou não:

Qualquer atraso nos processos que nos enlaçam (muitas vezes sem intervalos que nos permitam escolher racionalmente entre participar deles ou não) pode implicar um curto-circuito com a realidade, ou revelar incapacidade de antecipar-nos ao futuro fugaz. Dizem-nos que assim deve ser porque desfrutamos da conectividade constante — e não se confunda constante com definitivo, porque “nada vai durar para sempre” em um tempo de obsolescência programada e desejos instáveis. Os planejamentos de longo prazo perderam vigência; os projetos, eventos e atividades sobrevivem em períodos predeterminados, geralmente curtos em função da escassez de atenção e da substituição programada, ou são encurtados quando não suportam o peso de audiências voláteis e prejuízos corrosivos (Moraes, 2016, p. 185).

Neste cenário, quando os indivíduos estão afastados do ambiente virtual e, portanto desatualizados, podem ter a sensação de incapacidade por não conhecer a realidade ou por não conseguir prever o futuro efêmero. Isso pode levar ao “curto-circuito”, citado por Moraes (2016, p. 185).

Capítulo II – As agências de checagem como resposta jornalística às *fake news*

2.1 Criação do serviço de checagem das potenciais *fake news*

As agências de checagem foram criadas em meio aos desafios, impostos pela rapidez e simultaneidade da comunicação na Internet. Dados analisados pelo Laboratório de Repórteres da Duke (2020)¹⁴ apontam que o número de verificadores de fatos ativos vem crescendo, mundialmente. Em 2020, passou de 300, ou seja, 100 a mais do que o resultado analisado pelo instituto no ano anterior.

Segundo Luther e Stencel (2020), do Laboratório de Repórteres da Duke, parte desse aumento de verificadores de fatos ocorreu devido à eleição realizada em 2020 nos Estados Unidos. Essa análise tem como referência o banco de dados global e o mapa do Lab, que localizaram 58 projetos de checadores de fatos, apenas no país americano. É um número expressivo por ser mais que o dobro, em comparação aos outros países. Na realidade, conforme os próprios dados apresentam — no total, são 304 verificadores em 84 países — até o período da divulgação da pesquisa representa quase um quinto do total mundial.

No entanto, apesar desses estudos, para Luther e Stencel (2020) os Estados Unidos (EUA) não são os responsáveis por impulsionar o aumento global de checadores. Para eles, a última eleição presidencial do país (2020), sinalizou como alerta sobre as consequências geradas pela desinformação, sobretudo nas redes sociais. Porém, o cenário preocupante não é somente na América, lembram Luther e Stencel. O tema tem chamado atenção no Reino Unido, desde a votação do *Brexit* em 2016 até o surgimento da pandemia do coronavírus, no início de 2020.

Apesar do *fact-checking* ser atualmente identificado como “uma atividade independente”, constantemente fez parte do “ethos jornalístico” e das técnicas do

¹⁴ Luther, J.; Stencel, M. (2020). Fact-checking count tops 300 for the first time. [Em linha]. Disponível em <<https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>> [Consultado em 05/02/2021].

jornalismo. Uma das práticas jornalísticas que fez o jornalismo se estabilizar socialmente e, coincidentemente, se assimila ao trabalho de checagem, é um constante esforço em separar o que é real e falso (...). Outro elemento é que o *fact-checking* é redundante perante o jornalismo tradicional, tendo em vista que a investigação é fundamental para “qualquer narrativa noticiosa de qualidade”. No entanto, devido aos desafios atuais, a “polarização social, política e econômica”, sobre “estruturas jornalísticas” obrigam a redobrar-se a atenção “à veracidade da informação” que se espalha rapidamente (OberCom,2020)¹⁵.

Devido à polarização e ao relativismo da factualidade do jornalismo com suas táticas, “(...) houve reconfigurações significativas ao nível do poder associado à capacidade de gerar confiança em conteúdos noticiosos”. As agências de notícias sempre foram “meta-referências” no jornalismo em termos de autoridade e credibilidade. Dessa forma, a manutenção desse “capital simbólico” só será possível por meio da inovação. Em um cenário como o atual, em que a maioria das marcas noticiosas busca sobrevivência, através de mudanças em mercados cada vez mais saturados, as agências de notícias também tentam consolidar o seu “papel no jornalismo contemporâneo”. Dessa maneira, a verificação de fatos ou *fact-checking* pode ser fundamental para essa finalidade (OberCom, 2020).

2.2 Surgimento das agências de checagem

As agências de monitoramento ou *fact-checking* se dedicam exclusivamente à verificação de informações. Em 2003, o jornalista americano Brooks Jackson lançou o *FactChecking.org*,¹⁶ primeiro site de checagem nos Estados Unidos. Uma iniciativa independente, que inspirou a criação de outras agências, como a *PolitiFact*, criada em 2007¹⁷.

¹⁵OberCom (2020). *Agências de notícias e fact-checking*. [Em linha]. Disponível em <obercom.pt/wp-content/uploads/2020/11/Agencias_factchecking_Nov2020.pdf> Consultado em [24/02/2021].

¹⁶ FactCheck.org. [Em linha]. Disponível em <factcheck.org/spindetectors/about/> [Consultado em 05/02/2021].

¹⁷ PolitiFact. [Em linha]. Disponível em <politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifact-methodology-i/> [Consultado em 20/03/2020].

Esta agência trabalha de forma independente na análise e investigação de declarações feitas por políticos. Os profissionais buscam averiguar a exatidão dessas declarações para comprovar a realidade. Essa agência internacional pertence à organização *Poynter Institute for Media Studies*. No mesmo ano, foi criado o *Fact Checker*, do *Washington Post*¹⁸.

Nos últimos anos, o serviço de agências especializadas em investigar informações suspeitas tem crescido em várias partes do mundo, conforme dados já mencionados, do Laboratório de Repórteres da Duke (2020). À medida que a desinformação vai sendo propagada nos meios digitais, avança o número de agências e serviços de checagem de informações

Nesse processo de investigar fatos em busca da qualidade de informações, as agências de checagem adotam critérios, que vão desde a escolha do conteúdo a ser investigado até o resultado final, incluindo a exposição das publicações que revelam os boatos.

2.3 Rede Internacional *fact-checking*

Em 2015, foi fundada a *International Fact-Checking Network (IFCN)* pelo *Poynter Institute*¹⁹ (organização sem fins lucrativos localizada nos Estados Unidos), que defende globalmente padrões de qualidade das atividades desenvolvidas pelas agências de checagem. Com a finalidade de manter transparência no serviço de checagem dos checadores, a *IFCN* criou regras para verificar, apurar e expor os resultados dos associados.

No último relatório de 2020²⁰, a *IFCN* apresentou um número significativo de checadores. Entre seus signatários verificados estão 82 membros, divididos em 58 países.

¹⁸ Kessler, G. (2017). About The Fact Checker. [Em linha]. Disponível em <[washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/](https://www.washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/)> [Consultado em 20/03/2020].

¹⁹ Poynter. [Em linha]. Disponível em <[poynter.org/ifcn/](https://www.poynter.org/ifcn/)> [Consultado em 21/02/2021].

²⁰ Poynter (2020). *Code of Principles*. [Em linha]. Disponível em <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/storage/docs/IFCN-s-Code-of-Principles-Transparency-Report-for-2020.pdf?v=2>> [Consultado em 21/02/2021].

As principais agências de checagem do mundo são membros da *IFCN*²¹. Anualmente, os associados dessa instituição passam por auditorias independentes. Na busca de garantir compromisso com a transparência dos fatos, a instituição organizou um código de princípios que deve ser cumprido pelos seus membros.

No primeiro momento, os participantes precisam ser aprovados para fazer parte da organização. Depois, passam por avaliação anual, para que seja constatado se realmente atuam de acordo com os princípios determinados pela instituição internacional. Essas regras ou códigos de princípios são normas que os membros participantes ou instituições se comprometem a cumprir, para que dessa forma, haja excelência na investigação de fatos. O código de princípios é direcionado às instituições de checagem de fatos que divulgam de forma regular, relatórios apartidários com precisão, sobre declarações de pessoas públicas e importantes instituições, além de temas de interesse para a sociedade.

Segundo informações da *Poynter*, o trabalho da organização é monitorar e medir os resultados entre agências de checagem do mundo, disponibilizando aos profissionais desse serviço, regras que serão usadas por eles no cotidiano. Assim, essas chamadas organizações “*signatories*” se comprometem a seguir o código de princípios apresentado pela *Poynter*, como requisito para fazer parte da rede mundial de checadores. Esse compromisso deve ser seguido rigorosamente pelos participantes.

Para que as agências de checagem obtenham o status de signatário do *IFCN* precisam ser legalmente registradas e comprometidas com a verificação de fatos e com a elaboração de relatórios não partidários com precisão factual de declarações que foram dadas por figuras públicas.

As regras expostas no site da *Poynter* indicam que para obter o título de signatário, a instituição não pode ter vínculo ou pertencer ao Estado, a um político ou a um partido político. Porém, é permitido que o editorial receba financiamento de fontes estaduais ou políticas para a realização de jornalismo de serviço público. Isso é possível desde que o

²¹Poynter. [Em linha]. Disponível em <ifncodeofprinciples.poynter.org/> [Consultado em 21/02/2021].

avaliador da *IFCN* determine a existência de uma separação transparente entre o editorial e a influência estadual ou política.

Além disso, para receber a certificação da *IFCN*, os membros devem cumprir cinco códigos de princípios determinados pela organização. As cinco áreas definidas para cumprir o acordo entre os membros e a associação internacional de verificadores de fatos são: *The Commitment to Non-partisanship and Fairness*: compromisso de checar os fatos usando o mesmo padrão de verificação, buscando utilizar os meios de checagem de forma equilibrada e sem qualquer ligação política; *The Commitment to Standards and Transparency of Sources*: fornecimento dos detalhes das fontes para que os interessados possam consultá-las. Com exceção para o risco de segurança, de determinadas fontes. Nesse último caso, busca fornecer os detalhes possíveis. Fazem parte, ainda, dos códigos de princípios, a transparência de financiamento ou *The Commitment to Transparency of Funding & Organization*. Caso a agência tenha financiamento de outras organizações, terá que garantir que não há influência nas conclusões expostas nos relatórios apresentados com os resultados de verificação de fatos. A organização deverá descrever com transparência os profissionais envolvidos na estrutura da organização e quais suas fontes financeiras.

O quarto código de princípio é *The Commitment to Standards and Transparency of Methodology*, ou seja, a transparência de metodologia estabelece apresentar os métodos utilizados em todo o processo de checagem e garantir serem os mesmos utilizados em todas as etapas de verificação de fatos. Por último, *The Commitment to an Open & Honest Corrections Policy*: compromisso de utilizar uma política de correções honesta e transparente — compromisso com pedidos de retificação e, após corrigir o conteúdo, disponibilizá-lo publicamente.

Segundo informações da *Poynter*, após o cumprimento desses cinco princípios e de outros critérios, as agências de checagem recebem um selo para demonstrar que estão seguindo a política de princípios da instituição. Este selo simboliza que a agência segue

as normas determinadas pela rede internacional de checadores e, portanto, poderá ser usado pelos membros, como forma de mostrar que seu trabalho é monitorado.

A *IFCN* trabalha em parceria para combater a propagação da desinformação no *Facebook*²², no *Instagram* e no *WhatsApp*. De acordo com informações da rede social, existe um verificador de fatos, que ao classificar o conteúdo como falso em suas plataformas, a distribuição do conteúdo é reduzida para que menos pessoas visualizem. Além disso, o conteúdo recebe um rótulo que aparece para as pessoas que tentam compartilhar.

Esses procedimentos adotados pela *IFCN*, por meio da *Poynter*, buscam monitorar e assegurar a qualidade dos serviços prestados pela rede de checadores. Cada agência de checagem adota um critério para fazer a checagem de determinado fato, porém o objetivo final é sempre o mesmo: esclarecer se os conteúdos propagados na Internet são verdadeiros ou falsos.

2.4 Agências de checagem no Brasil

No Brasil, também surgiram instituições com a proposta de monitorar as informações, para assim, apresentar os fatos e desmentir os boatos. Em 2015, surgiu a agência *Lupa*²³, especializada em *fact-checking*. No mesmo ano, também foi fundada a agência *Aos Fatos*²⁴ com a proposta de expor um jornalismo independente, com financiamento de apoiadores. O projeto *Comprova*²⁵ é um serviço de checagem que trabalha em parceria com jornalistas de outros veículos de comunicação. Desde 2018, o *Estadão*

²² Facebook. [Em linha]. Disponível em <facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking> [Consultado em 22/03/2021].

²³ Lupa. [Em linha]. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/>> [Consultado em 22/03/2021].

²⁴ Aos Fatos. [Em linha]. Disponível em <aosfatos.org/chechagem-de-fatos-ou-fact-checking/> [Consultado em 22/03/2021].

²⁵ Projeto Comprova. [Em linha]. Disponível em <politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/projeto-comprova-inicia-chechagem-de-conteudos-sobre-o-novo-coronavirus/> [Consultado em 08/10/2020].

Verifica²⁶, pertencente ao núcleo do jornal Folha de São Paulo, faz o serviço de checagem.

Essas agências e serviços de checagem fazem parte da *International Fact-Checking Network (IFCN)* e, portanto, se comprometem a cumprir os cinco princípios éticos estabelecidos pela instituição. As agências de checagem brasileiras também têm regras para a checagem de informações.

Segundo informações no site da Lupa, a agência acompanha diariamente o noticiário em editorias como política, economia, educação, saúde, cultura, relações internacionais. Esse acompanhamento procura investigar publicações que apresentem algum teor duvidoso, para em seguida, noticiar os dados corretos. O resultado final dessa investigação é vendido para outros veículos de comunicação e divulgado no site da agência. A Lupa trabalha, especialmente, com formatos em texto, áudio e vídeo.

De acordo com divulgação da Lupa, são utilizados dados e informações precisas, ou seja, que tenham como base fontes oficiais que possam ser checadas. A agência não utiliza fontes anônimas em seu trabalho e disponibiliza ao leitor todos os bancos de dados usados nas verificações que publica. A página, na Internet, da Lupa está hospedada no site da Revista Piauí, no modelo de startup, e, por sua vez, nos sites da Folha de São Paulo e do UOL. De acordo com informações da agência, não há qualquer vínculo editorial e comercial com essas empresas. O conteúdo produzido pela Lupa é de inteira responsabilidade da agência e não pode ser redistribuído sem autorização prévia.

A agência Aos Fatos²⁷ tem parcerias financeiras e editoriais, mas garante que é independente para escolher, apurar e editar seus conteúdos. Quando um conteúdo é vendido, o comprador fica responsável pela distribuição da publicação. Segundo informações da agência, o projeto nasceu em 2015 como uma das primeiras plataformas

²⁶ Monnerat, A. (2019). Estadão Verifica recebe certificado de entidade internacional de fact-checking. [Em linha]. Disponível em <politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/estadao-verifica-recebe-certificacao-de-entidade-internacional-de-fact-checking/> [Consultado em 08/10/2020].

²⁷ Aos Fatos. [Em linha]. Disponível em <aosfatos.org/nosso-m%C3%A9todo/> [Consultado em 22/03/2021].

brasileiras a checar minuciosamente os discursos públicos. A agência também tem uma metodologia própria de apuração pública, que é seguida pelos seus profissionais. A instituição trabalha com sete etapas principais para verificação de uma informação se verdadeira ou não. Normalmente, o trabalho de checagem envolve um repórter e um editor. Após realizar todos os passos de checagem, o conteúdo receberá a classificação através do sistema de selagem que vai do verdadeiro ao falso.

A agência Comprova também segue um modelo próprio de apuração dos fatos para detectar *fake news*. A equipe de checadores se compromete a combater a desinformação por meio da identificação e da comprovação de que publicações, divulgadas livremente nos meios digitais como verdade, são falsas.

O Estadão Verifica faz parte da coalizão do projeto Comprova que reúne 24 veículos de comunicação, para investigar informações suspeitas relacionadas à Covid-19. As equipes buscam monitorar informações duvidosas, sobre o vírus, compartilhadas nas redes sociais e nos aplicativos de mensagem.

A checagem de fatos tem sido destacada entre “os estilos e práticas jornalísticas que surgiram nos últimos 30 anos” e tem crescido mundialmente, principalmente, após o primeiro encontro internacional de *FactChecking.org*, realizado em 2014. Porém, “já é uma realidade no jornalismo digital estadunidense desde o início dos anos 2000” (Seibt, 2019, p. 27).

Trata-se de uma prática diferente do procedimento interno de apuração das redações jornalísticas tradicionais, aplicado como ritual desde as primeiras décadas do século XX para conferir os dados de uma reportagem. A revista *New Yorker* é conhecida por ter um departamento de *fact-checking* encarregado de verificar/conferir informações fornecidas pelas fontes consultadas pelos jornalistas antes da publicação das reportagens. Não é isso que fazem as iniciativas especializadas em *fact-checking*. Os *fact-checkers* agora se dedicam a checar o que já foi publicado (Seibt, 2019, p. 27).

Em outras palavras, esse novo modelo de produzir notícias, ou seja, o serviço de checagem é um complemento às técnicas do jornalismo tradicional na busca de desmistificar as *fake news*. Esse trabalho de investigar, jornalisticamente, publicações suspeitas na Internet vem se especializando cada vez mais, na procura de confirmar informações que circulam livremente nas mídias digitais que, sem compromisso com a qualidade da informação, são muitas vezes alteradas.

2.5 Critérios de checagem das agências

Cada agência tem um modelo próprio para escolher e investigar a desinformação. Graves (2013) investigou em sua tese de doutorado, na Universidade Columbia, as três iniciativas pioneiras de checagem, nos Estados Unidos. São elas: *FactCheck.org*, *PolitiFact* e a *Fact Checker*. Esses sites profissionais de checagem de fatos são adaptados, de várias formas, ao momento atual do jornalismo. Graves considera que isso ocorre tanto no âmbito tecnológico, econômico quanto no profissional do jornalismo (Graves, 2013, pp. 3-4).

Esses serviços de verificação dos fatos que monitoram os conteúdos criaram um gênero de notícias ideal para um mundo midiático (...). Neste sentido, os checadores também criaram uma espécie de notícia que corresponde à prática da objetividade jornalística. Esta prática já existia antes do aparecimento da Internet e conseguiu força com o advento de novas mídias digitais. Assim, as agências de checagem utilizam as mesmas estratégias do jornalismo tradicional para um novo conceito jornalístico, porém a Internet possibilita e potencializa o uso desses meios (...) (Graves, 2013, pp.3-4).

A *FactCheck.org*²⁸ se mantém apartidária. Os assuntos pesquisados pelos seus colaboradores dependem do ciclo eleitoral. Ao selecionar o conteúdo, os profissionais da instituição buscam utilizar o mesmo período de tempo para revisar as alegações tanto as dos partidos dos Republicanos quanto as dos Democratas. Entre as fontes usadas

²⁸ FactCheck.org. *Our process*. [Em linha]. Disponível em <factcheck.org/our-process/> [Consultado em 08/02/2021].

pelos checadores estão programas de entrevistas de domingo nas principais redes e estações de TV a cabo (ABC, NBC, CBS, Fox News e CNN). Os conteúdos são revisados e transcritos. Também revisam anúncios de TV, através de um serviço pago de TV, que dá acesso a todas as eleições federais (Presidente, Senado e Câmara). A *FactCheck.org*, ainda, faz análise de discursos dos políticos e candidatos na imprensa, os comentários que eles fazem em redes sociais e informações divulgadas em seus próprios sites.

Segundo informações do site da *FactCheck.org*, as transcrições de vídeos fazem parte da investigação em busca de declarações com base em fatos. Ao suspeitar de um discurso impreciso ou com teor enganoso, os checadores vão buscar esclarecimentos, seja com a pessoa que está sendo verificada ou com a organização. Se o material fornecido pelos investigados ou pelas organizações não for suficiente o processo é suspenso ou poderá continuar de forma independente. Depois que o conteúdo é escrito, passa por várias edições e revisões. Assim, há vários detalhes para assegurar a qualidade da informação.

Os critérios adotados pela *PolitiFact* para checagem dos fatos, segundo informações do site da agência, são: acompanhamento diário de declarações para verificar os fatos, ler transcrições, analisar discursos, notícias, comunicados à imprensa e folhetos de campanha. Além disso, os profissionais assistem a TV e digitalizam mídias sociais. Também são investigadas sugestões dos leitores enviadas por e-mail. Na impossibilidade de verificar tudo, a equipe faz uma seleção dos assuntos mais interessantes e significativos.

Ao decidir quais os fatos serão averiguados a agência considera questões tais como: o discurso tem como raiz um fato verificável? A declaração pode ter sido por engano ou parece errada? A declaração é significativa? A afirmação pode ser passada adiante, ou seja, repetida por outras pessoas? A declaração pode ser questionada por alguém como, por exemplo, “isso é verdade?” Nesse processo, são selecionadas declarações sobre temas que estão no noticiário. A equipe busca selecionar tanto os fatos relacionados ao partido dos Republicanos quanto ao dos Democratas. Ao mesmo tempo, frequentemente

são investigados fatos que se mostram mais poderosos ou as pessoas que repetidamente fazem declarações, quem chama atenção ou tenta enganar.

No período da apuração, a *PolitiFact* utiliza-se de entrevistas registradas e públicas, além de uma lista de fontes com cada apuração de fatos. Nessa lista, pode conter *links* para fontes que são disponíveis gratuitamente, mesmo que algumas fontes dependam de assinaturas pagas. Esses procedimentos, segundo a agência, têm como finalidade ajudar os leitores a julgar por si mesmo se concordam ou não com a decisão. Ainda durante a apuração, os checadores entram em contato ou buscam contactar a pessoa, site ou instituição que fez a declaração que está sendo apurada.

Para a *PolitiFact*, cada investigação é diferente. Porém, geralmente, no relatório são incluídos itens como: visão geral sobre resultados de outras agências checadoras sobre o mesmo fato, pesquisa no *Google*, pesquisa em bancos de dados *online*, consulta a especialistas. Em seguida, as publicações passam por uma revisão geral. Além do mais, a documentação original e as fontes primárias são destacadas. Profissionais buscam acesso direto a relatórios governamentais, estudos acadêmicos e outros dados. A verificação é realizada de forma totalmente independente, sem se prender à uma campanha ou à alguma autoridade política.

Conforme informações publicadas pela Lupa, em página na Internet já mencionada, a agência atua com uma metodologia de trabalho própria, desenvolvida com base em processos de sucesso implantados por plataformas de *fact-checking* como a argentina *Chequeado* e a americana *Politifact*. A metodologia de trabalho da Lupa começa com a observação diária sobre os discursos políticos, líderes sociais e artistas. O monitoramento é realizado em jornais, revistas, rádios, programas de TV e na Internet. A agência seleciona critérios de relevância para desenvolver seu trabalho, como por exemplo, começando por checar afirmações feitas por personalidades que têm certo destaque nacional, a assuntos de interesse público ou que tenham tido recentemente destaque na imprensa ou na Internet. Neste caso, as opiniões não são checadas, exceto quando elas são contraditórias. O trabalho é verificar e medir o grau de veracidade de

declarações que tenham dados históricos, estatísticos, comparações e informações relativas à legalidade ou constitucionalidade de um fato.

Em 2018, a Lupa expandiu seu serviço de checagem para atuar no campo do debunking (apuração de conteúdo divulgado por fontes não oficiais). O trabalho faz parte da união da instituição ao projeto de investigação de notícias (*Third Party Fact-checking Project*) do *Facebook*. O modelo de checagem aplicado ao *fact-checking* e ao *debunking* funciona de maneira semelhante. Inicialmente, escolhe-se a frase ou conteúdo que será investigado. Depois, serão coletadas as informações sobre o que já foi publicado em relação ao tema na mídia. Em seguida, busca-se conferir dados oficiais sobre o assunto e, então, começa-se a coletar informações públicas. Caso haja empecilhos para acessar as informações necessárias para complementar a investigação, o profissional responsável pela checagem poderá utilizar a Lei de Acesso à Informação (LAI) ou os serviços de assessorias de comunicação. Além disso, poderá ser realizado um trabalho investigativo de campo, sendo o conteúdo final analisado e contextualizado por especialistas como forma de garantir que não haverá equívocos na interpretação das informações.

Segundo informações da Lupa, após conclusão de todas as etapas, aquele que foi checado terá a oportunidade e tempo de se posicionar oficialmente ou prestar esclarecimentos. A agência lembra que como o autor é desconhecido, no caso do *debunking*, logo essa etapa é omitida. Por fim, ao finalizar o serviço de checagem, a agência se compromete a entregar um texto objetivo, com *links* que podem ser conferidos.

Como demonstram informações da agência Aos Fatos, em site citado anteriormente, a equipe de checadores da instituição utiliza a técnica de acompanhar todos os dias discursos tanto de políticos quanto de autoridades nacionais, de diferentes posições partidárias, de maneira a desvendar se essas declarações têm compromisso com a verdade. Para isso, os profissionais de checagem usam um modelo com sete etapas no trabalho de checagem. O processo acontece, no primeiro momento, com a divisão entre uma informação vinda de uma autoridade pública ou que apresente alto engajamento

nas redes sociais. O segundo passo, será consultar quem primeiramente fez a divulgação de tal informação. Em seguida, ao confirmar a origem da informação falsa, são consultadas fontes de origem confiável para averiguar se a mensagem confere. Depois disso, verificar se é preciso consultar fontes oficiais para confirmação ou refutação da informação. No quinto passo serão consultadas fontes alternativas, caso não haja informação suficiente, que possam subsidiar ou contrariar dados oficiais. Nesse caso, as fontes ficam registradas, de forma acessível, no texto. A penúltima etapa é fazer uma contextualização. No sétimo e último passo, classifica-se o conteúdo checado.

Em 2020, Aos Fatos lançou o “Radar Aos Fatos”²⁹, um sistema de monitoramento em tempo real contra a desinformação. Esse sistema detecta, por temas, conteúdos altamente enganosos propagados nas redes sociais.

Segundo informações da agência Comprova, expostas no já referido site, o serviço de checagem tem parcerias na checagem de discursos, especulações e boatos que se destacam na Internet e nos aplicativos de celular. Conforme informações da agência, os profissionais selecionam e apuram textos, vídeos, imagens e gráficos. Depois, os jornalistas da agência contextualizam e buscam esclarecer o contexto para descobrir se há teor enganoso ou deturpado. A partir disso, os checadores adotam medidas para minimizar o alcance e o impacto de boatos comprovados e deliberados que tenham relação com políticas públicas no âmbito federal.

A agência Comprova adota cinco princípios. O primeiro é o “rigor”, no qual utiliza-se uma certa linguagem nas chamadas dos textos, tendo como base somente evidências justificáveis. A mesma regra é seguida para imagens, ilustrações ou elementos visuais que demonstram se uma informação é segura ou falsa. Os relatos são publicados somente quando passam por uma aprovação, serão avaliadas as etapas de apuração, os resultados e a veracidade geral do texto. O segundo é o compromisso com a “integridade e a imparcialidade”. Os profissionais decidem que os boatos, declarações ou conteúdos serão apurados, baseados na provável dissipação veloz das informações e para além das comunidades de nicho. O serviço é possível através de algoritmos de previsões.

²⁹ Aos Fatos. [Em linha]. Disponível em <<https://www.aosfatos.org/noticias/aos-fatos-lanca-sistema-de-monitoramento-em-tempo-real-contradesinformacao/>> [Consultado em 20/09/2021].

A produção da agência passará por uma revisão, semanalmente, realizada pelo conselho editorial — formado por representantes parceiros de veículos de comunicação.

No terceiro princípio, “independência”, a agência Comprova se compromete a desenvolver seu trabalho de forma completamente independente, ou seja, o trabalho não tem influência de apoiadores financeiros ou qualquer outro apoio. Também garante que não tem filiação política e os jornalistas envolvidos com o projeto concordam em se declarar impedidos de apurar assuntos que apresentem determinados conflitos de interesse. No princípio “transparência”. O trabalho jornalístico completo mostrará, de forma clara, como boatos, declaração ou conteúdo foi escolhido (com base em evidências de poder ser muito propagado e na relevância para o interesse público). Além disso, mostrará as etapas realizadas durante o processo de investigação, apresentando inclusive, *link* para fontes, caso seja seguro e apropriado. Alterações ou correções, conforme determina os princípios, serão identificados e esclarecidos.

“Responsabilidade e ética”, esse último princípio evita o estímulo de boatos ou informações falsas. Também se compromete que, caso haja a identificação de pessoas por algum tipo de erro, a agência de checagem adotará medidas necessárias para preservar a identificação e a dignidade dos envolvidos. Esse princípio também garante que declarações ou assuntos ligados aos conteúdos sejam apurados e publicados, se considerados relevantes. A missão do projeto é deixar os leitores informados de maneira precisa sobre assuntos relacionados às políticas públicas do governo federal. Ao optar pela publicação, não serão consideradas estratégias que despertem a atenção ou reforce o projeto, com chamadas sensacionalistas ou com termos polêmicos.

O serviço de checagem “Estadão Verifica”, conforme informações divulgadas em sua página na Internet mencionada antes, também tem sua metodologia para desconstruir boatos. O serviço é realizado principalmente através da consulta de fontes oficiais sobre o tema a ser examinado, como a consulta tanto em bancos de dados públicos quanto em órgãos governamentais. Os checadores ainda têm a opção de checar fontes alternativas, como pesquisas, relatórios e entrevistas com especialistas. A finalidade dessa investigação é confirmar se o conteúdo que está sendo compartilhado é verdadeiro ou falso. Esse método, segundo informação do Estadão Verifica, faz parte da checagem de

opiniões, comentários, previsões futuras e conceitos amplos. O serviço de checagem disponibilizou aos leitores um formulário que deverá ser preenchido e enviado caso haja alguma suspeita de que há erros em suas matérias. As contestações serão verificadas e, quando comprovado equívoco, os resultados serão publicados em seu blog e redes sociais.

Geralmente, as agências de checagem escolhem as publicações que mais repercutem nas mídias digitais para, assim, dar início a apuração. Após esclarecimento do conteúdo investigado, a próxima etapa é publicar o resultado usando as mesmas mídias digitais, onde a informação distorcida percorre livremente como representação dos fatos.

A expectativa é que essas publicações, revelando o teor de realidade dos acontecimentos, tenham o maior alcance possível. Esse é provavelmente um dos desafios das agências de checagem. É um modelo que exige dos profissionais envolvidos adaptação e flexibilidade.

2.6 Classificação e exposição das *fake news*

As agências de checagem utilizam selos para expor o resultado da apuração. Os conteúdos rigorosamente apurados durante trabalho investigativo são expostos nos sites e nas redes sociais dessas instituições, conforme informações conferidas nos sites das agências aqui citadas. Como existem várias formas de criar e propagar rumores, os checadores também têm critérios para divulgar os resultados. Os selos utilizados pelas agências dependem dos detalhes apurados, pois muitas vezes, as informações chegam a se aproximar da realidade, mas têm algum tipo de inconsistência.

Cada agência tem uma metodologia própria para expor as *fake news*. A nomeação com selos em cada conteúdo apurado vai ressaltar a classificação da informação, geralmente utilizando uma escala entre “verdadeiro ou falso”. Como exemplos de agências que utilizam selos para a classificação e exposição dos conteúdos, pode-se citar a Lupa. Segundo informações expostas em seu site, nesse processo de classificar as informações, esta agência utiliza nove etiquetas. Entre elas estão: “falso”, “verdadeiro”, “contraditório”, “exagerado” “ainda é cedo para dizer”, “insustentável” e “de olho”.

A agência Aos Fatos tem sete selos para classificar e expor os resultados apurados. O conteúdo contextualizado é publicado no site com sete categorias, que são: “verdadeiro”, “impreciso”, “exagerado”, “insustentável”, “contraditório”, “distorcido” e “falso”.

Conforme informação do site do Estadão Verifica, o serviço de checagem utiliza uma classificação para monitorar as *fake news* e investigação das informações, viralizadas na Internet. Entre esses regulamentos estão “verdade”, “majoritariamente verdade”, “meia verdade” e “majoritariamente falso”.

As informações, extraídas dos sites dessas agências de checagem, demonstram como são estipulados os critérios para classificar a exposição dos resultados apurados e que os critérios para criação dos selos, embora sejam semelhantes, tem relação com a metodologia de cada serviço de checagem na verificação da origem dos fatos.

2.7 Divulgação dos fatos que contrapõem à desinformação

Uma pesquisa científica concluiu que as *fake news* se espalham 70% mais rápido que os fatos e, além disso, alcançam mais pessoas. O estudo foi realizado pelos acadêmicos Aral, Roy e Vosoughi, do *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*³⁰ dos Estados Unidos. A pesquisa teve como base a rede social *Twitter*. Os resultados dos estudos foram publicados na *Science Magazine*³¹, em março de 2018. Durante o estudo, foram analisadas todas as postagens entre 2006 e 2017. Com isso, concluíram que mais de 126 mil rumores foram replicados, nos Estados Unidos, por cerca de 3 milhões de usuários da rede social. A pesquisa apontou, ainda, que 45 mil boatos eram sobre a categoria política, que lidera entre as postagens com conteúdo falso, seguida por lendas urbanas, negócios, terrorismo, ciência, entretenimento e desastres naturais.

³⁰ Dizikes, Peter (2018). Study: On Twitter, false news travels faster than true stories. [Em linha]. Disponível em <news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> [Consultado em 23/09/2020].

³¹ Aral Sinan; Roy, Deb; Vosoughi, Souroush. The spread of true and false news online. *Science*. Washington, D.C. Published 9 March 2018. Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151. DOI: <10.1126/science.aap9559> [Consultado em 23/09/2020].

Segundo informações do *MIT*, a possibilidade de uma desinformação ser repassada é maior do que uma notícia verdadeira. Isso se dá, segundo os pesquisadores desse instituto de pesquisa, Aral, Roy e Vosoughi (2018), devido à publicação remeter à ideia do novo. Os pesquisadores observaram também que não são apenas os *bots* (robôs) que espalham as notícias falsas, mas os próprios usuários. Assim, fica ainda mais difícil conter a disseminação dessas desinformações. A pesquisa concluiu que histórias reais levam seis vezes mais tempo para chegar ao destino. Enquanto isso, a história falsa chega com mais rapidez. No total, os pesquisadores analisaram 126 mil *posts* apresentando rumor e desinformação. As mesmas postagens chegaram a ser compartilhadas por 3 milhões de pessoas nos Estados Unidos.

De acordo com a pesquisa do *MIT*, o desmentido ou a exposição de que uma informação não é coerente com os fatos tem dificuldade para chegar aos leitores. Quando um conteúdo é lançado na Internet, perde-se o controle de onde essa informação será divulgada. Enquanto isso, a desinformação é disseminada, pois além dos *bots*, os próprios usuários das mídias digitais espalham as *fake news*.

Em meio à desinformação, as agências de apuramento ou serviços de checagem criam processos que vão desde a escolha do conteúdo a ser pesquisado até a classificação para exposição dos resultados. Com isso, cria-se a possibilidade de compreender o nível da desinformação, os tipos de rumores propagados e, também, a importância em atentar-se para os detalhes que podem refletir diretamente na qualidade das informações expostas nas mídias digitais.

PARTE II – Estudo de caso

Nesta segunda parte, apresenta-se a metodologia desenvolvida para esta pesquisa. Serão expostos o serviço Fato ou Fake, do Grupo Globo, como também seu trabalho de apuração para desconstrução das *fake news*. Além disso, serão apresentados os resultados analisados das publicações expondo as *fake news*.

Capítulo III – Fundamentação da metodologia

3.1 Metodologia

A pesquisa partiu da consulta de artigos científicos sobre o avanço das *fake news*, conseqüentemente, da atuação das agências de checagem. As pesquisas científicas analisadas foram fundamentais para a base deste trabalho, sobretudo, para compreender melhor a importância do assunto no jornalismo contemporâneo e os desafios das *fake news*.

Para o aprofundamento do tema proposto, debruçou-se em bibliografias e recentes pesquisas, realizadas por importantes instituições, sobre as mudanças comunicacionais. Foram analisadas as publicações desmentindo os boatos no site do serviço de checagem Fato ou Fake, do Grupo Globo, como também de suas redes sociais. Além disso, foram realizadas duas entrevistas para ampliar o conhecimento sobre o assunto.

Este trabalho fundamenta-se numa abordagem qualitativa na intenção de compreender melhor o tema proposto, como também obter resultados significativos para melhor esclarecimento. A metodologia empregada buscou explorar e interpretar informações sobre o fenômeno *fake news* e a verificação de fatos, através do estudo do Fato ou Fake, desde a identificação do suposto boato até a exposição dos resultados.

Esta proposta desenvolveu-se com base na observação virtual não participante das redes sociais (não houve interação direta com os indivíduos estudados) e o estudo do objeto, ou seja, o serviço de checagem Fato ou Fake, do Grupo Globo. A observação deste serviço de checagem se fez necessária para verificar, através das suas publicações expondo as *fake news*, as reações e opiniões dos leitores nas redes sociais.

A observação virtual não participante nas redes sociais possibilitou a coleta de dados através da análise do objeto pesquisado: o Fato ou Fake. Conseqüentemente, possibilitou avaliar o comportamento dos seguidores das redes sociais deste serviço de checagem, através dos comentários, dos compartilhamentos e das curtidas. Além disso, foi avaliado o mesmo conteúdo produzido e exposto no site do Fato ou Fake.

Neste caso, atentou-se para os temas das *fake news*, para a frequência produtiva e para as fontes consultadas. Considera-se observação virtual não participante por não ter tido nenhuma interação com os seguidores das redes sociais do Fato ou Fake. Por isso, tanto os nomes dessas pessoas quanto suas fotos de perfil não foram reveladas. Esses usuários, sem saber que seus comentários estavam sendo observados, agiram espontaneamente.

A delimitação do objeto de estudo do serviço de checagem Fato ou Fake procurou reunir as proposições cabíveis na busca de responder a esta proposta. Por isso, recorreu-se à análise dos fatos apresentados pelo serviço Fato ou Fake, desde os processos de seleção, apuração, exposição até os resultados finais. Assim, possibilitou-se a obtenção de informações que puderam colaborar com algumas pressuposições e provocar reflexões.

Para melhor aprofundamento da proposta, foi realizada uma entrevista com Thiago Reis, coordenador do núcleo de dados, projetos especiais e *fact-checking* do G1. Elaborou-se um questionário a fim de entender melhor os processos e os resultados do serviço Fato ou Fake. A entrevista ocorreu por e-mail, mediante autorização do Globo Universidade. Realizou-se, ainda, uma entrevista com o professor e pesquisador Philippe Léna, com a intenção de esclarecer melhor os fenômenos atuais e, atualizar-se, sobre os efeitos que as *fake news* têm provocado mundialmente. O questionário elaborado para esta entrevista buscou, especialmente, extrair reflexões sobre a proliferação das *fake news*, a pós-verdade e o serviço *fact-checking*. A entrevista foi realizada por e-mail.

O referencial bibliográfico, utilizado nesta proposta, destina-se a fundamentar teoricamente a discussão e a formular uma reflexão maior a respeito do tema. Por isso, recorre-se aos pensamentos de estudiosos como Lipovetsky (2016, p. 31), que cita a “leveza” como forma do indivíduo encarar certas experiências indesejadas; Levy (2011, p. 95) diz que o indivíduo é influenciado pelo ambiente social; Crary (2016 pp. 66-67) comenta o envolvimento e a sensação de pertencimento do indivíduo ao participar ativamente na Internet e experimentar o acesso às plataformas digitais.

Em síntese, a metodologia adotada e as experiências observadas ajudam a esclarecer as principais suposições da proposta como também sugerir novas reflexões sobre o tema.

3.2 Descrição da coleta de dados

O planejamento inicial era realizar-se uma pesquisa de campo, através de acompanhamento do trabalho dos checadores, na redação do Fato ou Fake. Porém, devido aos problemas impostos pela pandemia (Covid-19), optou-se por realizar a coleta de dados via *online*.

No início da proposta, passa-se a seguir as redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter*, do Fato ou Fake. Assim, foi possível acompanhar melhor os conteúdos publicados. Além disso, buscou-se acompanhar com frequência as publicações no site do Fato ou Fake, hospedado no portal de notícias G1.

Recorreu-se, ainda, à análise dos conteúdos expostos no site, posteriormente, compartilhados nas redes sociais do serviço Fato ou Fake. No período de investigação, atentou-se para o trabalho desenvolvido, desde a fase inicial, como a seleção do boato a ser investigado, apuração, exposição até os resultados finais. Observou-se também os temas mais suscetíveis às *fake news*, às fontes consultadas, à frequência das publicações e a repercussão, após exposição dos fatos contrapondo aos boatos, nas redes sociais do Fato ou Fake.

Escolheu-se analisar as publicações nas redes sociais do Fato ou Fake no período de 7 dias consecutivos ou de uma semana, sendo analisadas postagens entre 10 a 16 de maio de 2021. Neste período, foram compartilhadas 11 publicações no *Facebook*, o mesmo número no *Twitter* e 4 no *Instagram*. Por outro lado, foram analisadas 12 publicações na página do Fato ou Fake entre 07 e 16 de maio. Escolheu-se este período por uma publicação ter sido compartilhada apenas três dias depois nas redes sociais. Notou-se, ainda, que uma dessas publicações do site não foi compartilhada nas redes sociais.

A coleta de dados nas redes sociais do serviço Fato ou Fake foi realizada em uma data específica, em 09 de junho de 2021.

Escolheu-se esse exato dia após perceber a complexidade do trabalho devido à volatilidade das informações compartilhadas neste ambiente *online*. Ou seja, os comentários mudam de posição devido ao alto engajamento e alguns somem repentinamente — não se sabe se foram apagados pelo próprio usuário. No *Facebook*, por exemplo, abaixo do último comentário feito na publicação, há uma mensagem explicando que somente os comentários mais relevantes são visíveis, quer dizer aqueles que tiverem mais engajamento ficam numa posição superior. O *Twitter* também tem uma mensagem com o mesmo sentido. No *Instagram* não foi possível perceber esta mesma mensagem, provavelmente devido ao menor número de publicações, o que gera pouca interação.

Então, como forma de analisar atentamente as informações das redes sociais decidiu-se dar *print screen* tanto nas publicações ou chamadas com *links* para o site nas redes sociais, quanto nos comentários. Inicialmente, tentou-se analisar as publicações e comentários nas redes sociais dia após dia, porém concluiu-se que não haveria condições de acompanhar essas atividades, considerando que o conteúdo é compartilhado em qualquer período do dia e que, logo após a divulgação, o engajamento é maior. Isso faz com que os comentários fiquem oscilando de posição — ora está acima, ora está abaixo. Então, como mencionado antes, escolheu-se uma data exata para se coletar os dados registrados, exatamente quando há menos interatividade.

Observou-se também o número de seguidores das redes sociais do Fato ou Fake. Conforme informações obtidas em 30 de maio de 2021, o *Facebook* apresentava 154.616 seguidores, o *Instagram* 31.800 e o *Twitter* 59.000. Esses dados são voláteis, considerando que podem aumentar ou diminuir a qualquer momento. Essas informações são importantes para medir a audiência das redes sociais.

Por fim, considera-se que é de grande relevância para esta proposta, atentar-se a essas informações captadas, organizadas e interpretadas.

3.3 Análise dos dados

Após a etapa de captação dos dados, procurou-se reunir essas informações para análise. Primeiramente, conferiu-se cada tema das publicações na página do Fato ou Fake, no site G1. Depois foram observadas as fontes e a frequência dessas publicações bem como os temas mais suscetíveis aos boatos.

Observou-se, ainda, o comportamento dos usuários nas redes sociais do Fato ou Fake e a repercussão diante da exposição dos fatos, que desmentem os boatos. Analisou-se a dimensão do engajamento e do envolvimento com o tema da publicação, demonstrados através do número de comentários, de compartilhamentos e de curtidas. Essas informações expostas nas redes sociais *Facebook*, *Twitter* e *Instagram* foram reunidas e organizadas em tabelas e imagens. Deste modo, pôde-se analisar melhor a audiência e a interação em cada rede social.

Quanto ao teor dos comentários, foram considerados aqueles que apresentam maior clareza da mensagem, pois alguns são confusos, repetidos e outros apenas são marcações de usuários (“marcar” é um recurso que permite chamar atenção de alguém para o conteúdo). Todos os comentários estão em anexo para conferência. Procurou-se criteriosamente analisar essas opiniões, a fim de descobrir o teor da mensagem em relação à exposição das *fake news* e, assim, avaliar o sentido da mensagem de cada comentário.

No total, foram analisados 216 comentários, sendo 184 no *Facebook*, 3 no *Instagram* e 29 no *Twitter*. Além dos comentários, avaliou-se em cada publicação, o número de compartilhamentos e curtidas. A análise desses dados foi de extrema importância para melhor compreensão das opiniões apresentadas ao ter contato com os fatos que expõem os boatos. Desta maneira, identificou-se a diversidade de opiniões: aqueles que demonstram acreditar e os que evidenciam desconfiança ou dúvida diante das publicações expondo os boatos.

No período analisado, notou-se que não houve interação entre a equipe do Fato ou Fake e seus seguidores nas redes sociais. Assim, o ambiente estava livre para a manifestação de opiniões.

Em suma, nesta proposta, buscou-se reunir todos os dados possíveis, compará-los e interpretá-los a fim de demonstrar tanto as probabilidades que correspondem às pressuposições iniciais quanto ao desenvolvimento de novas reflexões, sugestivas para outras pesquisas.

Capítulo IV – Estudo de caso: Fato ou Fake, do Grupo Globo

4.1 Organizações Globo

Em julho de 1925, foi lançado Jornal O Globo³², considerado um dos mais conceituados do Brasil. O veículo impresso foi fundado pelo jornalista Roberto Ireneu Marinho, que já tinha experiência no jornal A Noite, criado em 1911. No mesmo ano de criação do O Globo, o seu criador faleceu. Na ocasião, o jornalista Eurydes de Mattos assumiu o cargo de diretor redator-chefe. Em 1931, com o falecimento do jornalista Eurydes de Mattos, Roberto Marinho, primeiro filho de Ireneu Marinho, assume aos 26 anos, o cargo de diretor-redator-chefe do jornal. Com experiência adquirida no decorrer dos anos anteriores, atuando no jornal como secretário de Eurydes, ele teve o apoio dos irmãos Ricardo e Rogério.

Inicialmente, O Globo era um jornal vespertino, com tiragens diurnas. Até 1954, o jornal funcionava em um prédio no Largo da Carioca, no Centro do Rio de Janeiro. Depois o jornal se instalou na Rua Ireneu Marinho, próximo à Praça 11, também no Centro do Rio de Janeiro. Em dado momento, O Globo tornou-se matutino. Em 1999, O Globo inaugurou uma gráfica própria, considerada uma das maiores da América Latina. As Organizações Globo³³ é um conjunto de empresas criadas a partir da criação do Jornal O Globo.

Ao longo dos anos o grupo de comunicação cresceu; sempre acompanhando as novidades tecnológicas. Em 1944, foi inaugurada a Rádio Globo no Rio de Janeiro, tendo como foco o jornalismo. Com a formação de novas emissoras de rádio, formou-se o Sistema Globo de Rádio da qual faz parte a Rede CBN (Central Brasileira de Notícias). O conjunto de empresas de comunicação continuou crescendo. Em 1952, foi criada a Rio Gráfica Editora. Anos depois, o grupo fundou a Editora Globo, que passou a editar livros e revistas, como por exemplo, a Revista Época.

³²Memória Globo. [Em linha]. Disponível em <memoriaglobo.globo.com/perfil/roberto-marinho/perfil-completo/> [Consultado em 10/04/2020].

³³História Grupo Globo. [Em linha]. Disponível em <robertomarinho.globo.com/hgg/> [Consultado em 10/04/2020].

Em 1965, foi inaugurada a TV Globo, no Canal 4, localizada no Rio de Janeiro. Anos depois, tornou-se a Rede Globo de Televisão. Outras emissoras foram inauguradas em outros estados, começando em São Paulo. Em seguida, Belo Horizonte, Recife e Brasília. Além das cinco emissoras de televisão, a Rede Globo tinha 117 afiliadas. Com isso, conseguia alcançar 5.485 municípios brasileiros, com audiência de 99,5% da população. As Organizações Globo continuam se expandindo. Em 1995, foi criado o Projac (Projeto Jacarepaguá), considerado um dos maiores centros de produções da América Latina.

Em 1991, as Organizações Globo lançaram a GloboSat para produzir exclusivamente conteúdos para canais de TV por assinatura, entre eles canais GNT e Multishow, Telecine, Globo News e SportTV. Com o avanço cada vez maior da tecnologia, em 1999, foi lançado o portal Globo.com, que abrange os sites (G1) esportes (ge.globo), entretenimento (Gshow), tecnologia (Techtudo), vídeos (Globoplay e Canais Globo). Mais tarde, outra aquisição do grupo de comunicação foi a Som Livre, produção e distribuição de produtos musicais. Houve também o lançamento da Globo Filmes, direcionada para coproduções cinematográficas e da Globo Internacional. Esta última é uma empresa responsável por exportar produção audiovisual para mais de 100 países.

4.2 Serviço de checagem Fato ou Fake

Em julho de 2018, foi lançado o serviço de checagem Fato ou Fake³⁴, do Grupo Globo, para apurar conteúdo com teor duvidoso, propagado na Internet e em aplicativos de mensagem. A apuração é realizada por jornalistas de oito veículos (G1, O Globo, Extra, TV Globo, GloboNews, CBN, Valor Econômico e Época).

Desde a criação desse setor de apuração, os profissionais fazem um trabalho de monitoramento diário “com o auxílio de ferramentas que mostram o que está viralizando na web e nas redes sociais” (Reis, 2020, entrevista)³⁵.

³⁴Fato ou Fake (2018). *G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

³⁵ Reis, Thiago. Coordenador do serviço de checagem Fato ou Fake. Entrevista concedida à autora, por e-mail, em 24 de fevereiro de 2021. Conferir na íntegra em Apêndice 2.

Conforme informações na página Fato ou Fake, o trabalho de checagem é realizado em conjunto com cada veículo. Essa união das redações do Grupo Globo torna possível a rapidez das publicações. Na página do portal G1, há uma editoria dedicada às publicações apuradas pelo serviço Fato ou Fake. Os critérios para apuramento e descoberta da veracidade dos fatos são realizados em conjunto.

O trabalho do grupo é destinado a apurar fatos comprováveis. Não são abordadas opiniões nem dados lastreados em observações de tendências ou previsão de acontecimentos futuros. Todos os dias, então, são escolhidas para checagem as mensagens verificáveis que mais têm sido disseminadas (...) (Reis, 2020, entrevista).

São vários jornalistas que fazem parte da equipe de checagem. Por exemplo, durante a eleição de 2018, “o grupo chegou a ter 70 pessoas participando ativamente”. Nessa última disputa eleitoral, tinha equipes distribuídas regionalmente em estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte. No cotidiano, esse número pode variar (Reis, 2020, entrevista).

No dia a dia, esse número varia. Na equipe de dados do G1, há uma pessoa focada exclusivamente na checagem de fatos. É o repórter Roney Domingos, que já trabalhou cobrindo a capital paulista e agora tem se especializado na função. Cada veículo publica a checagem feita independentemente de quem foi o responsável no grupo por realizá-la (Reis, 2020, entrevista).

Conforme informações na página do Fato ou Fake, já mencionada, o serviço de checagem inclui a investigação de discursos de políticos. Depois da averiguação das declarações, o conteúdo passa por sistema de classificação, que demonstra os tipos mais comuns de conteúdos falsos. O objetivo do serviço é comparar as versões dadas como oficiais e impedir a propagação de rumores. Esse serviço não se limita ao período eleitoral, mas também investiga fatos comprováveis.

4.3 Metodologia e escolha dos temas para verificação

O serviço Fato ou Fake se concentra em apurar notícias divulgadas e compartilhadas na web e nas redes sociais. Os profissionais fazem um monitoramento diário para identificar conteúdos suspeitos que são muito compartilhados. Os profissionais investigam a origem da informação e fazem uma comparação com o conteúdo apurado. Os processos de apuração, realizados por jornalistas, seguem etapas determinadas e rigorosas. Os profissionais do Grupo Globo se empenham em investigar fatos que sejam comprováveis, segundo informações do serviço Fato ou Fake (Reis, 2020, entrevista).

Os profissionais atuam diariamente em busca de selecionar, para apuração, das mensagens verificáveis que mais têm sido divulgadas. Com a pandemia (Covid-19), desde o início de 2020, o volume de rumores se mostrou expressivo (Reis, 2020, entrevista).

O Fato ou Fake tem uma equipe de jornalistas que faz monitoramento da desinformação. Os checadores utilizam ferramentas tecnológicas durante a verificação de informações com teor duvidoso. Eles também trocam dados entre si sobre os resultados obtidos. Os profissionais suspeitam de que um conteúdo pode ser um boato, quando a mensagem gera engajamento nas redes sociais. A partir de então, os jornalistas vão apurar a fonte de origem do conteúdo, atentos a descobrir se o conteúdo está fora de contexto, se é atual e se as imagens correspondem à informação divulgada. Posteriormente, os checadores vão procurar ouvir as pessoas mencionadas nessa narração. Também faz parte da investigação, conferir fontes oficiais, testemunhas e especialistas. (Reis, 2020, entrevista), com informações da página do Fato ou Fake, já mencionada.

4.4 Classificação dos resultados

Conforme informações da página do Fato ou Fake, o serviço classifica o resultado do trabalho apurado com o uso de três selos. Esses marcadores recebem a denominação de: “Fato”, em razão da veracidade do conteúdo; “não é bem assim”, quando o conteúdo

está incompleto, parcialmente falso sem comprovação dos fatos apresentados na íntegra; e “Fake”, quando não há nenhuma comprovação baseada em fatos.

4.5 Dicas do Fato ou Fake para checagem das *fake news*

Na página do Fato ou Fake³⁶, os leitores são informados sobre a realização das checagens pelos profissionais de apuração e recebem dicas de como os leitores podem, pessoalmente, apurar os fatos a fim de esclarecer dúvidas e evitar que os conteúdos falsos sejam propagados. As dicas alertam os leitores sobre como eles devem proceder ao receber um conteúdo suspeito. Essas dicas vão desde a primeira etapa, que é desconfiar se uma informação é falsa ou não, até a etapa de investigação. Além de expor o passo a passo para descobrir se as mensagens são falsas ou não, os leitores também são orientados a utilizar, ferramentas disponíveis na Internet, que ajudam a descobrir a fonte do conteúdo.

Em busca de garantir, cada vez mais, a qualidade de checagem e despertar maior interesse do público em esclarecer melhor os fatos, há uma lista de orientações que oferece aos leitores mais independência para fazer suas próprias investigações.

Além de checar os inúmeros boatos nas redes, o Fato ou Fake tem se preocupado em conscientizar as pessoas da importância de desconfiar e se informar sempre. É tarefa de todo cidadão se certificar de que aquilo que está passando à frente é realmente uma informação confiável. Por isso, a equipe já produziu diversas reportagens com dicas para checar uma mensagem falsa (Reis, 2020, entrevista).

Segundo orientações do Fato ou Fake, as dicas básicas criadas pelos próprios checadores, indicam como fazer a leitura do título e do texto antes do compartilhamento. A orientação é desconfiar quando um conteúdo chamar muito atenção, porque há grandes possibilidades de que ele realmente não exista.

³⁶Fato ou Fake (2018). *Saiba como identificar se um conteúdo é falso*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

Geralmente, o conteúdo falso tem título apelativo, sem relação com o texto. Além disso, conteúdos apelativos com manchetes alarmistas têm como finalidade despertar a curiosidade.

Na maioria dos casos, de acordo com informações do site do Fato ou Fake, o alerta é que mensagens intencionais ou feitas para enganar os leitores têm conteúdo exagerado. A intenção é despertar emoções e gerar envolvimento, consequentemente, compartilhamento e interação. Outra situação que deverá ser observada com atenção é a verificação da informação se real ou não. Ao ler um conteúdo deve-se ter atenção especial às informações genéricas, que não citam os envolvidos ou o local do fato. Isso demonstra que os fatos narrados estão incompletos e são pouco confiáveis.

Conforme informações do Fato ou Fake, as notícias de veículos oficiais são mais completas e devem apresentar os detalhes sobre o que está sendo noticiado. Além disso, é importante ficar atento quando o texto apresentado não identificar as fontes das informações. Isso pode ser uma suspeita de que o conteúdo pode ter sido inventado. Outra dica é observar sempre a data de publicação. É comum conteúdos falsos circularem como se fossem recentes. Nesse caso, além da informação não ser atual, ela pode se tornar falsa ou acabar gerando confusão.

Os leitores do Fato ou Fake também são alertados sobre como analisar vídeos, fotos e áudios, antes de compartilhar. Esses formatos de conteúdo também podem ser editados e tirados do contexto. No caso de vídeos, o alerta é para ficar atento à cenas incomuns e procurar a gravação original. Existem alguns áudios que circulam com declarações de pessoas públicas, mas o conteúdo não é de autoria delas. Isso ocorre principalmente com assuntos polêmicos. As fotos compartilhadas na Internet também podem ser manipuladas digitalmente para enganar. Então, quando uma imagem parecer estranha, a orientação é investigar a origem.

O Fato ou Fake também indica que o ideal é verificar as fontes de uma mensagem, mesmo que a informação seja atribuída a um órgão oficial ou a uma organização privada. Outra possibilidade é pesquisar os dados nos sites dos próprios órgãos

públicos, pois a maioria divulga informações nesse ambiente online. Outra busca que deve ser realizada é através do nome do responsável pela informação. Com isso, pode-se descobrir se essa pessoa existe e se faz parte do quadro de funcionários da empresa envolvida.

O serviço Fato ou Fake alerta, ainda, que uma notícia relevante dificilmente não é publicada em um veículo de imprensa. Sendo assim, aconselha a investigar se essa informação também foi publicada em outros veículos. Outra dica fundamental é a verificação das informações duvidosas. Neste caso, é preciso verificar se, junto ao conteúdo, há mensagens apelativas que incentivam à leitura. Exemplo, “mande esse texto para todos os seus contatos” ou “faça essa mensagem chegar ao maior número de pessoas”. Por fim, a orientação do Fato ou Fake é que antes de compartilhar deve-se verificar a origem do conteúdo. Estas informações estão expostas no site do Fato ou Fake.

4.6 Fontes consultadas para apuração das *fake news*

O serviço Fato ou Fake indica, em suas publicações, as fontes que foram consultadas, para verificação das *fake news*. Após publicação do conteúdo na íntegra, na página dedicada ao serviço de checagem, no portal G1, essas informações são divulgadas nas redes sociais do serviço de checagem.

Na busca de garantir a transparência como principal regra, ao revelar as *fake news*, o Fato ou Fake desenvolveu como base três pilares. Primeiro, a “transparência de fontes”, no qual apresenta todo o percurso realizado durante a apuração, até a obtenção dos resultados. Assim, todas as fontes verificadas durante o serviço de checagem serão expostas no texto “sejam pessoas ou instituições”. O outro elemento base é a “transparência de metodologia”, que se resume em mostrar com clareza, desde o trabalho inicial, que é o processo de seleção da mensagem a ser investigada, até a verificação e classificação da checagem. Nesta etapa, destaca-se o que levou o conteúdo a ser apurado e como ocorreram as fases, além de apresentar os motivos da classificação como Fato ou *Fake*.

O terceiro pilar é a “transparência de correções”, utilizado caso ocorra alguma mudança na apuração, que tenha comprometido o seu conteúdo original. “Essa alteração estará devidamente identificada na reportagem” (Reis, 2020, entrevista).

Conforme as publicações analisadas no site do Fato ou Fake, as fontes de apuração podem incluir entrevistas com especialistas, consulta de dados públicos, análise de mídia (como fotos e vídeos), publicações em redes sociais, notícias já publicadas sobre o mesmo caso em veículos oficiais de comunicação e contato com instituições governamentais ou privadas. As informações sobre as fontes das 12 publicações analisadas no portal G1, entre 07 e 16 de maio de 2021, estão em anexo 4.

A exposição das fontes nas publicações checadas mostra aos leitores o caminho percorrido pelos checadores para desmistificar os boatos e apresentar os fatos. Por exemplo, o Fato ou Fake³⁷ descobriu durante uma apuração a existência de um perfil falso no *Facebook*, com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro.

O serviço de checagem apurou que essa desinformação circula pelas redes sociais através de um *print screen* de uma conta no *Instagram* com a foto de Che Guevara e a *hashtag* ou símbolo “#ForaBolsonaro”, atribuída a Fabiano Kipper Mai, autor do ataque a uma creche em Santa Catarina (Sudeste do Brasil), que resultou em cinco mortos. Na ocasião, a Polícia Civil dessa região informou ao Fato ou Fake que continuava investigando a motivação do crime. Conforme apuração do serviço de checagem, o *Facebook* divulgou que a conta era falsa e foi excluída por ter violado os termos da rede social.

O Fato ou Fake não tem vínculo com nenhuma organização internacional. Este serviço de checagem segue o mesmo processo de verificação das fontes do modelo jornalístico tradicional para esclarecer os boatos. “São procurados os especialistas de maior renome em cada área de atuação, bem como as fontes envolvidas em determinado boato” (Reis, 2020, entrevista).

³⁷Domingos, Roney (2021). É #FAKE perfil atribuído a autor de ataque em creche em SC com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/07/e-fake-perfil-atribuido-a-autor-de-ataque-em-creche-em-sc-com-foto-de-che-guevara-e-criticas-a-bolsonaro.ghtml> [Consultado em 09/05/2021].

Capítulo V – Resultados e discussão das publicações do Fato ou Fake

5.1 Destaque dos temas das publicações expondo as *fake news*

A pandemia (Covid-19) foi o tema principal alvo dos boatos, seguida de política e, posteriormente, violência. Esse é o resultado da análise das 12 publicações na página do serviço Fato ou Fake, no portal G1.

Como demonstram os dados analisados e as informações do Fato ou Fake, os principais acontecimentos, alvos dos boatos, são assuntos relacionados à pandemia (Covid-19): com desinformação sobre a ineficácia da vacina e supostos efeitos do imunizante. A temática política também é suscetível à desinformação, sobretudo, relacionada à pandemia e ao momento político do país. A violência também é outro tema alvo dos boatos, principalmente, quando o assunto tem notoriedade nos noticiários.

Portanto, os estudos desta proposta verificaram que as temáticas relacionadas à exposição das *fake news* ficaram na seguinte ordem: pandemia (Covid-19), política e violência, conforme tabela abaixo.

Análise de 12 publicações na página do Fato ou Fake

Tema	Número
Pandemia (Covid-19)	6
Política	4
Violência	2

Fonte: elaborada pela autora.

No primeiro período de pandemia (Covid-19) houve um aumento de boatos espalhados nas redes sociais. O número de *fake news* verificado, em 2020, pelo Fato ou Fake chamou atenção e repercutiu na Internet. No total, foram 1.010 verificações. Esse resultado é considerado um recorde. Nessa ocasião, a equipe do serviço fez a checagem

de 584 boatos disseminados, quase 2/3 referentes ao novo coronavírus, e 426 frases citadas por políticos (Reis, 2020, entrevista).

Entre os textos, áudios e vídeos propagados na Internet e no celular, ganharam destaque os que falavam de curas “milagrosas”, que questionavam a eficácia das máscaras, que propagavam mentiras sobre as vacinas em desenvolvimento, que distorciam dados sobre a Covid-19 e que tentavam colocar em xeque o isolamento social (Reis, 2020, entrevista).

Essas informações demonstram que, geralmente, a propagação das *fake news* cresce ainda mais, com assuntos atuais e que chamam atenção. Por isso, socialmente é comum uma pandemia gerar apreensão e interesse.

Portanto, os acontecimentos recentes são os principais alvos dos rumores propagados nas mídias digitais. Além disso, os boatos podem ser criados a partir de antigos acontecimentos que voltam a circular de forma descontextualizada, como do mesmo modo, um assunto pode ter mais de uma versão.

5.2 Análise das redes sociais

As redes sociais do Fato ou Fake³⁸ foram criadas em julho de 2018, mesmo período em que o serviço de checagem foi lançado. Primeiramente, o conteúdo desmentindo os boatos é publicado na página do Fato ou *Fake*, hospedado no portal G1. Posteriormente, é compartilhado nas redes sociais desse serviço de checagem. Conforme análise, foram compartilhadas 11 publicações no *Facebook*; sendo o mesmo número publicado no *Twitter*. No *Instagram*, foram apenas 4 postagens. Observou-se que a frequência das publicações expondo as *fake news* varia de uma a quatro publicações por dia. Nos últimos dois dias analisados, não houve publicações nas redes sociais do serviço de checagem.

³⁸ Fato ou Fake (2018). *Fato ou Fake está nas redes sociais e no WhatsApp; saiba como acessar e tirar dúvidas*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/fato-ou-fake-estas-redes-sociais-e-no-whatsapp-saiba-como-acessar-e-tirar-duvidas.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

De acordo com dados verificados nesta pesquisa, o Fato ou Fake apresenta um número expressivo de seguidores nas redes sociais, conforme demonstram as informações analisadas em 30 de maio de 2021, organizadas na tabela a seguir e nas imagens em anexo 1.

Número de seguidores das redes sociais do Fato ou Fake em 30 de maio de 2021

<i>Facebook</i>	<i>Twitter</i>	<i>Instagram</i>
1º lugar	2º lugar	3º lugar
154.616	59.000	31.800

Fonte: elaborada pela autora.

As publicações analisadas na rede social *Facebook* tiveram 5.405 *likes*. No total, foram 1.067 comentários e 3.110 compartilhamentos. O *Twitter* ficou em segundo lugar no engajamento. As publicações, no mesmo período observado, registraram 2.858 *likes*, 365 comentários e 1.058 *retweets*. O *Instagram* obteve 425 *likes* e 3 comentários. Essa rede social apresentou pouco engajamento em comparação às outras duas. Isso pode ter ocorrido devido ao número menor de publicações.

Além de ter o maior número de seguidores, o *Facebook* é a rede social do Fato ou Fake que mais teve engajamento. O *Twitter* ficou em segundo lugar, seguido do *Instagram*. As informações completas estão em anexo 2. A posição do engajamento das redes sociais segue em tabela a seguir.

Engajamento das redes sociais do Fato ou Fake

Rede social	Engajamento
<i>Facebook</i>	1ª lugar
<i>Twitter</i>	2ª lugar
<i>Instagram</i>	3ª lugar

Fonte: elaborada pela autora.

Do total de 1.435 comentários registrados no período observado, foram analisados 216, por considerar a clareza da mensagem. Além de alguns comentários repetidos, alguns não são expostos, pois só aparecem as mensagens consideradas mais relevantes pelo sistema de relevância adotado pelas redes sociais, que restringe algumas mensagens.

No período analisado, percebeu-se que não houve interação entre a equipe do Fato ou Fake e seus seguidores nas redes sociais. Assim, o ambiente é livre para as diferentes opiniões.

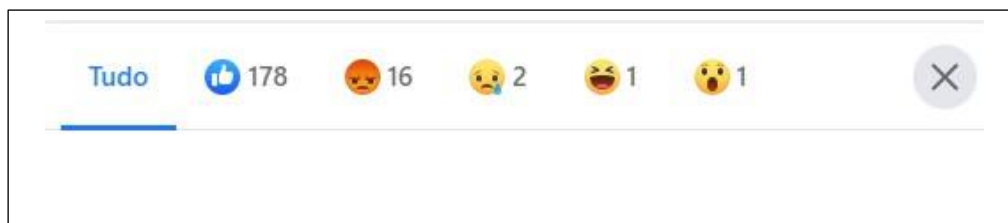
5.3 Comentários e engajamento nas redes sociais

Pandemia (Covid-19) e política são os temas mais suscetíveis à desinformação, especificamente assuntos relacionados à vacina ou às divergências políticas. Houve um aumento da propagação das *fake news*, no primeiro período de pandemia, principalmente sobre “curas milagrosas”, questionamentos sobre a eficácia das máscaras, mentiras sobre as vacinas em desenvolvimento, distorção de dados sobre a Covid-19 e tentativa de desqualificar o isolamento social. As informações são espalhadas através “de textos, áudios e vídeos propagados na internet e no celular” (Reis, 2020, entrevista). No site do Fato ou Fake³⁹ encontram-se dicas para identificar boatos relacionados à pandemia.

Ao analisar os comentários da publicação “É fake que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos”, nota-se a reação dos seguidores das redes sociais do serviço de checagem. Nos comentários há termos atuais, relacionados à pandemia e à situação política do país. O teor de alguns desses comentários, analisados nas redes sociais do Fato ou Fake, pode ser conferido, em resumo, a seguir. O conteúdo na íntegra está em anexo 5.

³⁹ Barros, Giselle (2020). No 1º de abril, seis dicas para identificar mensagens falsas em meio à pandemia do coronavírus. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/04/01/no-1o-de-abril-seis-dicas-para-identificar-mensagens-falsas-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.ghtml> [Consultado em 20/04/2020].

Reações à publicação no *Facebook*



Fonte: Reprodução *Facebook* / Fato ou Fake.

As reações à publicação no *Facebook*⁴⁰ comprovam maior engajamento do público, seja por despertar emoções positivas ou negativas. Os *emojis* proporcionam ao público mais opções para mostrar o envolvimento com o conteúdo.

O botão “curtir” é uma opção para quem aprovou o conteúdo. O “amei” sinaliza que gostou muito de determinada publicação. Enquanto isso, o botão "haha" é para aqueles que acham o conteúdo engraçado, mas conforme análise das reações, esse botão também tem sido usado por aqueles que preferem usar da ironia diante de determinada publicação. O "uau" é usado para reações de surpresas. Já o “triste” demonstra angústia com alguma situação. O "Grr" demonstra raiva, desaprovação e irritabilidade diante da situação exposta. Também há o botão “força” para expressar o desejo de superação para alguma situação difícil.

A análise da rede social *Facebook* mostra que, às vezes, o usuário reage ao conteúdo que não gostaria de ler, com uma reação de raiva ou tristeza. Essas reações expressam o grau de envolvimento com o tema.

Os comentários, em publicação no *Facebook*, demonstram que há uma divisão de opiniões: enquanto uns aprovam a divulgação dos fatos revelando os boatos, outros demonstram desconfiança ou dúvida.

⁴⁰Facebook. [Em linha]. Disponível em <<https://pt-br.facebook.com/business/help/118654155244100>> [Consultado em 20/12/2021].

Comentários na rede social *Instagram*



Fonte: Reprodução *Facebook* / Fato ou Fake.

Esta publicação no *Instagram* teve somente dois comentários. Um deles teve apenas três *emojis* — símbolo muito usado nas redes sociais para expressar os sentimentos sobre algum assunto. O outro comentário demonstra ser irônico em relação ao serviço de checagem.

Comentários na rede social *Twitter*



Fonte: Reprodução *Facebook* / Fato ou Fake.

A publicação com o mesmo tema também foi compartilhada no *Twitter* do Fato ou Fake. O engajamento nessa rede social foi menor e gerou apenas um *tweet* com um comentário.

Segundo informações do Fato ou Fake⁴¹, ao todo, foram 500 checagens publicadas em 2021. Entre os boatos analisados, ao longo do ano, estão “centenas de mensagens, fotos e vídeos”. De acordo com os resultados do Fato ou Fake, mais da metade das publicações era sobre a pandemia do coronavírus. No total, foram 285 boatos. O assunto principal, alvo da desinformação sobre a Covid-19, foi a vacina. Ao todo, contabilizou-se 147 mensagens desmentidas pelo serviço de checagem.

De acordo com o Fato ou Fake, estão na lista das 20 checagens mais lidas em 2021, temas que tiveram destaque no noticiário durante o ano, como a CPI da Covid, a volta do Talibã ao poder no Afeganistão e a morte da cantora Marília Mendonça. Entre os assuntos que mais repercutiram estão: a operação policial na comunidade do Jacarezinho (publicação checada que teve maior audiência), ataques à vacinação e a morte da cantora Marília Mendonça.

Ao analisar as publicações nas redes sociais do Fato ou Fake, a publicação que teve maior engajamento foi “a operação policial na comunidade do Jacarezinho”. A mensagem falsa foi propagada através de um vídeo mostrando uma mulher segurando um fuzil. As imagens mostravam ser a mãe de um dos mortos que deu entrevista à TV Globo pedindo justiça pela morte do filho. Na realidade, a imagem era de outra mulher. Esse caso repercutiu nos noticiários e, acabou sendo alvo das *fake news*, com a propagação de duas versões falsas.

Confira, na tabela a seguir, o resumo com a posição das publicações que mais apresentaram engajamento nas redes sociais. A tabela completa está em anexo 3.

⁴¹ Fato ou Fake. Fato ou Fake chega a 500 checagens publicadas em 2021. [Em linha]. Disponível em <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/12/31/fato-ou-fake-chega-a-500-checagens-publicadas-em-2021-veja-as-mais-lidas.ghml>> [Consultado em 02/01/2022].

Engajamento das 11 publicações nas redes sociais entre 10 e 16 de maio de 2021

Publicações desmentindo as <i>fake news</i>	Engajamento
É fake que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil	1ª lugar
É fake foto que mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro	2ª lugar
É fake que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas	3ª lugar
É fake que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no Governo Bolsonaro	4ª lugar
É fake que governador João Doria evitou a Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer	5ª lugar

Fonte: Elaborada pela autora

Observa-se que embora o boato sobre “a operação policial na comunidade do Jacarezinho” seja sobre violência, muitos comentários nas publicações citam ou associam o tema à política, desviando-se do assunto principal. Porém, esta publicação não é a única. Isso também acontece com outras publicações checadas, expondo os boatos. Por exemplo, sobre pandemia (Covid-19), nos quais muitos usuários associam a exposição da desinformação à política.

5.4 Diversidade dos comentários

A análise dos comentários das publicações nas redes sociais do Fato ou Fake evidenciou que a exposição das *fake news* divide os usuários entre aqueles que criticam a divulgação de informações falsas e os que mostram desconfiança ou dúvida. Muitos tentam desacreditar o conteúdo exposto, fazendo comparações e associações com as conspirações políticas. Apesar das divergências desses usuários, eles têm em comum o uso de termos atuais pejorativos e irônicos. Alguns comentários são dirigidos à imprensa e a políticos. Esse comportamento faz com que esse ambiente *online* se torne polarizado, onde cada indivíduo defende suas ideias e procura anular outras opiniões, inclusive o conteúdo que expõe os boatos.

Confira na tabela, a seguir, a divisão dos comentários entre aqueles que demonstram confiança e os que desconfiam ou têm dúvida em relação ao conteúdo expondo à desinformação.

Comentários analisados nas redes sociais

184 comentários analisados no <i>Facebook</i>	
Indicam confiança no conteúdo e criticam às <i>fake news</i> e à política	109 comentários
Demonstram desconfiança e dúvida à exposição da desinformação	75 comentários
3 comentários analisados no <i>Instagram</i>	
Ironiza o serviço Fato ou Fake	1 comentário
Publicação com <i>emojis</i> demonstra aprovação do conteúdo	1 comentário
Ironiza suposta cura da doença (Covid-19)	1 comentário
29 comentários analisados no <i>Twitter</i>	
Indicam confiança no conteúdo e criticam às <i>fake news</i> e à política	28 comentários
Demonstra dúvida	1 comentário

Fonte: Elaborada pela autora.

Principais opiniões diante da exposição das *fake news*

Demonstram confiança	Demonstram desconfiança ou dúvida
138 comentários	77 comentários

Fonte: Elaborada pela autora.

A diversidade dos comentários e o alto engajamento dependem do tema e também da rede social. Conforme apresentação das análises, os comentários na rede social *Facebook*, com maior engajamento, são divididos entre aqueles que apoiam a exposição das *fake news* e os que menosprezam a informação apresentada, pondo em dúvida as informações e até mesmo o serviço de checagem. Nesses comentários, há termos usados para desqualificar ou criticar o veículo de comunicação em questão.

Alguns termos pejorativos são comumente usados para desacreditar, de forma geral, o trabalho da imprensa.

Geralmente, os seguidores da rede social *Twitter*, fazem críticas sobre as *fake news*, apresentando opiniões relacionadas aos temas expostos. Alguns comentários citam a política como um dos motivos para a propagação da desinformação, mas esse número não é tão expressivo quanto os comentários do *Facebook*. Os usuários do *Twitter* apresentam argumentos mais consistentes, e assim como no *Facebook*, eles têm em comum o uso de expressões irônicas e termos pejorativos atuais.

A rede social *Instagram* apresenta pouco engajamento, provavelmente devido ao menor número de publicações, no período observado. Em dois comentários verificou-se a presença da ironia. Em outro, notou-se uma reação positiva demonstrada por *emojis*, como forma de aprovação ao conteúdo publicado.

De forma geral, os comentários analisados nas redes sociais comprovam que a maioria dos seguidores das redes sociais do Fato ou Fake tem engajamento com a publicação e defende a exposição das *fake news*. Porém, há um número significativo daqueles que desconfiam ou demonstram dúvidas sobre o conteúdo expondo os boatos. Alguns desses indivíduos manifestam suas opiniões, atraídos pelos comentários encontrados, principalmente, quando o assunto é associado à questão política.

As publicações expondo as *fake news* demonstram serem criadas a partir de um fato novo ou de eventos antigos, trazidos para o presente com informações alteradas e, aparentemente, convenientes para chamar atenção para situações atuais.

A dificuldade para enfrentar a desinformação digital, é causada por existir um “desequilíbrio fundamental entre a mentira e a verdade”. Os boatos são propagados nas redes sociais de forma veloz e perturbadora, por não existir responsabilidade referente a esses conteúdos. Sendo assim, cada indivíduo expressa sua opinião. Neste cenário, “cada um tem a impressão que sua opinião vale alguma coisa e merece ser expressa”. As afirmações não exigem prova, nem levam em consideração ideias contrárias. Em compensação, a busca pela verdade não é uma tarefa fácil, pois exige empenho e tempo.

Neste contexto, não há espaço para competição entre fatos e inverdades, pois enquanto de um lado há “expressões de pulsões (muitas vezes agressivas), de desejos, de fantasias, do narcisismo”, do outro lado há informações provisórias, elementos de debates, que demandam outros meios como conhecimento e disciplina (Lená, 2021, entrevista).

Não pensamos sozinhos ou sem o apoio de ferramentas, segundo o pensamento de (Levy, 2011, p. 95):

Nós, seres humanos, jamais pensamos sozinhos ou sem ferramentas. As instituições, as línguas, os sistemas de signos, as técnicas de comunicação, de representação e de registro informam profundamente nossas atividades cognitivas: toda uma sociedade cosmopolita pensa dentro de nós. Por esse motivo, não obstante a permanência das estruturas neuronais de base, o pensamento é profundamente histórico, datado e situado, não apenas em seu propósito, mas também em seus procedimentos e modos de ação (...) (Levy, 2011, p. 95).

Neste sentido, reproduzimos em nossos comportamentos processos construídos ao longo de nossa história.

Levy (2011, p. 97) nomeia “inteligência” de “o conjunto canônico das aptidões cognitivas” formada pelo conhecimento, capacidade de percepção, de lembrança, aprendizado, imaginação e raciocínio. À medida que os indivíduos possuem esse conjunto de habilidades, são todos considerados inteligentes. Porém, “o exercício de suas capacidades cognitivas implica uma parte coletiva ou social geralmente subestimada”.

Não pensamos sozinhos, mas sempre em direção de “um diálogo ou de um multidialogo, real ou imaginado” (Levy, 2011, p. 97).

Não exercemos nossas faculdades mentais superiores senão em função de uma implicação em comunidades vivas com suas heranças, seus conflitos e seus projetos. Em plano de fundo ou em primeiro plano, essas comunidades estão sempre presentes

no menor de nossos pensamentos, quer elas forneçam interlocutores, instrumentos intelectuais ou objetos de reflexão. Conhecimentos, valores e ferramentas transmitidos pela cultura constituem o contexto nutritivo, o caldo intelectual e moral a partir do qual os pensamentos individuais se desenvolvem, tecem suas pequenas variações e produzem às vezes inovações importantes (Levy, 2011, p. 97).

Assim sendo, Levy (2011) sugere uma reflexão de que em maior ou menor grau, nossos pensamentos são influenciados pelo ambiente social. Desse modo, o aprendizado e as regras sociais formam a base intelectual e moral quando as ideias individuais vão se desenvolvendo, até constituírem suas pequenas mudanças e, em alguns casos, realizam importantes criações.

5.5 Comportamento nas redes sociais

O ambiente *online* permite uma comunicação horizontal, rompendo com uma característica comum aos veículos tradicionais de comunicação, pois antes a organização comunicacional acontecia entre “um emissor e muitos receptores”. Se antes as informações tinham como fonte uma determinada matriz e, eram direcionadas para a massa, agora as informações partem de diferentes grupos, gerando novas conexões (Canavilhas, Ferrari, 2018, p.38).

Nesse sentido, a Internet proporciona, em primeiro lugar, a multiplicidade e heterogeneidade das ligações. Cada ponto da rede pode realizar ligações infinitas com múltiplos pontos desde descentralizados, um rizoma geolocalizável de ocupação de espaços, que estão em constante movimento, pois vive-se um presente “tagueado”, ou seja, um tempo que pode ser resgatado a qualquer minuto por bases de dados, mas que não se torna desejado, uma vez que a presentificação se impõe sobre a memória (Canavilhas, Ferrari, 2018, p.38).

Nas mídias digitais, os acontecimentos permeiam as diversas interpretações, com base em experiências dos usuários. Ou seja, o espaço *online* acaba gerando muitas informações descontextualizadas.

Para Lipovetsky (2019, p. 31), a “leveza” é usada como forma de encerrar a realidade no cotidiano.

Se o combate do leve contra o pesado é constitutivo da era moderna, tal não significa que as sociedades anteriores tenham ignorado a exigência de responder à necessidade psicológica de aligeirar, pelo menos, pontualmente, a existência dos homens. Muitos dados etnológicos e históricos revelam que as sociedades humanas tiveram sempre à sua disposição práticas, instituições e crenças que permitiam aliviar diversos sofrimentos, colocar entre parêntesis as desgraças da vida, esquecer o peso das coisas <<sérias>> (Lipovetsky, 2016, p. 31).

Esta forma de viver com “leveza” não faz parte apenas da modernidade, pois já era encontrada nas sociedades antigas. Essa maneira de encarar o cotidiano não deve ser percebida como inconsequente ou sem alguma relevância, pois antropologicamente, isso significa, sobretudo, uma “necessidade psicológica” que faz parte da natureza humana. Uma necessidade fundamental, que faz com que haja a busca de “descontração, de brincadeira, de descompressão, como maneiras de sentir um certo estado de bem-estar (...)” (Lipovetsky, 2016, p.31).

Desde o princípio dos tempos que jogos, festas, divertimento, espetáculos, comédias e pândegas pontuaram o desenvolvimento das sociedades, de momentos de prazer, de riso, de alegria, como forma de escapar à gravidade do social, de fugir dos constrangimentos da seriedade e dos diferentes medos que oprimem os homens (...) (Lipovetsky, 2016, pp.31-32).

Em outras palavras, quando o indivíduo entra em contato com situações desagradáveis, no cotidiano, tem a sensação de desconforto. Com isso, o indivíduo está sempre buscando se esquivar da realidade para aliviar os problemas do cotidiano.

A “(...) ubiquidade das interfaces tecnológicas” leva os usuários dessas redes tecnológicas, de maneira inevitável, à busca de o máximo de “influência e adaptação” (Crary, 2016, p. 66).

Mas a competência adquirida com cada aplicativo ou ferramenta particular na verdade potencializa a harmonização com as exigências funcionais intrínsecas que visam reduzir continuamente o tempo de cada troca ou operação (Crary, 2016, p. 66).

Nesta perspectiva, aparelhos tecnológicos requerem um manejo especial, uma agilidade e um conhecimento, praticamente, contínuos. Essa situação, além de satisfatória empolga, devido à desenvoltura em poder fazer algo com competência. Ou seja, pode-se chamar de “recompensador de recursos tecnológicos” (Crary, 2016, p. 66).

O sentimento de engenhosidade individual pode provocar, por um tempo, a convicção de que estamos do lado vencedor do sistema, de que de alguma forma largamos na frente; mas, ao fim, há um nivelamento generalizado de todos os usuários, transformados em objetos indistintos da mesma expropriação em massa – de tempo e práxis (Crary, 2016, pp. 66-67).

Nesta lógica, nota-se que ao participar ativamente das plataformas digitais e apresentar desenvoltura no manuseio das ferramentas, produz-se um sentimento e uma certeza de pertencimento. No entanto, isso na realidade gera um efeito de nivelção que se torna comum, pois todos que usam as tecnologias fazem parte de um mesmo sistema.

Assim, ao analisar o comportamento dos seguidores das redes sociais do Fato ou *Fake*, percebe-se que eles exploram todas as ferramentas de interação, embora isso exija mais tempo. Esse comportamento sugere a ideia de pertencimento ao grupo, que repete as mesmas atividades e demonstra habilidade, mas na verdade pode fazer parte daquele nivelamento, no qual todos os usuários são destinados a se transformar em objetos pertencentes à massificação.

O ambiente virtual mostra “novos caminhos para a discordância” e para a “participação”, como também oferece “novas proteções para possíveis revolucionários”.

A maioria dos dissidentes vai sentir mais segurança pela “adoção em massa das novas tecnologias de comunicação”, mesmo que “os riscos físicos enfrentados não mudem” (Cohen, Schmidt, 2013, p. 131).

Tampouco a conectividade protegerá todos os ativistas de forma igualitária; nos países onde o governo é mais capaz tecnicamente, os dissidentes talvez se sintam tão vulneráveis on-line quanto nas ruas. Prisões, assédio, tortura e execuções extrajudiciais não deixarão de existir, porém de um modo geral, o anonimato propiciado pela internet e o poder das tecnologias de comunicação em rede proporcionarão aos ativistas e aos possíveis participantes uma nova camada de isolamento protetor que os estimulará a seguir em frente (Cohen, Schmidt, 2013, p. 131).

O excesso de novas “vozes on-line” e o ruído por elas gerado vão exigir uma definição sobre o que “é dissidente”. Pois, nem todos os indivíduos que divulgam “livremente suas opiniões na internet — o que, até certo ponto, equivale à quase totalidade de usuários — podem ser considerados dissidentes” (Cohen, Schmidt, 2013, p. 133).

Os novos líderes dissidentes serão aqueles capazes de comandar seus seguidores e orientar seu apoio virtual; os que tiverem habilidades demonstráveis com ferramentas de marketing digital e que, mais importante, se dispuserem a se arriscar fisicamente. O ativismo digital, em especial quando feito de maneira remota e anônima, reduz as chances de conquistar apoio; por isso, os verdadeiros líderes vão se destacar ao assumirem riscos físicos que seus seguidores virtuais não podem ou não querem assumir (...) (Cohen, Schmidt, 2013, p. 133).

Neste sentido, o espaço *online* propicia liberdade para divergências, demonstrando certa segurança para aqueles que querem participar. Essa segurança é gerada devido à aceitação massificada das tecnologias. Porém, como diz Cohen e Schmidt (2013) nem todos vão se sentir seguros, pois a segurança depende também de ações políticas eficientes. Portanto, o espaço online oferece a oportunidade para expor opiniões e aparente liberdade para interagir, mas é preciso arriscar-se, comprovar habilidades em

ferramentas digitais, além de se dispor para arriscar-se fisicamente, o que nem todos podem ou têm disposição para assumir.

Na dimensão da Internet, os acontecimentos permeiam as diversas interpretações, baseadas em experiências teóricas e empíricas dos usuários. Ou seja, a conexão da rede mundial de computadores gera muitas informações descontextualizadas e, conseqüentemente, diferentes formas de lidar com as situações e interpretações da realidade.

Conclusão

Este trabalho ressalta, de maneira delimitada, o monitoramento e a apuração das *fake news*, além do fenômeno pós-verdade, com base na análise de um serviço de checagem, cuja função é atuar desde a descoberta de boatos até a apuração e a exposição dos resultados. Neste estudo, foi possível observar que investigar os fatos para revelar as *fake news*, na busca de separar o que é verdade do que não é, tem se destacado cada vez mais no jornalismo contemporâneo, sobretudo, diante do avanço da tecnologia. Além da propagação das *fake news*, o fenômeno pós-verdade interfere nos comportamentos por envolver um conjunto de inclinações pessoais como conceitos, crenças e valores.

Por meio desta proposta, alcançaram-se alguns resultados que correspondem aos objetivos. Concluiu-se que, na atualidade, a verificação dos boatos por um serviço de checagem se mostra fundamental para esclarecimento e exposição das *fake news*. A metodologia usada pelas agências de checagem para investigar os boatos tem como base critérios do jornalismo tradicional. As fontes consultadas, expostas nas publicações checadas, permitem conferir a origem dessas informações que revelam as *fake news*, pois qualquer pessoa poderá consultá-las.

Um serviço de checagem desenvolve a apuração com base em fontes como entrevistas, análise de documentos, sites e mídias (fotos, vídeos e áudios). Sendo assim, as informações apresentadas pelo serviço de checagem se mostram sustentáveis, considerando a possibilidade de poder conferir as fontes divulgadas em suas publicações. Por isso, considerou-se importante compreender a maneira como são produzidos os conteúdos das agências de monitoramento, como também entender a repercussão, após a revelação das *fake news* nas redes sociais, em contraposição aos boatos.

O tema mais suscetível às *fake news* é a pandemia (Covid-19), seguido de política. Por último, o tema violência. Os assuntos sobre a pandemia apresentam boatos sobre os efeitos colaterais provocados pela vacina ou casos que colocam em dúvida a sua eficácia. Política é um dos assuntos que mais gera repercussão e, inclusive, é inserido nos comentários em publicações que não fazem parte da temática.

Por último, violência, que apesar de não ser um tema tão debatido, uma publicação apresentou maior engajamento. Os acontecimentos recentes são os alvos dos rumores nas redes sociais e aplicativos de mensagem. Além disso, antigos acontecimentos circulam de forma descontextualizada como também um mesmo assunto pode ter mais de uma versão, em forma de boato.

Através da análise dos dados obtidos percebeu-se que o serviço de checagem, geralmente, escolhe para verificação das *fake news*, as publicações com base na sua repercussão nas redes sociais e em aplicativos de mensagem. A divulgação dos fatos, desmentindo as *fake news*, desperta diferentes reações e divide opiniões entre aqueles que demonstram confiar no conteúdo e nos que desconfiam ou têm dúvidas. Felizmente, a maioria se mostra contra a proliferação das *fake news*. Vale ressaltar que o total de indivíduos que menosprezam as informações expondo as *fake news* é significativo e merece atenção especial. Nessa divisão entre acreditar ou não nos fatos que desmentem os boatos, os indivíduos têm em comum o uso da ironia e de termos pejorativos relacionados à política atual do país. Por consequência, esse comportamento semelhante reproduzido nos comentários, estimula a polarização.

A análise dos comentários, ao longo deste trabalho, permitiu corroborar com as discussões de que na atualidade há imensos desafios tanto para o jornalismo quanto para as agências de checagem. No decorrer deste trabalho, observou-se que os seguidores das redes sociais do serviço Fato ou Fake demonstram suas reações tanto através dos comentários quanto por meio dos compartilhamentos e curtidas. A exposição de opiniões através dos comentários analisados evidencia o teor de subjetividade, característica da pós-verdade.

No período analisado, verificou-se que a frequência das publicações nas redes sociais do Fato ou Fake era de uma a quatro por dia. A constância das publicações se mostra expressiva por tratar-se de informações que desmentem os boatos. Percebeu-se também que o serviço de checagem Fato ou Fake não interagiu com seus seguidores em nenhuma rede social, ficando o espaço completamente livre para as divergências de opiniões.

O jornalismo tradicional adota na redação diferentes práticas na produção de informações para depois publicá-las. Enquanto isso, as agências de checagem buscam conferir informações que já foram propagadas, ou seja, vão à procura da veracidade dos acontecimentos. Na Internet há um volume imenso de publicações, porém, muitas informações não apresentam fontes confiáveis, que assegurem a legitimidade do conteúdo. Assim, enquanto cresce o número de informações sem compromisso com a veracidade dos fatos, por outro lado, aumenta o número de agências de checagem.

Na amplitude da Internet, os acontecimentos têm dimensões ainda maiores e, através do engajamento nas redes sociais, um mesmo assunto pode gerar diversas interpretações, confundindo os indivíduos e desviando o sentido do assunto principal. A facilidade de comunicação e da interação através das mídias digitais transmite a ideia de que há liberdade e possibilidade de debater, democraticamente, questões da atualidade. O indivíduo subentende que tem liberdade para fazer suas escolhas, em conformidade aos seus próprios desejos, agindo de acordo com a realidade da qual ele não tem conhecimento. Isso pode dificultar a distinção entre fatos e desinformação.

A proposta desta pesquisa é contribuir para melhor compreensão das *fake news* e das etapas do trabalho das agências de checagem além de ampliar o entendimento sobre os comportamentos dos indivíduos, ao ter contato com uma informação desmentindo os boatos. Dessa forma, os resultados aqui expostos, sugestivamente, podem contribuir com outras pesquisas, na busca de novas revelações. Os dados desta proposta também podem servir como referência para acompanhar as possíveis mudanças comunicacionais, com desafios que vão além do ambiente virtual.

Em suma, o cenário atual sinaliza que o jornalismo e as agências de checagem precisam manter-se em alerta para enfrentar grandes desafios. O alto volume de boatos na Internet e o número de indivíduos que demonstram acreditar na desinformação, do que nas publicações apresentando os fatos, podem contribuir ainda mais para a propagação das *fake news*. A produção diária de conteúdo e a busca para manter a confiança tornaram-se grandes desafios para o jornalismo e, sobretudo, para as agências de checagem, que procuram sustentar a veracidade dos fatos, ao mesmo tempo, que precisam manter a credibilidade.

Referências Bibliográficas

1. Livros e artigos

Agamben, G. (2013). *O que é o contemporâneo? e outros ensaios*. Tradução: Vinícius Nicastro Honesko. Chapecó, Editora Argos, 4ª Reimpressão, pp.64-65.

³Aral S.; Roy, D.; Vosoughi, S. The spread of true and false news online. *Science*. Washington, D.C. Published 9 March, 2018. Vol. 359, Issue 6380, pp. 1146-1151. DOI: <10.1126/science.aap9559> [Consultado em 23/09/2020].

²⁹Aos Fatos. [Em linha]. Disponível em <<https://www.aosfatos.org/noticias/aos-fatos-lanca-sistema-de-monitoramento-em-tempo-real-contradesinformacao/>> [Consultado em 20/09/2021].

²⁷Aos Fatos. [Em linha]. Disponível em <aosfatos.org/nosso-m%C3%A9todo/> [Consultado em 22/03/2021].

²⁴Aos Fatos. Disponível em <aosfatos.org/cheragem-de-fatos-ou-fact-checking/> [Consultado em 22/03/2021].

³⁹Barros, G. (2020). *No 1º de abril, seis dicas para identificar mensagens falsas em meio à pandemia do coronavírus*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/04/01/no-1o-de-abril-seis-dicas-para-identificar-mensagens-falsas-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.ghtml> [Consultado em 20/04/2020].

Barroso, P., E., Estrada, R. (2018), p. 306, apud Pacheco P., 2017. De Hípias Menor a Trump: das virtudes do erro (e da mentira) ao erro da pós-verdade. *Estudos de Comunicação*, Vol. 1, nº 26, pp. 301-302, DOI: 10.20287/ec.n26.v1.a17.

Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Tradução: Plínio Dentzien. Rio de Janeiro, Editora Zahar, pp.26-27.

⁴ Collins English Dictionary. [Em linha]. Disponível em <www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news> [Consultado em 26/02/2020].

13 Cambridge Dictionary (2016). [Em linha]. Disponível em <dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/post-truth> Consultado em [29/10/2019].

Canavilhas, J.; Ferrari, P. (2018). Fact-checking: o jornalismo regressa às origens. [Em linha]. DOI: <<http://hdl.handle.net/10400.6/6892>> [Consultado em 06/09/2019], p. 38.

Castells, M. (2019) O poder da comunicação. Tradução: Vera Lúcia Mello Joscelyne. Rio de Janeiro/São Paulo, Editora Paz & Terra, 3ª edição, pp. 29-30.

Cohen, J.; Schmidt, E. (2013). A Nova Era Digital. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues e Rogério Durst. Rio de Janeiro, Editora Intrínseca 1ª edição, pp. 57-58-61-131-133.

⁸Confessore, N. (2018). Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout So Far. [Em linha]. Disponível em <www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html> Consultado em [10/05/2020].

Costa, C. T. “Verdades e mentiras no ecossistema digital”, Revista USP, Brasil, nº 116, pp. 7-18, semanal, publicação maio de 2018. ISSN: 2316-9036. DOI: 10.11606/issn.2316-9036.v0i116p7-18. [Consultado em 21/03/2021], p. 9.

Crary, J. (2016) “24/7: capitalismo tardio e os fins do sono”. Tradução: Joaquim Toledo Jr. São Paulo, Ubu Editora, 1ª edição, pp. 66-67-68-84-85.

¹¹Derakhshan, H.; Wardle, C. (2017). Information disorder. [Em linha]. Disponível em <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>> [Consultado em 15/04/2020].

³¹Dizikes, P. (2018). Study:On Twitter, false news travels faster than true stories. [Em linha]. Disponível em <news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> [Consultado em 23/09/2020].

¹⁰Facebook. [Em linha]. Disponível em <www.facebook.com/communitystandards/introduction> [Consultado em 10/04/2020].

²²Facebook. [Em linha]. Disponível em <facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking> [Consultado em 22/03/2021].

⁴⁰Facebook. [Em linha]. Disponível em <<https://pt-br.facebook.com/business/help/118654155244100>> [Consultado em 20/12/2021].

¹⁶FactCheck.org. [Em linha]. Disponível em <factcheck.org/spindetectors/about/> [Consultado em 05/02/2021].

²⁸FactCheck.org. [Em linha]. Disponível em <factcheck.org/our-process/> [Consultado em 08/02/2021].

⁵First Draft News (2017). *Understanding and Addressing the Disinformation Ecosystem*. [Em linha]. Disponível em <www.firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf?x72166> [Consultado em 10/01/2020].

³⁴Fato ou Fake (2018). *G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

³⁶Fato ou Fake (2018). *Saiba como identificar se um conteúdo é falso*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

³⁸Fato ou Fake (2018). *Fato ou Fake está nas redes sociais e no WhatsApp; saiba como acessar e tirar dúvidas*. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/fato-ou-fake-esta-nas-redes-sociais-e-no-whatsapp-saiba-como-acessar-e-tirar-duvidas.ghtml> [Consultado em 10/04/2020].

⁴¹Fato ou Fake (2021). *Fato ou Fake chega a 500 checagens publicadas em 2021*. [Em linha]. Disponível em <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/12/31/fato-ou-fake-chega-a-500-checagens-publicadas-em-2021-veja-as-mais-lidas.ghtml>> [Consultado em 02/01/2022].

³³História Grupo Globo. [Em linha]. Disponível em <robertomarinho.globo.com/hgg/> [Consultado em 10/04/2020].

⁹Gleicher, N. (2020). *Removing Coordinated Inauthentic Behavior*. [Em linha]. Disponível em <www.about.fb.com/news/2020/07/removing-political-coordinated-inauthentic-behavior/> [Consultado em 24/09/2020].

³Global Desinformation Index (GDI) 2019. [Em linha]. Disponível em <www.disinformationindex.org/wp-content/uploads/2019/09/GDI_Ad-tech_Report_Screen_AW16.pdf> [Consultado em 19/02/2020].

Graves, L. (2013). *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*. Doctor of Philosophy. Columbia University, New York, Estados Unidos, pp. 3-4. DOI <<https://doi.org/10.7916/D8XG9Z7C>>. [Consultado em 20/12/2019].

¹⁸Kessler, G. (2017). *About The Fact Checker*. [Em linha]. Disponível em <washingtonpost.com/politics/2019/01/07/about-fact-checker/> [Consultado em 20/03/2020].

Lévi, P. (2011). *O que é o virtual*. Tradução: Paulo Neves. São Paulo, Editora 34, 2ª edição, pp. 95-97.

Lipovetsky, G. (2016). *Da leveza para uma civilização do ligeiro*. Tradução: Pedro Elói Duarte. Lisboa/Portugal, Edições 70, 1ª edição, pp. 31-32.

²³Lupa. [Em linha]. Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-checadas/>> [Consultado em 22/03/2021].

¹⁴Luther, J.; Stencel, M. (2020). Fact-checking count tops 300 for the first time. [Em linha]. Disponível em <www.reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/> [Consultado em 05/02/2021].

Martins, H. (organização), et al (2020). *Desinformação: crise política e saídas democráticas para as fake news*. Formato: eBook Kindle. São Paulo, Editora Veneta - parceria com o Coletivo Intervezes, 1º edição, p. 2.

³²Memória Globo. [Em linha]. Disponível em <memoriaglobo.globo.com/perfil/roberto-marinho/perfil-completo/> [Consultado em 10/04/2020].

²⁶Monnerat, A. (2019). Estadão Verifica recebe certificado de entidade internacional de fact-checking. [Em linha]. Disponível em <politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/estadao-verifica-recebe-certificacao-de-entidade-internacional-de-fact-checking/> [Consultado em 08/10/2020].

Moraes, D. de. (2016). *Crítica da mídia & Hegemonia Cultural*. Rio de Janeiro, Mauad X: Faperj, 1º edição, p 185.

Mourin, E. (2019) *Ciência com consciência*. Tradução Maria D. Alexandre e Maria Alice Araripe de Sampaio Doria. Rio de Janeiro, Editora Bertrand Brasil, Editora Revista, modificada pelo autor - 19ª Edição, p.109.

Mouriquand, J. (1990). *O jornalismo de investigação*. Tradução: Mário Matos e Lemos. Portugal, Editorial Inquérito, Ltda. Edição nº 824004, pp. 10-11.

⁷OberCom (2018). As fake news numa sociedade pós-verdade. [Em linha]. Disponível em <www.obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf> [Consultado em 12/01/2020].

¹⁵OberCom (2020). Agências de notícias e fact-checking. [Em linha]. Disponível em <obercom.pt/wp-content/uploads/2020/11/Agencias_factchecking_Nov2020.pdf> Consultado em [24/02/2021].

¹²Oxford Dictionaries. [Em linha]. Disponível em <www.languages.oup.com/word-of-the-year/2016/> [Consultado em 30/10/2019].

²⁰Poynter (2020). *Code of Principles*. [Em linha]. Disponível em <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/storage/docs/IFCN-s-Code-of-Principles-Transparency-Report-for-2020.pdf?v=2>> [Consultado em 21/02/2021].

²¹Poynter. [Em linha]. Disponível em <ifcncodeofprinciples.poynter.org/> [Consultado em 21/02/2021].

¹⁹Poynter. [Em linha]. Disponível em <poynter.org/ifcn/> [Consultado em 21/02/2021].

²⁵Projeto Comprova. [Em linha]. Disponível em <politica.estadao.com.br/blogs/estadao-verifica/projeto-comprova-inicia-checagem-de-conteudos-sobre-o-novo-coronavirus/> [Consultado em 08/10/2020].

²⁹PolitiFact (2018). [Em linha]. Disponível em <politifact.com/article/2018/feb/12/principles-truth-o-meter-politifacts-methodology-i/> [Consultado em 20/03/2020].

¹Reuters Institute Digital News Report 2019. [Em linha]. Disponível em <reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-6/DNR_2019_FINAL_1.pdf> [Consultado em 08/02/2020].

²Reuters Institute Digital News Report 2020. [Em linha]. Disponível em <reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf> [Consultado em 24/09/2020].

Santos, N. K. (2018). Em busca da credibilidade perdida: a rede de investimento jornalística na era das fake news. Doutorado em comunicação e semiótica, PUC, São Paulo, pp-44-45. Disponível em <<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/21857/2/Kassia%20Nobre%20dos%20Santos.pdf>> [Consultado em 22/07/2020].

Seibt, T. (2019). Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil. Doutorado em comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, Porto Alegre, p. 27. Disponível em <<http://hdl.handle.net/10183/193359>> [Consultado em 20/12/2019].

Sousa, J. (2002). Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em <www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf> [Consultado em 05/04/2020], p.8.

Instagram: [Em linha]. Disponível em <<https://www.instagram.com/fatooufake/>> [Consultado em 09/06/2021].

2. Mídias digitais do Fato ou Fake

G1: [Em linha]. Disponível em <g1.com.br/fato-ou-fake> [Consultado em 09/06/2021].

Instagram: [Em linha]. Disponível em <<https://www.instagram.com/fatooufake/>> [Consultado em 09/06/2021].

Facebook: [Em linha]. Disponível em <<https://www.facebook.com/fatooufake/>> [Consultado em 09/06/2021].

Twitter: [Em linha]. Disponível em <<https://twitter.com/fatooufake>> [Consultado em 09/06/2021].

3. Publicações analisadas no site do Fato ou Fake

Boeckel, C. et (2021). É #FAKE que vídeo mostre execução cometida por policiais no Jacarezinho. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/11/e-fake-que-video-mostre-execucao-cometida-por-policiais-no-jacarezinho.ghtml> [Consultado em 12/05/2021].

Domingos, R. (2021). É #FAKE que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/10/e-fake-que-bebe-de-2-anos-morreu-apos-receber-vacina-da-pfizer-durante-teste.ghtml> [Consultado em 11/05/2021].

_____ É #FAKE que Doria evitou Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/11/e-fake-que-doria-evitou-coronavac-e-foi-flagrado-na-fila-da-vacina-da-pfizer.ghtml> [Consultado em 12/05/2021].

³⁷ _____ É #FAKE perfil atribuído a autor de ataque em creche em SC com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/07/e-fake-perfil-atribuido-a-autor-de-ataque-em-creche-em-sc-com-foto-de-che-guevara-e-criticas-a-bolsonaro.ghtml> [Consultado em 08/05/2021].

_____ (É #FAKE que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vacinas contra Covid em aeroporto. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/07/e-fake-que-governo-do-ceara-nao-enviou-ninguem-para-receber-carga-de-vacinas-contr-covid-em-aeroporto.ghtml> [Consultado em 08/05/2021].

_____ É #FAKE que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no governo Bolsonaro. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/11/e-fake-que-primeira-colheita-de-trigo-do-nordeste-ocorreu-no-governo-bolsonaro.ghtml> [Consultado em 12/05/2021].

_____ É #FAKE que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má-formação em fetos. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/12/e-fake-que-pfizer-fez-alerta-de-que-vacina-contracovid-19-causa-ma-formacao-em-fetos.ghtml> [Consultado em 13/05/2021].

_____ É #FAKE que foto mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/12/e-fake-que-foto-mostre-paraquedistas-e-motoqueiros-em-ato-de-apoio-a-bolsonaro.ghtml> [Consultado em 13/05/2021].

_____ É #FAKE que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/14/e-fake-que-lula-doou-r-25-milhoes-ao-grupo-hamas.ghtml> [Consultado em 15/05/2021].

_____ É #FAKE que vacina contra a Covid-19 provoca câncer de mama. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/13/e-fake-que-vacina-contraa-covid-19-provoca-cancer-de-mama.ghtml> [Consultado em 20/03/2020].

_____ É #FAKE que vacina da Pfizer terá chip da Microsoft para prevenir efeitos colaterais. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/14/e-fake-que-vacina-da-pfizer-tera-chip-da-microsoft-para-prevenir-efeitos-colaterais.ghtml> [Consultado em 14/05/2021].

Fato ou Fake (2021). É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil. [Em linha]. Disponível em <g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2021/05/10/e-fake-que-video-mostre-mae-de-um-dos-mortos-no-jacarezinho-segurando-e-brincando-com-fuzil.ghtml> [Consultado em 11/05/2021].

Apêndices

1. Entrevista 1

Léna, Philippe. Professor e pesquisador emérito do (IRD-Paris), possui graduação em História e Geografia (Sorbonne, 1970) e doutorado em Geografia Humana (Universidade de Paris I Panthéon Sorbonne, 1980). O professor tem se dedicando ao estudo das contradições do desenvolvimento na Amazônia e às políticas públicas visando a sustentabilidade. Entrevista concedida à autora, por e-mail, em 18 de maio de 2021.

Qual sua visão de pesquisador acadêmico sobre as agência de checagens ou *fact-checking* dedicadas a revelar a desinformação?

O *fact-checking* está se expandindo (canais de TV, jornais, grupos “especializados” etc.) como resposta à invasão das notícias falsas ou distorcidas nas redes sociais (principalmente). Trata-se de um “contrafogo” necessário e urgente para evitar que um número maior de cidadãos acredite em notícias falsas, com consequências potencialmente dramáticas para a democracia. Vale notar, porém, que todas as negações são inúteis para as pessoas que têm fé nessas afirmações falsas, ao contrário, para elas a negação é a prova que estão certas e que existe uma realidade paralela, um complô (eventualmente mundial) que procura esconder a “verdade”.

Como minimizar o impacto da desinformação nas mudanças sociais, políticas, culturais, econômicas e ambientais?

A desinformação (ou a mentira) sempre foi uma arma política para manipular as massas. Os regimes autoritários como a Alemanha Nazista ou a ex União Soviética se aproveitaram dos novos meios de comunicação (rádio, cinema e depois TV) para expandir a prática, que foi institucionalizada (agências de (des)informação de Estado). Se chamava “propaganda” e existiram até ministérios da propaganda. Nas democracias (embora a democracia seja sempre imperfeita) a Constituição garante a liberdade de informação. A imprensa e o jornalismo de investigação têm o papel de revelar os

eventuais abusos de poder (do Estado e também de grupos econômicos ou outros), os cidadãos têm a possibilidade de se organizar e formar grupos e contrapoderes, questionar as versões oficiais, etc. A informação se encontra assim no centro de jogos de poder. O que surgiu de novo nos últimos 10 anos é a possibilidade de difundir informação (e desinformação, mentiras...) numa escala inimaginável até então através das redes sociais. Cada cidadão é bombardeado diariamente por centenas de informações que ele não tem condição de verificar e que, graças aos algoritmos, vão ser selecionadas em função das suas orientações ideológicas, dando a impressão que multidões pensam igual a ele. Esse fenômeno novo já influenciou eleições de grande porte no mundo, a começar pelo *Brexit*, as eleições norte-americanas de 2016 e do Brasil em 2018. As sociedades não aprenderam ainda a se defender contra as consequências dessa nova ferramenta.

O que podemos esperar do futuro com tantas informações alteradas?

Se nada for feito, o futuro é muito sombrio. O funcionamento democrático (seja qual for o tipo de democracia, levando em conta que não devemos confundir o ideal democrático e suas formas atuais) precisa de um “mundo comum”, de um mundo compartilhado, em que pode haver (e deve haver) multiplicidade de opiniões, de pontos de vista, que são objeto de debates públicos, mas que aceita regras básicas comuns: princípio de não contradição, argumentos racionais, objetividade etc. O que supõe a existência da categoria de “verdade”. Sem busca sincera pela verdade, não pode haver consenso mínimo nem mundo comum.

Historicamente, como a desinformação se fortaleceu ao longo dos anos, e como frear esse avanço nas mídias digitais?

O fortalecimento incontestável da desinformação nos últimos anos tem que ser situado nas transformações do mundo econômico, sociocultural e político que observamos desde o início dos anos 1990: globalização, concorrência desenfreada, perda de referências culturais, ausência de projetos políticos emancipatórios etc. Por isso, parece difícil frear esse avanço contando somente com a autodisciplina das plataformas. Essas

podem até fechar a conta de um político que mente descaradamente ou propaga racismo, mas não vão matar a “galinha dos ovos de ouro”. Também seria bom demais afirmar que um nível mais elevado de educação formal (desenvolvimento do conhecimento e do pensamento crítico, reflexivo) seria “a” solução (embora possa representar uma importante contribuição). Infelizmente, vimos com a pandemia da Covid-19 alguns intelectuais de primeiro plano cair no complotismo. Isso deve nos interrogar. Soluções “técnicas” poderiam surtir efeitos, tais como acabar com o anonimato, instaurar a responsabilidade penal etc. Mas é provável que transformações sociais mais profundas sejam necessárias.

Qual sua visão de pesquisador sobre esses fenômenos como: pós-verdade, teorias conspiratórias, negacionismo, *fake news*?

É um fenômeno complexo que mobiliza a cada dia um maior número de pesquisadores. Existem muitas interpretações (psicológicas, sociológicas, filosóficas, políticas etc.) que, aliás, se completam mais do que se contradizem. Alguns traços são comuns às diferentes categorias que você cita: não existe complô do bem, isto é, as afirmações são sempre acusatórias, elas denunciam; para fazer isso elas recusam as instâncias que estão encarregadas de produzir a “verdade” (cientistas, juristas, jornalistas etc.); seus argumentos são recursos discursivos utilizados para fins políticos; supõem a existência de um complô (!) das autoridades, dos cientistas, da imprensa para esconder uma verdade inconfessável e condenável que eles têm por missão revelar; dois “complotistas” vão sempre ter muito mais afinidades entre eles, mesmo afirmando coisas contraditórias, do que entre eles e um “ingênuo” que “acredita” na ciência, por exemplo. O essencial é que compartilham essa visão quase paranóica de um mundo paralelo, debaixo das aparências, e mal intencionado. O paradoxo é que a difusão de falsas informações se faz em nome da busca da verdade que “o sistema” tenta esconder. Duvidar, desconfiar, são atitudes compartilhadas pelos cientistas, mas esses últimos usam a “dúvida metodológica”, inscrita numa busca pela verdade, enquanto os adeptos da pós-verdade não reconhecem nenhum valor à abordagem científica, reduzindo-a a uma opinião entre outras, assim estão livres de qualquer exigência lógica e coerência. Vale notar que o pós-modernismo e certas orientações filosóficas contemporâneas facilitaram o trabalho da pós-verdade, tais como o construtivismo exacerbado que leva

ao relativismo e, paradoxalmente, a uma forma de neoidealismo em parte liberado das exigências da argumentação racional. Do ponto de vista sócio-político, outros fatores facilitam a vida da pós-verdade: diante das ameaças de colapso ecológico e civilizacional ao qual nos levou o sistema socioeconômico atual, a crítica “do Sistema” é em geral bem recebida, o que diminui a capacidade crítica (“o que nos agrada é verdadeiro”, dizia Nietzsche). Observamos que o hipercriticismo dos tenores da pós-verdade e de seus adeptos vai junto com uma credulidade surpreendente em relação aos complôs (aliás, poderíamos colocar no singular, “O” complô, já que tem uma porosidade entre todos os complôs, os adeptos de um se convertendo aos outros com facilidade, sem ligar para as frequentes contradições).

Como será contada a história da humanidade daqui a alguns anos se existem grupos que criam ficção em cima de fatos?

É toda a relação entre subjectividade e objetividade, isto é, a relação com o real, que está em questão. O trabalho dos historiadores é de tentar entender como e porque as coisas do passado aconteceram, baseando-se em documentos cuja validade é objeto de debates entre especialistas. Não foi sempre assim. Os primeiros relatos “históricos” (Elam, Sumer, Babilônia, Egito e mesmo os que dizem respeito aos primeiros reis romanos) são hagiográficos e mais próximos de narrativas mitológicas. Pouco a pouco (em torno de 700 BCE na Ásia Menor) os autores dos relatos procuraram descrever a realidade (datas, fatos, números). O mesmo processo ocorreu com as descrições do mundo físico, a subjectividade é contida para deixar espaço ao objeto e a sua observação. É a abordagem que chamamos de científica, que requer humildade. Podemos muito bem imaginar a possibilidade que a subjectividade, a realização das fantasias, a recusa em obedecer ao que foi chamado de “regime da verdade” passe a dominar o mundo. Esse mundo seria extremamente violento e caótico.

Como a deficiência de educação digital de qualidade pode afetar o futuro da humanidade?

É muito difícil lutar contra a desinformação digital porque existe um desequilíbrio fundamental entre a mentira e a verdade. As mentiras brotam nas redes sociais a uma

velocidade alucinante. Isto porque não há responsabilidade em relação aos conteúdos. Cada um pode dar sua opinião, por mais delirante que seja. Como dizia Umberto Eco, a internet e seus grandes operadores “oferecem o mesmo direito de se expressar a uma legião de imbecis e a um prêmio Nobel”. Cada um tem a impressão que sua opinião vale alguma coisa e merece ser expressa. As afirmações não exigem prova, nem de levar em conta as opiniões contrárias. Em contrapartida, a verdade é o produto de um trabalho exigente, difícil, que toma muito tempo. Não pode competir. De um lado temos a expressão de pulsões (muitas vezes agressivas), de desejos, de fantasias, do narcisismo, do outro temos afirmações provisórias, objetos de debates, que exigem conhecimentos e disciplina, etc.

Quais são os pontos que podemos observar como a pós-verdade colabora com essa crise de desinformação?

É preciso fazer a diferença entre a mentira e a negação da realidade. Por exemplo, grandes empresas podem mentir por interesse (sobre os perigos do tabaco, das energias fósseis, da agroquímica, etc. e gastar bilhões em propaganda falsa no intuito de ganhar mais ainda), mas não perdem a relação com o real. Trata-se de manipulação com objetivos concretos. Mas não exclui que um público que não quer ser incomodado por uma verdade (fumante, usuário de carros possantes...) ou por simples ideologia, possa se tornar negacionista (nega que essa realidade exista). Um grau mais acentuado é alcançado com o uso de mentiras para a manipulação política. A questão é: o que leva um amplo público a acreditar em mentiras frequentemente inverossímeis? Na Inglaterra, o empobrecimento das classes populares bem como da classe média, como consequência das políticas de austeridade (em particular o encolhimento dos serviços públicos) deixou muita gente em situação precária. Oferecer um “bode expiatório”, a União Europeia no caso, tinha a vantagem de tornar visível a origem do mal-estar e apontar soluções, uma perspectiva de alívio. Terreno fértil para desinformação. Nos EUA, as narrativas delirantes são antigas, mas explodiram em função também da situação social e econômica. Uma classe “branca” empobrecida que perde seus privilégios tornou-se sensível a um discurso que prometia restabelecer a ordem antiga.

Porém, é pouco provável que o(s) autor(es) que se esconde(m) atrás do QAnon acreditem nas mentiras enormes que estão difundindo (exemplos: os políticos democratas fazem parte de um complô internacional satanista e pedófilo, Trump sendo enviado por Deus para combatê-los; a eleição foi roubada, etc.). Souberam tirar proveito do desespero de certas camadas sociais, de uma versão fanática da religião e da credulidade para tentar instaurar um regime não democrático que restabeleceria as hierarquias tradicionais. Como dizia o filósofo Clément Rosset, nossa capacidade para admitir a realidade é frágil, ela é aceita com a condição de não trazer um desconforto muito grande. Se for o caso, frequentemente, preferimos nos refugiar num delírio que nos satisfaça.

Como podemos evitar que a desinformação se propague ainda mais e nos distancie, cada vez mais, da realidade?

O papel da educação me parece essencial. O mais cedo possível é preciso mostrar para as crianças que todos os discursos não são equivalentes e ensinar a fazer a diferença entre a busca da objetividade e da verdade através de argumentos rigorosos e o discurso que se dirige à emoção, aos desejos e interesses. Assim terão as armas para desconstruir as desinformações.

A desinformação tenta validar a mentira e invalidar os feitos da ciência e das instituições de pesquisa. Quais as hipóteses para solucionar essa situação?

Precisamos primeiro entender como funciona a pós-verdade e porque ela muitas vezes nos agrada mais do que o discurso da verdade. Na realidade, a pós-verdade sempre foge qualquer debate ou argumentação, para tanto ela usa um procedimento simples e eficaz já usado pelos filósofos sofistas na Grécia Antiga: ela reduz o discurso da verdade à palavra (subjetividade) do portador do discurso, fazendo desse discurso uma opinião entre outras. A ciência é o universo do saber refutável sobre uma realidade independente dos nossos desejos, a pós-verdade não é refutável (para usar os termos de Karl Popper). Embora suas afirmações sejam refutadas milhões de vezes, ela persiste porque recusa o confronto no campo da argumentação racional. Ela representa uma renúncia a pensar em proveito da imaginação e dos afetos, das paixões. Para Nietzsche como para Spinoza

isso representa um perigo de mergulhar na barbárie, na descivilização. Por isso, sempre devemos procurar qual é o projeto de sociedade que se esconde debaixo dessas manipulações.

2. Entrevista 2

Reis, Thiago. Jornalista, coordenador do Serviço Fato ou Fake, Grupo Globo.

Entrevista concedida à autora, por e-mail, em 24 de fevereiro de 2021.

Como é a rotina dos profissionais do serviço Fato ou Fake?

O Fato ou Fake, serviço de checagem do grupo Globo, foi criado em julho de 2018 e reúne oito veículos (G1, O Globo, Extra, TV Globo, GloboNews, CBN, Valor Econômico e Época). Desde então, é feito um monitoramento diário com o auxílio de ferramentas que mostram o que está viralizando na web e nas redes sociais. Além disso, muitos leitores reencaminham boatos pedindo sua verificação no bot do Fato ou Fake – serviço gratuito no WhatsApp criado no ano passado.

Quais são os critérios do Fato ou Fake para investigar e esclarecer a origem e a veracidade dos fatos?

O trabalho do grupo é destinado a apurar fatos comprováveis. Não são abordadas opiniões nem dados lastreados em observações de tendências ou previsão de acontecimentos futuros. Todos os dias, então, são escolhidas para checagem as mensagens verificáveis que mais têm sido disseminadas. O volume tem sido expressivo desde o início da pandemia.

O trabalho preza pela transparência de informações e é baseado em três pilares:

Transparência de fontes - o objetivo é que o leitor veja com clareza o caminho de apuração percorrido pelo jornalista. Para isso, todas as fontes consultadas durante a checagem estarão identificadas no texto, sejam elas pessoas ou instituições.

Transparência de metodologia - o processo de seleção da mensagem a ser checada, a apuração e a classificação da checagem são claras, deixando em destaque o que levou a informação a ser checada, como ocorreu a apuração e o motivo da classificação como fato ou fake.

Transparência de correções - caso haja alguma modificação na checagem que tenha comprometido a sua publicação original, essa alteração estará devidamente identificada na reportagem.

Como funciona o trabalho do Fato ou Fake em conjunto com os veículos do Grupo Globo?

Há diversos jornalistas que compõem a equipe. Na eleição de 2018, por exemplo, o grupo chegou a ter 70 pessoas participando ativamente. No último pleito, havia equipes distribuídas regionalmente (em São Paulo, Rio, Belo Horizonte..). No dia a dia, esse número varia. Na equipe de dados do G1, há uma pessoa focada exclusivamente na checagem de fatos. É o repórter Roney Domingos, que já trabalhou cobrindo a capital paulista e agora tem se especializado na função. Cada veículo publica a checagem feita independentemente de quem foi o responsável no grupo por realizá-la.

O processo de consultar as fontes para verificação das potenciais *fake news* é o mesmo do jornalismo tradicional? De que forma esse processo ocorre no Fato ou fake?

Exatamente o mesmo. São procurados os especialistas de maior renome em cada área de atuação, bem como as fontes envolvidas em determinado boato.

Qual o número total de casos verificados, como *fake news*, pelo Fato ou Fake em 2020? O que mais chamou atenção e repercutiu na internet nesse período?

Foram 1.010 verificações no ano da pandemia, um recorde. A equipe fez a checagem de 584 boatos disseminados na web, quase 2/3 referentes ao novo coronavírus, e 426 frases ditas por políticos. Entre os textos, áudios e vídeos propagados na internet e no celular, ganharam destaque os que falavam de curas "milagrosas", que questionavam a eficácia das máscaras, que propagavam mentiras sobre as vacinas em desenvolvimento, que distorciam dados sobre a Covid-19 e que tentavam colocar em xeque o isolamento social. <<https://g1.globo.com/retrospectiva/2020/noticia/2020/12/17/fato-ou-fake-em-ano-de-pandemia-mais-de-mil-checagens-realizadas.ghtml>>.

Quais os resultados obtidos, na página do Fato ou Fake e nas redes sociais do serviço, após exposição das *fake news*?

Além da audiência das reportagens, é possível medir esse impacto com o número de pedidos de verificações no bot e com o engajamento das pessoas em suas redes sociais. Muitas vezes, quando algum amigo ou parente envia uma informação falsa, o Fato ou Fake vira referência para desmentir aquele boato propagado no WhatsApp ou em alguma outra plataforma.

Existe algum plano do Fato ou Fake fazer parte do Internacional Fact-Checking Network (IFCN)?

Não.

Como transmitir confiança, sobre o resultado apurado das *fake news*, para um público cada vez mais atuante?

A disseminação de conteúdos falsos é um dos principais desafios a serem enfrentados hoje, pois ela prejudica a tomada de decisões e coloca em risco a democracia. Por isso, a importância do projeto. E o que se faz nada mais é que jornalismo, ou seja, conferir, apurar com rigor, e esclarecer para a população o que é notícia (fato) e o que é falso (fake).

Como está a participação do público após lançamento do *bot* exclusivo no WhatsApp? Tem muitos pedidos de checagem ou as pessoas não participam por desconhecer sobre conteúdos duvidosos?

Há uma participação ativa das pessoas no *bot*. E a tendência é que os leitores, que pedem suas verificações, sejam atendidos cada vez mais rápido, pela ferramenta.

Quais os próximos passos do Fato ou Fake para garantir, cada vez mais, a qualidade de checagem e despertar maior interesse do público na busca de esclarecer melhor os fatos?

Além de checar os inúmeros boatos nas redes, o Fato ou Fake tem se preocupado em conscientizar as pessoas da importância de desconfiar e se informar sempre. É tarefa de todo cidadão se certificar de que aquilo que está passando à frente é realmente uma informação confiável. Por isso, a equipe já produziu diversas reportagens com dicas para checar uma mensagem falsa. Entre esses materiais estão: <g1.globo.com/fato-ou-fake/video/como-identificar-se-uma-mensagem-e-falsa-7239543.ghtml>

<g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/04/01/fato-ou-fake-5-dicas-de-como-checar-uma-mensagem-falsa.ghtml>

<g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/09/25/fato-ou-fake-saiba-como-identificar-se-um-conteudo-e-falso.ghtml>

<g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2020/04/01/no-1o-de-abril-seis-dicas-para-identificar-mensagens-falsas-em-meio-a-pandemia-do-coronavirus.ghtml>

Gostaria de saber se há um relatório sobre os resultados obtidos do ano passado, incluindo número de acesso do público da página do serviço (no portal G1) e nas redes sociais. Por exemplo, com o número de comentários, curtidas e compartilhamentos. É possível enviar esse relatório para que seja analisado e descrito no meu trabalho de pesquisa?

Não há um relatório estratificado e público com essas informações.

Anexos

1. Seguidores das redes sociais do Fato ou Fake

<i>Facebook</i>	<i>Instagram</i>	<i>Twitter</i>
154.616	31.800	59.000

The table above summarizes the follower counts for the 'Fato ou Fake' social media profiles. The screenshots below provide visual evidence of these counts as of May 30, 2021.

- Facebook:** The profile page shows 154,616 followers. The bio describes it as a media/news company.
- Instagram:** The profile page shows 31,800 followers. The bio mentions it is a profile from Globo to disseminate fact-checking content.
- Twitter:** The profile page shows 59,000 followers. The bio states it is a page for publishing fact-checking content.

Dados coletados em 30 de maio de 2021 / Fonte: Reprodução Internet / Fato ou Fake.

2. Engajamento nas redes sociais das publicações analisadas

Facebook				
Publicações entre 10 e 16 de maio de 2021				
Data	Publicações	Likes	Comentários	Compartilhamentos
10	É fake que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil	1 mil	416	849
	É fake que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vacinas contra Covid em aeroporto	332	13	155
	É fake perfil atribuído a autor de ataque em creche em Santa Catarina com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro	332	75	172
	É fake que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste	173	1	126
11	É fake que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no governo Bolsonaro	836	101	492
	É fake que vídeo mostre execução cometida por policiais na comunidade do Jacarezinho	74	1	47
	É fake que governador João Doria evitou Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer	425	40	142
12	É fake que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos	198	18	125
	É fake que foto mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro	1 mil	163	505
13	É fake que vacina contra a Covid-19 provoca câncer de mama	187	13	120
14	É fake que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas	848	226	377
15	Não teve publicação	-	-	-
16	Não teve publicação	-	-	-
Resultado total				
7 dias	11 Publicações	5.405 <i>Likes</i>	1.067 Comentários	3.110 Compartilhamentos

Dados coletados em 09 de junho de 2021 / Fonte: Elaborada pela autora.

<i>Instagram</i>			
Publicações entre 10 e 16 de maio de 2021			
Data	Publicações	Likes	Comentários
10	É fake que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste	116	1
11	É fake que vídeo mostre execução cometida por policiais na comunidade do Jacarezinho	89	0
12	É fake que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos	101	2
13	É fake que vacina contra a Covid-19 causa câncer de mama	119	0
14	Não teve publicação	-	-
15	Não teve publicação	-	-
16	Não teve publicação	-	-
Resultado total			
7 Dias	4 Publicações	425 Likes	3 Comentários

Dados coletados em 09 de junho de 2021 / Fonte: Elaborada pela autora.

<i>Twitter</i>				
Publicações entre 10 e 16 de maio de 2021				
Data	Publicações	Likes	Tweets com comentários	Retweets
10	É fake que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil	2.218	352	906
	É fake que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vacinas contra Covid em aeroporto	44	0	10
	É fake perfil atribuído a autor de ataque em creche em Santa Catarina com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro	65	1	14
	É fake que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste	51	1	9
11	É fake que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no governo Bolsonaro.	33	1	14
	É fake que vídeo mostre execução cometida por policiais na comunidade do Jacarezinho	22	0	4
	É fake que governador João Doria evitou a Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer	58	0	10
12	É fake que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos	53	1	13
	É fake foto mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro	59	1	16
13	É fake que vacina contra a Covid-19 provoca câncer de mama	83	1	17
14	É fake que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas	172	7	45
15	Não teve publicação	-	-	-
16	Não teve publicação	-	-	-
Resultado total				
7 Dias	11 Publicações	2.858 <i>Likes</i>	365 Tweets Comentários	1.058 Retweets

Dados coletados em 09 de junho de 2021 / Fonte: Elaborada pela autora.

3. Posição do engajamento nas publicações

Publicações desmentindo as <i>fake news</i>	Engajamento
É fake que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil.	1ª lugar
É fake foto que mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro.	2ª lugar
É fake que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas.	3ª lugar
É fake que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no Governo Bolsonaro.	4ª lugar
É fake que governador João Doria evitou a Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer.	5ª lugar
É fake perfil atribuído a autor de ataque em creche em Santa Catarina com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro.	6ª lugar
É fake que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vacinas contra Covid em aeroporto.	7ª lugar
É fake que vacina contra a Covid-19 provoca câncer de mama.	8ª lugar
Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos.	9ª lugar
É fake que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste.	10ª lugar
É fake que vídeo mostre execução cometida por policiais na comunidade do Jacarezinho.	11ª lugar

Fonte : Elaborada pela autora.

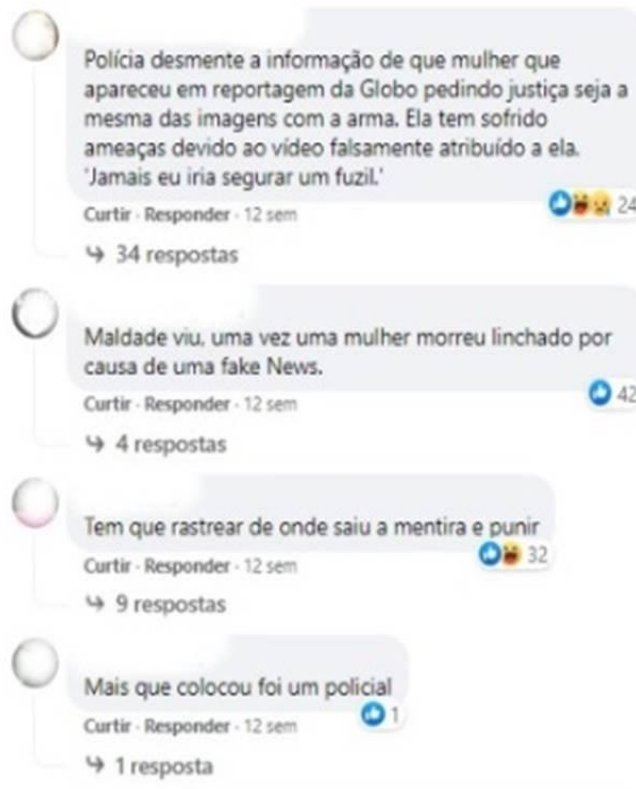
4. Fontes consultadas nas publicações analisadas













Publicações	Fontes das publicações na página Fato ou Fake, no portal G1
1ª publicação	Facebook e Polícia Civil.
2ª publicação	Ministério da Saúde, Governo estadual do Ceará, Companhia aérea LATAM, Secretária de Saúde do Ceará, redes sociais e reportagens.
3ª publicação	Polícia Civil do Rio de Janeiro e contato com a mulher que aparece no vídeo.
4ª publicação	Pfizer e comparação das datas.
5ª publicação	Dados da Empresa Brasileira de Pesquisa (Embrapa), da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
6ª publicação	Secretaria de Polícia Civil do Rio de Janeiro; Delegacia de Polícia de Homicídios e Proteção à Pessoa (DPHPP) de Santa Maria (Rio Grande do Sul), imagens são de fato ocorrido no Rio Grande do Sul em 2020.
7ª publicação	Governador tomou a vacina Coronavac, como foi divulgado na imprensa e nas redes sociais oficiais. Assessoria de Imprensa do Governador.
8ª publicação	Comparação de imagem mostra que protesto é na Lituânia em 2020, Agência AFP FactCheck fez checagem.
9ª publicação	Publicação usa trecho do documento enviado aos voluntários nos testes do imunizante. Pfizer e entrevistas com pesquisadores da Fiocruz Pernambuco e da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
10ª publicação	Entrevista com especialista do Instituto Oncoguia e contato com o Intermountain Medical Center.
11ª publicação	Histórico do caso comprova que doação, ocorrida em 2010, foi para a Autoridade Nacional Palestina, que é controlada pelo Fatah, adversário do Hamas. Em 2018, o tema foi checado pela agência Aos Fatos e pelo Estadão em 2019.
12ª publicação	Pfizer afirma que a informação é falsa Reuters fez checagem e apontou que artigo falso foi publicado originalmente em site de sátiras e reproduzido como notícia verdadeira. Entrevistas com especialistas para esclarecer melhor o assunto.

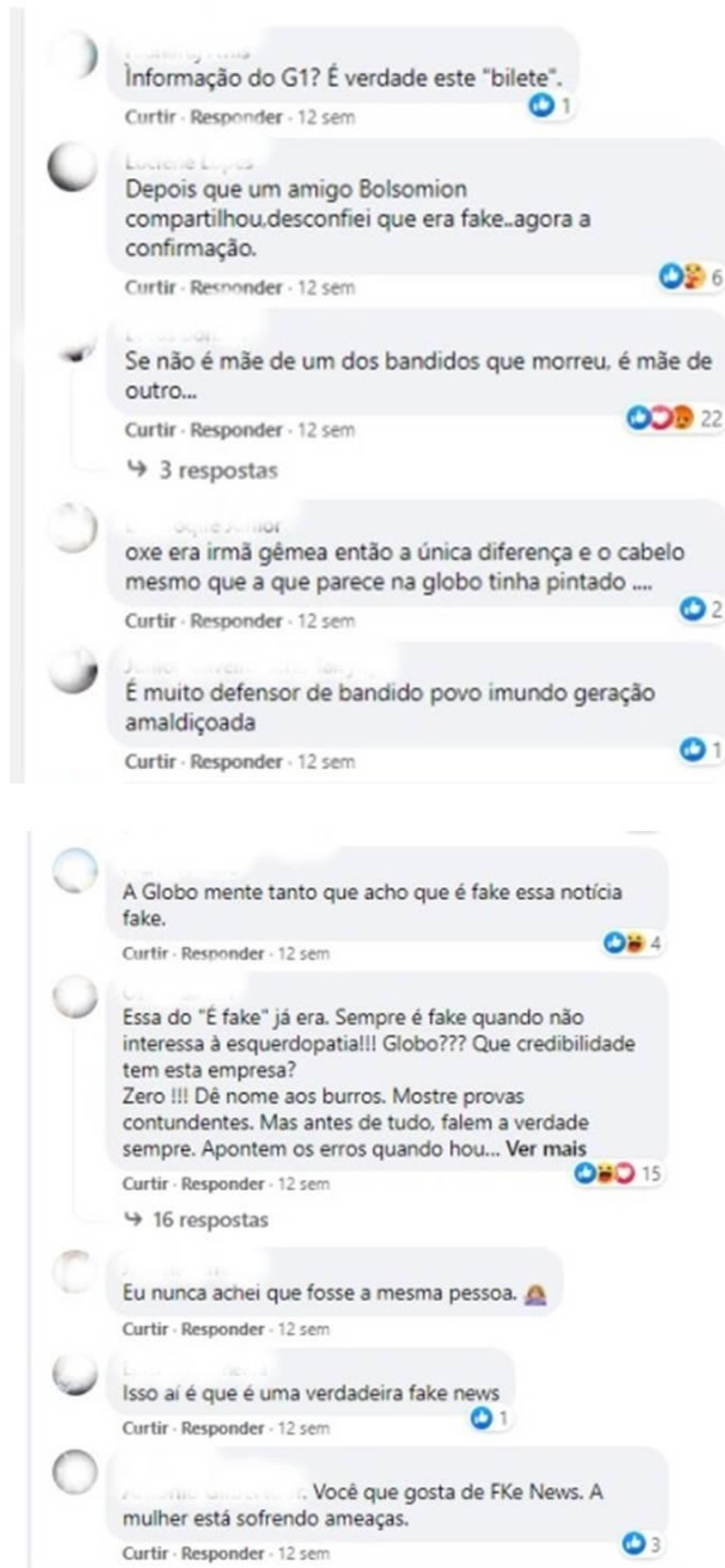
Fonte: Elaborada pela autora

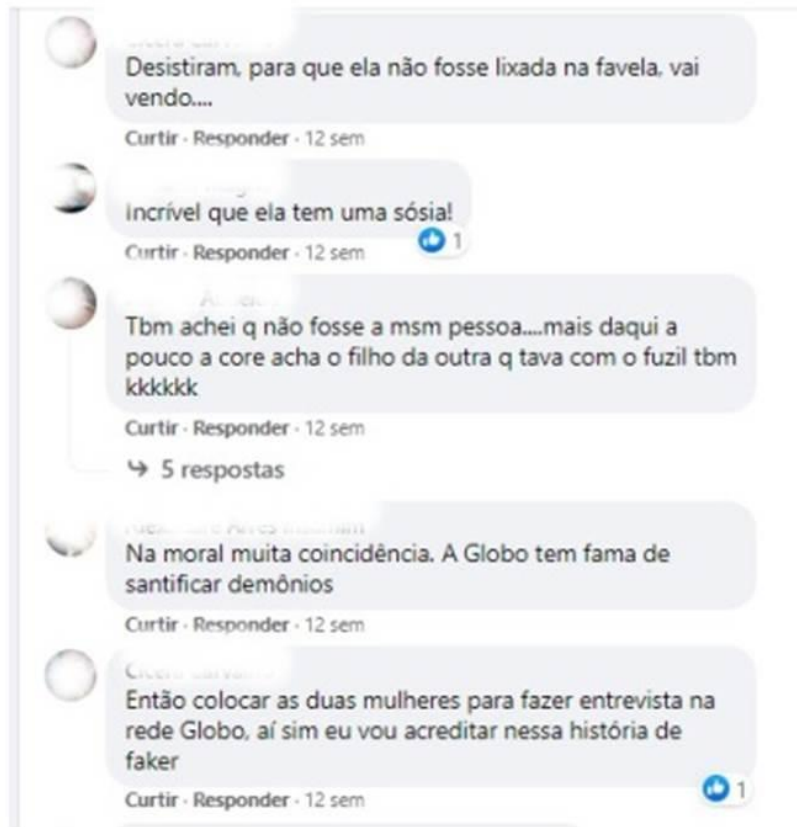
5. Comentários em publicações nas redes sociais do Fato ou Fake

5.1 Facebook



- Como uma mentira pode acabar com a vida de uma pessoa. Meus Deus, kd a humanidade? A maldade não pode prevalecer, Senhor!
Curtir · Responder · 12 sem   6
- que triste, por aí se vê como querem incriminar até às mães, com medo de descobrirem a verdade??? absurdo!
Curtir · Responder · 12 sem   15
- Muita conchecidencia ser igual da mesma favela e dançando com o traficante morte, se não é a mãe e a tia com certza
Curtir · Responder · 12 sem
↳ 9 respostas
- ... dá vontade de marcar uns bolsominions que conhecemos. Esse zap zap está demais, orientando essas pessoas que teimam em fazer espalhar as coisas sem averiguar.
Curtir · Responder · 12 sem  3
↳ 1 resposta
- e a do rapaz que a esposa apareceu na globo chorando dizendo q ele tinha saído pra comprar pão, e tem video dele armado. Tbm é fake Fato ou Fake ?
Curtir · Responder · 12 sem   19
↳ 2 respostas
- O texto da matéria tem as mesmas características dos textos fakes comumente desmentido aqui "A POLÍCIA DESMENTE" que Polícia ? De qual delegacia ? Qual autoridade policial esclareceu e identificou as duas pessoas ? Não quero dizer nada não mas o texto tem todas as características de fake de acordo com o próprio site que "ensina" a identificar uma fake News.
Curtir · Responder · 12 sem  7
- Ela mesmo disse ser ela, cada uma, essa imprensa tá cada vez mais lixo
Curtir · Responder · 12 sem    20
↳ 25 respostas
- Sei não em, essa página deveria se chamar uol.
Curtir · Responder · 12 sem  3
↳ 1 resposta

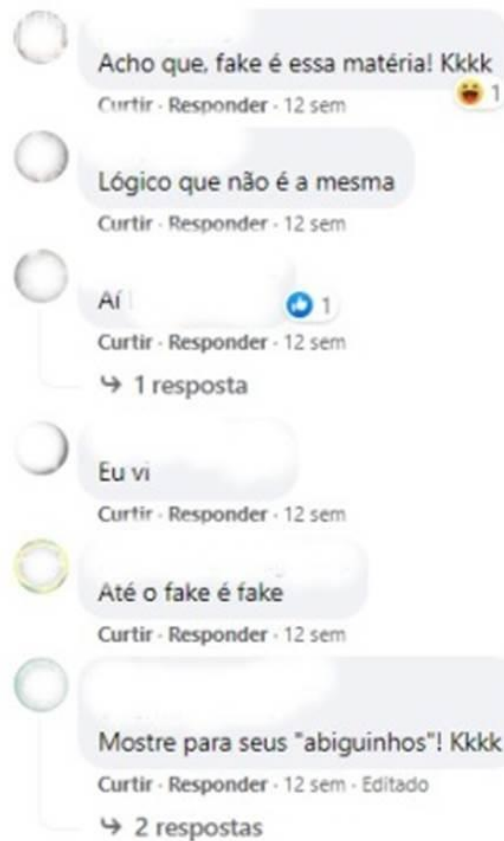


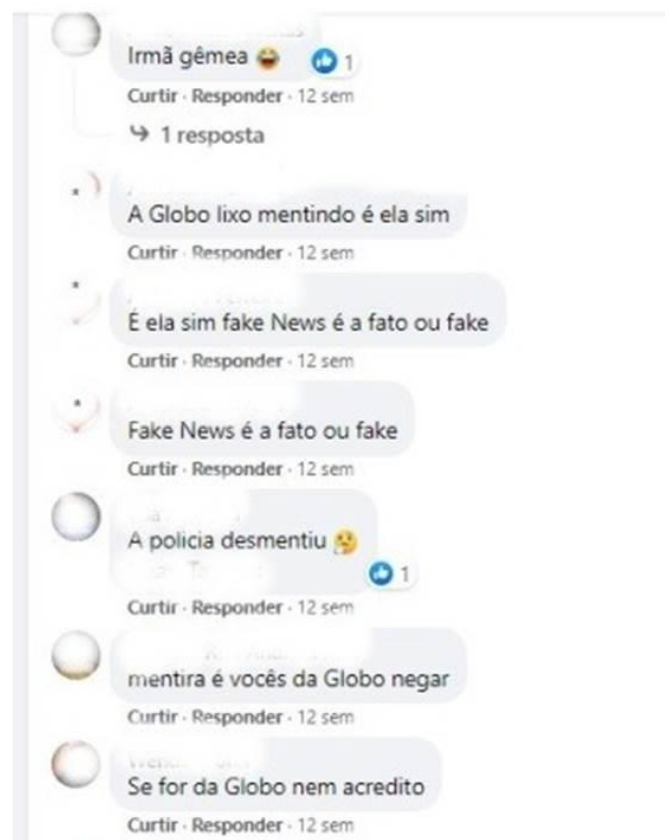
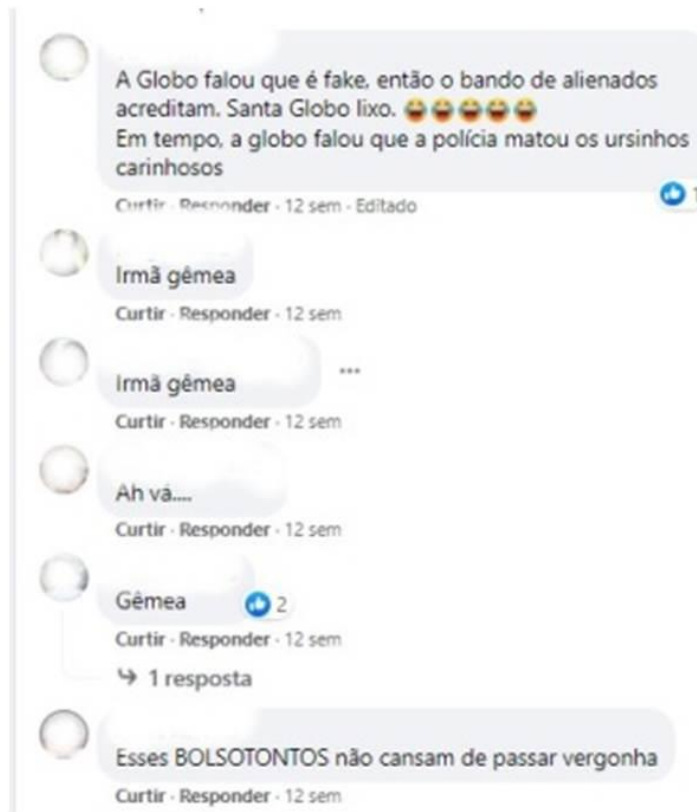















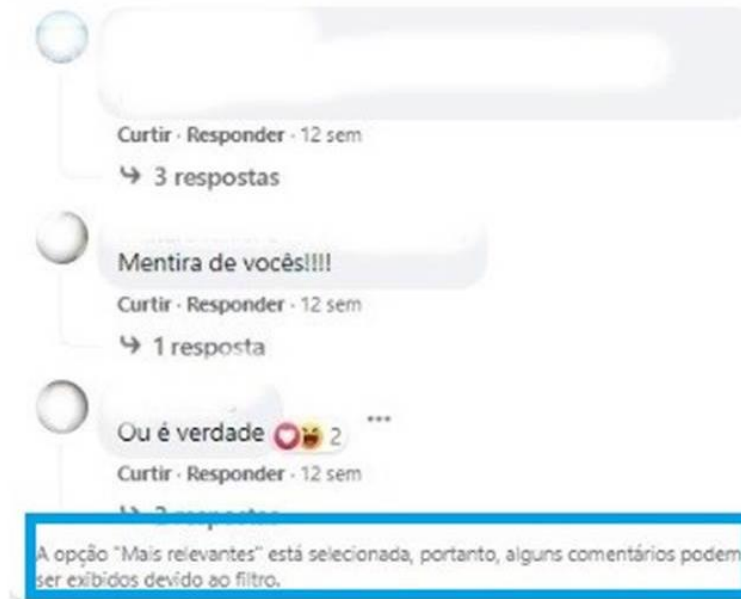







-  Então é fake essa faxina
Curtir · Responder · 12 sem
-  Essez gadominios
Curtir · Responder · 12 sem
-  Estranho... 😬
Curtir · Responder · 12 sem
-  [Redacted], olha o absurdo
Curtir · Responder · 12 sem
-  A trupe do bozo.
Curtir · Responder · 12 sem
-  Sei!
Curtir · Responder · 12 sem
-  Ai minions...
Curtir · Responder · 12 sem



-  É irmã gêmea?? 😂😂
Curtir · Responder · 12 sem
-  #Globalixoooo passando pano pra, mãe de vagabundos
Curtir · Responder · 12 sem  2
- ↳ 1 resposta
-  ...



Curtir · Responder · 12 sem







 Só eu que não vejo essas notícias? Aonde apareceu isso ?
Curtir · Responder · 15 sem
↳ 1 resposta


 O povo bolsonarista não tira trégua pra se aproveitarem politicamente da tragédia.
Curtir · Responder · 15 sem  3


 
Curtir · Responder · 15 sem






 Mentiras de um governo mentiroso. Gabinete do ódio espalhando fake.
Curtir · Responder · 15 sem  6

 Mentira e mais mentiras descaradas sendo desmentido.. Bom assim .
Curtir · Responder · 15 sem  1

 Esses bolsonarista são piores que qualquer doença.
Curtir · Responder · 15 sem  3

 **#bolsonarorerleito #melhorpresidentedobrasil #choramaisquerdalha**
Curtir · Responder · 15 sem
↳ 1 resposta

 Incrível como às fake News são todas contra o PT. Isso mostra o desespero do desgoverno. Só que ninguém acredita mais nessa corja.
Curtir · Responder · 15 sem


 Robôzada ativada e enlouquecida para simular apoio ao Presidente Bolsonaro nas redes sociais. Pensei que o STF já tinha dado um //END na robôzada. NÃO CURTIR, NEM COMENTAR AS POSTAGENS DA ROBÔZADA E/OU DOS FANÁTICOS BOLSONARISTAS. NÃO PERCA TEMPO, VÁ NO PERFIL E CLICA "BLOQUEAR".
  
#ForaBolsonaro
Curtir · Responder · 15 sem  1

A opção "Mais relevantes" está selecionada, portanto, alguns comentários podem não ser exibidos devido ao filtro.

Escreva um comentário...

Fato ou Fake 10 de maio às 18:20

Facebook confirma que a conta era falsa e foi excluída por violar os termos da plataforma. Polícia ainda investiga motivação de ataque no Sul do país <https://glo.bo/2RJQVjf> #FatoOuFake



G1.GLOBO.COM

É #FAKE perfil atribuído a autor de ataque em creche em SC com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro

332 75 comentários 172 compartilhamentos

- Se esse FATO OU FAKE for uma página da Globo, é o maior FAKE de todos.

Curtir · Responder · 15 sem 12

↳ 6 respostas
- Esse puxadinho da Globo sempre fica contra tudo que não interessa eles! Não engana mais as pessoas que não são desorientadas!!!

Curtir · Responder · 15 sem 6

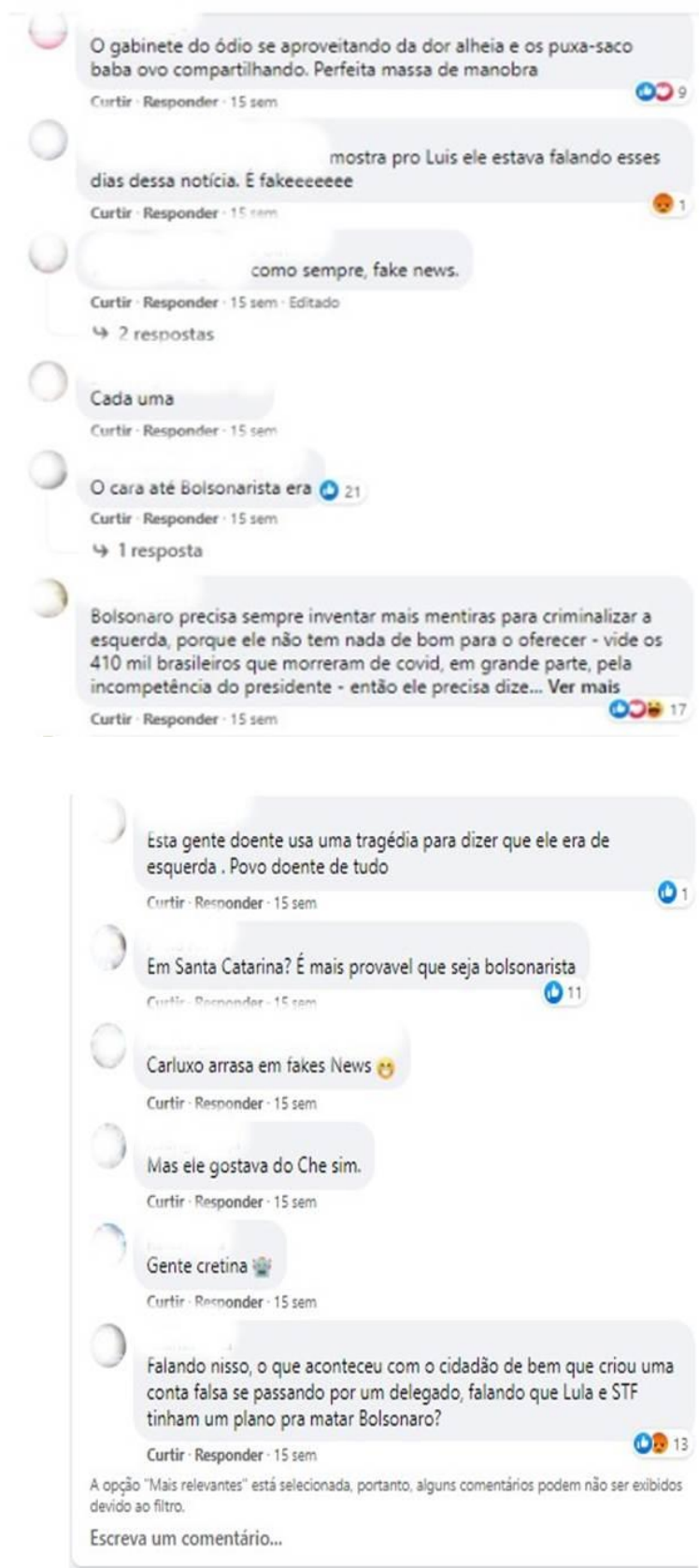
↳ 3 respostas
- Se a policia ainda investiga significa que achou admiração do garoto pelo Bolsonaro.

Curtir · Responder · 15 sem 5
- Esses bolsominions não tem o que fazer

Curtir · Responder · 15 sem 19
- Esses doentes não se importam nem com a mãe deles, tiram proveito politicamente dos fatos pra se manterem no poder. Gente sem alma e de pior espécie

Curtir · Responder · 15 sem 6
- Perfil de Hitler, não do Tchê!

Curtir · Responder · 15 sem 5





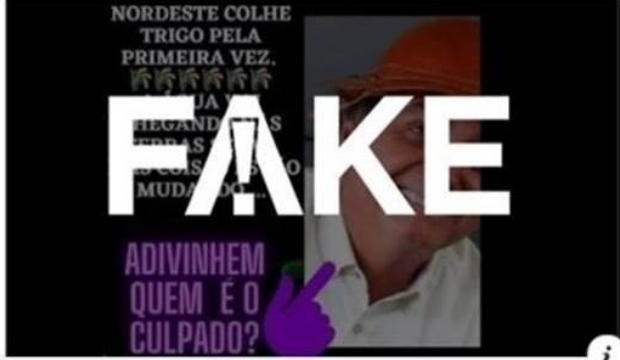
<https://www.facebook.com/127139487368866/posts/3967254480023995/>

Pq vcs não analisam isso também???

Curtir · Responder · 3 sem

Fato ou Fake 11 de maio às 16:44

Bahia cultiva trigo desde a década de 1980, de acordo com dados oficiais. Mensagem falsa atribui feito ao Ceará e à ação direta do presidente. Mas o estado criou apenas um projeto experimental em 2020 <https://glo.bo/3y3TfCB> #FatoOuFake

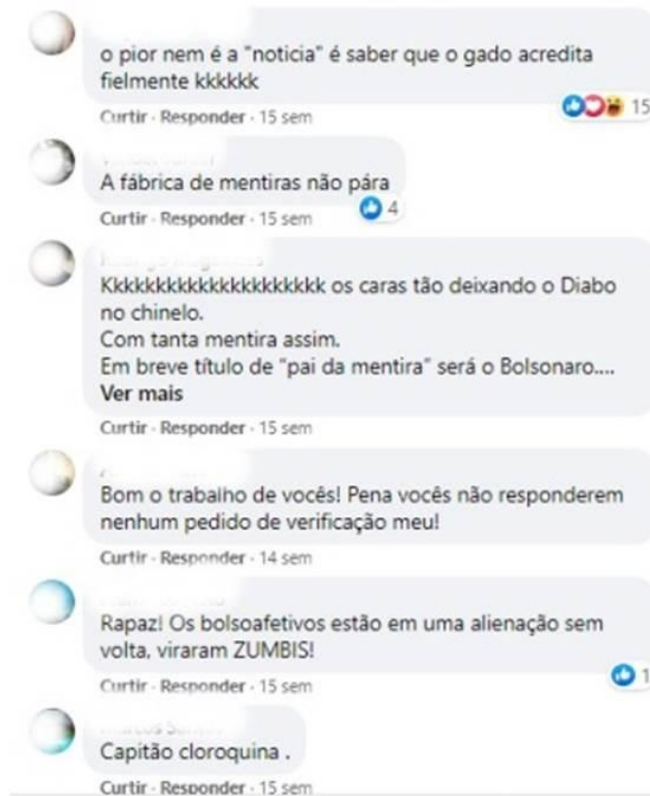
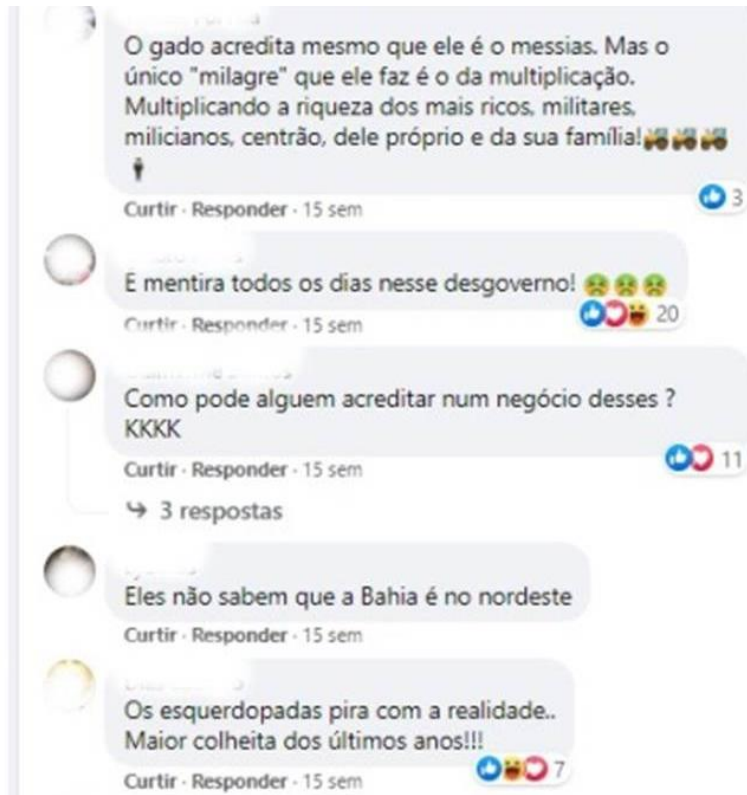




G1.GLOBO.COM





É #FAKE que primeira colheita de trigo do Nordeste ocorreu no governo Bolsonaro


836 101 comentários 492 compartilhamentos


- Em saber que foram eleitos com a seguinte frase " E conhecereis a verdade e a verdade voz libertará" é um paradoxo sem igual. Fico imaginando qual será a próxima frase bíblica que essa gente irá utilizar? " Vim para matar, roubar e destruir" ... Penso ... Ver mais**
- Curtir · Responder · 3 sem 11
- Puts ! Até nisso os maus-caracteres Bolsonaristas conseguem distorcer. Bom , é até redundante usar as palavras bolsonarista e mau caráter na mesma frase.**
- Curtir · Responder · 3 sem 50
- ↳ 8 respostas
- O fato é que a primeira grande pandemia ocorreu no desgoverno do obscurantista irresponsável e incompetente que se esforço pra propagar e o vírus e incitar que o fizesse:boicotou orgulhosa e deliberadamente medidas de contenção da propagação do vírus.**
- Curtir · Responder · 3 sem 1








 **E tem gente que acredita nisso?... caramba.**
Curtir · Responder · 15 sem  2
↳ 2 respostas



 **A água chegou, jorrou como bençãos nos irmãos nordestinos,os livrando da escravidão miserável do Estado ditador**
Curtir · Responder · 15 sem    8



 **É disso que eles vivem, só na base da mentira**
Curtir · Responder · 15 sem  1
↳ 4 respostas





 **Gostam de passar vergonha**
Curtir · Responder · 15 sem



 **Sim o primeiro Navio português, chegou essa semana no Brasil.**
Curtir · Responder · 15 sem   4

 **Trigo é colhido pela primeira vez no Ceará, e não a primeira vez no nordeste, essa foi a matéria que eu vi.**
Curtir · Responder · 15 sem  1
↳ 1 resposta


 **#ForaBolsonaroeSuaQuadrilha**
Curtir · Responder · 15 sem  1

 **O vagabundo não Braz nada e faz cortesia com chapéu alheio,o pior que tem retardado que acredita**
Curtir · Responder · 15 sem  2
↳ 2 respostas

 **Conheço um monte gente que acreditou**
Curtir · Responder · 14 sem   

 **O fato é que a primeira grande pandemia ocorreu no desgoverno do obscurantista irresponsável e incompetente que se esforço pra propagar e o vírus e incitar que o fizesse:boicotou orgulhosa e deliberadamente medidas de contenção da propagação do vírus.**
Curtir · Responder · 15 sem  1

Mentira, a notícia que saiu aqui no nordeste diz respeito a primeira do Ceará e não do nordeste!
<https://revistagloborural.globo.com/.../trigo-surpreende...>



REVISTAGLOBORURAL.GLOBO.COM
Trigo surpreende no Ceará com precocidade e alta produtividade

Curtir · Responder · 15 sem 1

↳ 9 respostas

A desinformação mata.
😬😬😬😬😬 1

Curtir · Responder · 15 sem

E alguém ainda acredita em algo vindo desses pinoquios...
4

Curtir · Responder · 15 sem

"E conhecereis a verdade..." virou PIADA na boca dessa gente.

Curtir · Responder · 14 sem

Carluxa arrasa nas fakes news
😬😬 1

Curtir · Responder · 15 sem

O Bolsonarismo é uma seita que só vive de mentira e de idolatria.
2

Curtir · Responder · 15 sem

SEUS IMBECIS!!! VÃO LER A MATÉRIA E PROCURE INTERPRETAR O TEXTO SEUS BURRO. LA NÃO DIZ QUE O CEARÁ É O ÚNICO NO NORDESTE. ISSO SIM É FAKE.
Uma parceria entre a iniciativa privada e a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) resultou na pr... [Ver mais](#)














Curtir · Responder · 14 sem 1

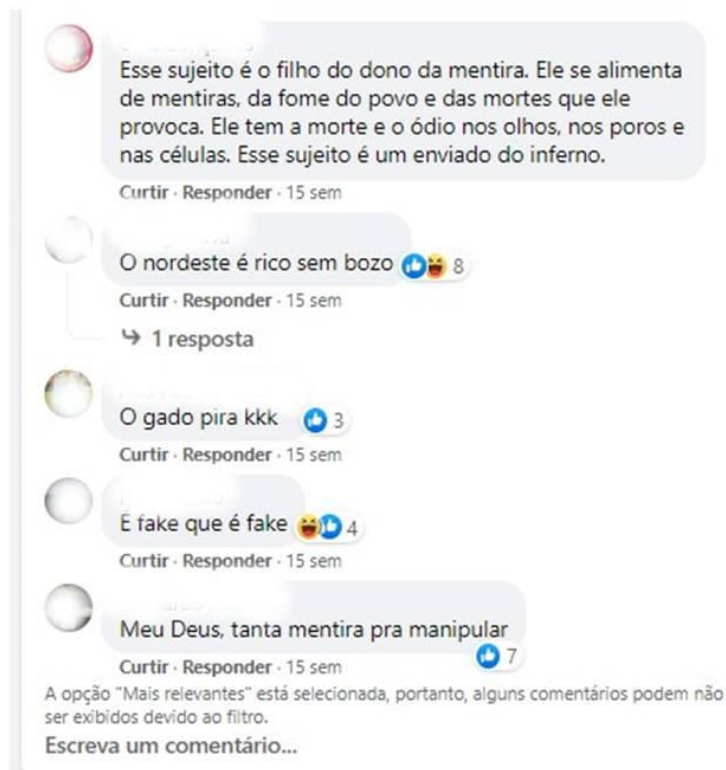
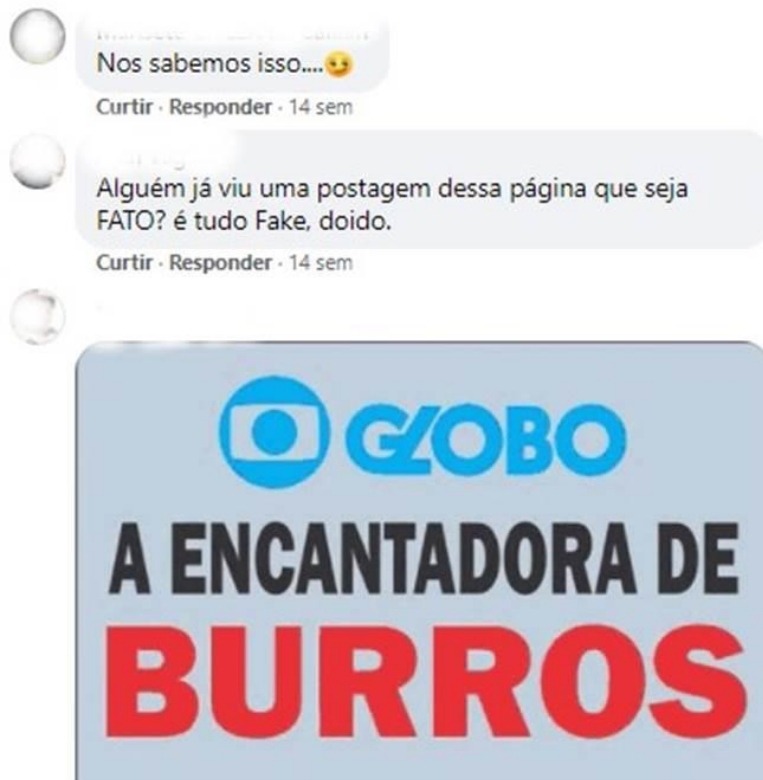
A manchete não do oque n governo Bolsonaro foi o primeiro e sim que no Ceará foi o primeiro e Brasil bate recorde de produção.

Curtir · Responder · 14 sem

Os bolsominions pira
😬

Curtir · Responder · 14 sem

-  **Os caras passam dia limites kkkkk**
Curtir · Responder · 14 sem
-  **No governo Bolsonaro só apareceu gado. Que eu saiba a região que planta trigo no Brasil é o sul devido o clima frio. A produção de trigo é muito baixo e, por isso, é insuficiente para abastecer o mercado interno, logo, a maior parte vem da Argentina q... Ver mais**
Curtir · Responder · 14 sem
- ↳ 1 resposta
-  **Mesmo "modus operandi" do nazismo. Os robôs do Gabinete do Ódio disparando diariamente milhares de fake news e atacando as mídias, fazendo uma lavagem cerebral nos afinados com Bolsonaro. E com isso, eles passam pano pra esse genocida e até pra corrupç... Ver mais**
Curtir · Responder · 15 sem · Editado  4
-  **Foi o presidente SIM...**
Curtir · Responder · 14 sem
-
-  **Tem alguma coisa útil que realmente esta anta presidencial já fez? Algo que não seja fake?**
Curtir · Responder · 15 sem
-  **Bolsonaro o melhor presidente! O Brasil te ama!**
Curtir · Responder · 15 sem    23
- ↳ 8 respostas
-  **a MITOMANIA, também conhecida como mentira obsessivo-compulsiva, é um transtorno psicológico em que a pessoa possui uma tendência compulsiva por mentir.**
Curtir · Responder · 15 sem
-  **Nos sabemos isso... 😏**
Curtir · Responder · 14 sem
-  **Alguém já viu uma postagem dessa página que seja FATO? é tudo Fake, doido.**
Curtir · Responder · 14 sem





Sobre jacarezinho:

Tá rodando uma vídeo de uma mulher lamentando a morte do filho para o repórter do g1. Em paralelo tem um vídeo da mesma mulher usando colete a prova de balas e dançando com um "guarda-chuva"

É fato ou fake??

(Passe um contato que eu envio os vídeos)

Curtir · Responder · 18 sem

Fato ou Fake 11 de maio às 22:10

Governador paulista tomou a vacina Coronavac, como foi amplamente divulgado. Ele, inclusive, mostrou comprovante em suas redes sociais <https://glo.bo/2QcJmBu> #FatoOuFake



G1.GLOBO.COM

É #FAKE que Doria evitou Coronavac e foi flagrado na fila da vacina da Pfizer

425 40 comentários 142 compartilhamentos

- São tantas mentiras descaradas desses bolsomiiiiis fanáticos q ã cansam d passar vergonha.

Curtir · Responder · 15 sem
- O cara deve ter tomado a vacina na primeira leva e o gado passando vexame aí... Aliás, o presidente já deve ter tomado a vacina também.








Curtir · Responder · 15 sem
- E o Gabinete de Ódio mais ativo do que nunca!







Curtir · Responder · 15 sem
- Vagabundos não tem o que fazer, ficam postando fake news...





Curtir · Responder · 15 sem

3 respostas
- O slogan do governo Bolsonaro é Fake News acima de tudo e de todos

Curtir · Responder · 15 sem


- O slogan do governo Bolsonaro é Fake News acima de tudo e de todos
Curtir · Responder · 15 sem  1
- <https://images.app.goo.gl/CkNUCFceixmETkwH7>
 GOOGLE.COM
Image: Verificamos: É falso que Doria tomou 'vacina chinesa' contra a ...
Curtir · Responder · 15 sem
- O melhor de tudo é os comentários dos revoltadinhos 😊
mimimi 😊
Curtir · Responder · 15 sem
- Chegaram nesse ponto? 😊
Curtir · Responder · 15 sem  3
- Muito em breve o título de "Pai da mentira" será repassado por satanás aos Bolsonaristas.
Diabo é fichinha frente a mentira que essa turma propaga.
Kkkkkk... Ver mais
Curtir · Responder · 15 sem  6
- Carluxa arrasando nas fakes news 😊
Curtir · Responder · 15 sem  1
- O gado não cansa de passar vexame
Curtir · Responder · 15 sem  1
- Se ele chegar em Miami e for barrado, ele tomou a coronavac
Curtir · Responder · 15 sem  3
- Fake de FAKE.
Curtir · Responder · 15 sem
- #ForaBolsonaroeSuaQuadrilha
Curtir · Responder · 15 sem

- #ForaBolsonaroeSuaQuadrilha**
Curtir · Responder · 15 sem
- Sei não quero a prova
Curtir · Responder · 15 sem
- Essa corja do gabinete do ódio é um inferno.
Curtir · Responder · 15 sem
- O  adora mentira. Se dizem cristãos, mas fazem tudo que o capeta aprova.  22
Curtir · Responder · 15 sem
↳ 5 respostas
- O gado é criativo as vezes kkkk
Curtir · Responder · 15 sem
- Dória, o terror dos Bolsominions e de Bolsonaro  2
Curtir · Responder · 15 sem
↳ 1 resposta
- Dória, o terror dos Bolsominions e de Bolsonaro  2
Curtir · Responder · 15 sem
↳ 1 resposta
- 

Curtir · Responder · 15 sem
- CARLUXO tem q atualizar essas fake aí tá ficando feio.
Curtir · Responder · 14 sem
- As mentiras se tornaram autênticos crimes continuados no Brasil. Inventa-se o que se quer e divulga-se o tempo todo. Fica por isso mesmo.
Curtir · Responder · 15 sem

-  Engraçado o fato e o fake só à #GloboLixodeTelevisão que faz a avaliação.
#globolixodetelevisão É à quem mais passa informações fakes ou editadas, sem nenhuma credibilidade ao público, VERGONHA!
Curtir · Responder · 14 sem
-  Eleito e usa a frase " E conhecereis a verdade e a verdade voz libertará" é um paradoxo sem igual.
Fico imaginando qual será a próxima frase bíblica que essa gente irá utilizar? " Vim para matar, roubar e destruir" ...
Curtir · Responder · 14 sem
-  Eu falo , os fascistoides bozóides são semelhantes a seu führer tupiniquim , crápulas que não valem uma 🤡.
Curtir · Responder · 15 sem · Editado
-  Raça maldita que só quer confundir a cabeça do cidadão de bem !!!!!
Curtir · Responder · 15 sem

A opção "Mais relevantes" está selecionada, portanto, alguns comentários podem não ser exibidos devido ao filtro.

Escreva um comentário...



 **Fato ou Fake** ✓
12 de maio às 17:33 · 🌐


É #FAKE que Pfizer fez alerta de que vacina contra Covid-19 causa má formação em fetos <https://glo.bo/3w0QfoD> #FatoOuFake


O QUE DIZ O BOATO:


FAKE



PFIZER FEZ ALERTA DE QUE VACINA CONTRA COVID CAUSA MÁ FORMAÇÃO EM FETOS


198   18 comentários 125 compartilhamentos



 também não tem prova concreta, que é boa, que cura kkkkk
Curtir · Responder · 18 sem
↳ 5 respostas



 Como faço pra saber se é fato ou fake uma notícia que esta circulando hj falando que estão roubando crianças na zona Leste de são Paulo ???
Curtir · Responder · 18 sem
↳ 2 respostas

 Uma pior que a outra! Carluxo é vc? ...


Curtir · Responder · 18 sem  1

 Povo que não tem jeito mesmo 😞
Curtir · Responder · 18 sem

 
Curtir · Responder · 18 sem

 Tem que começar a ter punição para esses desocupados ,espalhadores de fake news,é um "desserviço" para o país !! 🤢 ...
Curtir · Responder · 18 sem  2

Disseminar fakes news e desinformação, durante uma Pandemia é crime e mata cidadãos e cidadãs que, por exemplo, podem acreditar e vir fazer automedicação de medicamentos sem eficácia e segurança comprovadas por autoridades sanitárias competentes e de notório saber científico do Brasil e das agências de vigilância sanitária de países do mundo inteiro ou deixar de tomar VACINAS.

O CONHECIMENTO CIENTÍFICO tem que ser priorizado e não pode ser substituído e jogado no lamaçal, da IGNORÂNCIA, OBSCURANTISMO e do FANATISMO POLÍTICO E IDEOLÓGICO.



#ForaBolsonaro


Curtir · Responder · 18 sem · Editado

E pior que o facebosta apoia esse tipo de gado

Curtir · Responder · 18 sem

 E pior que o facebosta apoia esse tipo de gado

Curtir · Responder · 18 sem

 É uma vacina experimental. Talvez não cause nenhum problema ou talvez, muitos problemas. Pularam protocolos importantes, querem tudo as pressas e não se sabe o resultado disso no final. Torço para que não dê nenhum problema, masss não se sabe, aliás nem os médicos sabem kkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkkk

Curtir · Responder · 18 sem

↳ 1 resposta

 Fato ou Fake? <https://fb.watch/5xexCPbkRT/>

Curtir · Responder · 17 sem

Escreva um comentário...

 **Fato ou Fake** 
12 de maio às 20:43 · 

Imagem é de protesto realizado na Lituânia em 2020, mas tem sido usada para enaltecer figura do presidente <https://glo.bo/3eGB7XK>
#FatoOuFake



G1.GLOBO.COM 

É #FAKE que foto mostre paraquedistas e motoqueiros em ato de apoio a Bolsonaro

  1 mil 163 comentários 505 compartilhamentos

Novidade é o pessoal que acompanha este presidente postar uma verdade

Curtir · Responder · 3 sem 43

Estão criando fake para dizer que é fake 🤔 Primeira vez que vejo essa foto. Quanta babaquice dessa página 🤔

Curtir · Responder · 3 sem 24

↳ 10 respostas

Esse gado usa droga pesada pra criar e pra acreditar nessas fakes hahaha 🐄🐄

Curtir · Responder · 3 sem 23

↳ 3 respostas

Alguém avisa pra Globo!!eles estão até agora criticando o Presidente!

Curtir · Responder · 3 sem 1

#ForaBolsonaroeSuaQuadrilha Esse gabinete do ódio não cansa de passar vergonha.

Curtir · Responder · 3 sem 20

↳ 1 resposta

A Globo tá desesperada mesmo

Curtir · Responder · 15 sem 10

↳ 3 respostas

Parabéns presidente bolsonaro os paraquedistas estão com você.

Curtir · Responder · 15 sem 9

Esperar o que do gadoooo

Curtir · Responder · 15 sem 1

Paraquedistas não teve, mas motoqueiros teve de montão. Queria ver o molusco fazer o mesmo. Kkkkkkk

Curtir · Responder · 15 sem 4

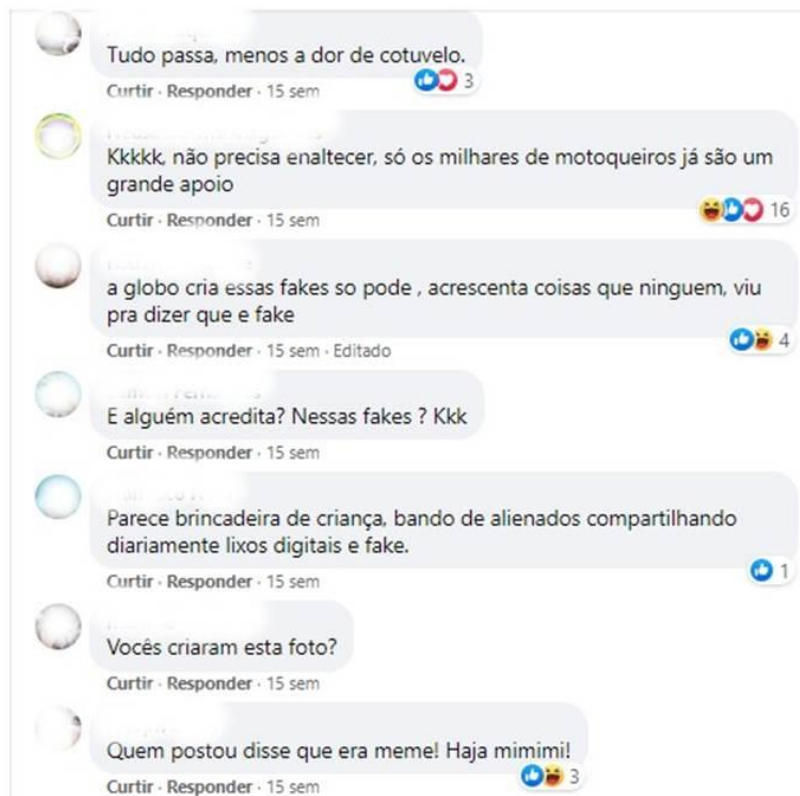
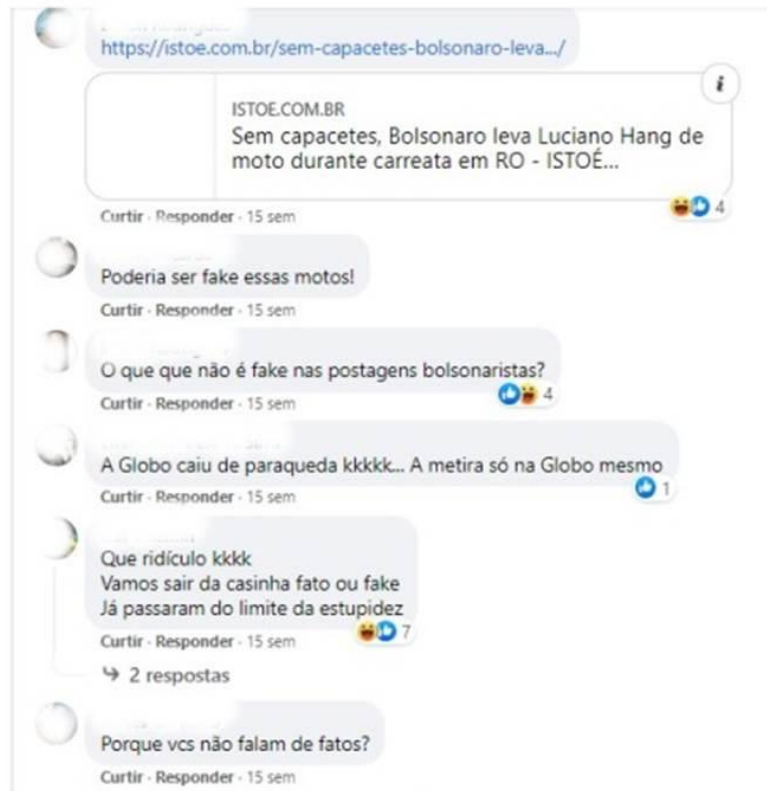
Quem se importa com isso? Bolsonaro 2022.

Curtir · Responder · 15 sem 15

↳ 8 respostas

Engraçado que esses site de verificação só verifica uma coisa kkkkkkk









Curtir · Responder · 15 sem 1














-  Pq eu nunca vejo essas fake news no meu feed ?
Curtir · Responder · 18 sem
-  Povo ignorante, sem caráter que espalha essas barbaridades
Curtir · Responder · 18 sem  1
-  Pergunta com resposta, Boato sempre vai ser Boato
Curtir · Responder · 18 sem
-  Jesus, até isso???? Existe vacina contra essa gente???
- Curtir · Responder · 18 sem · Editado
-  Meu o gado parece não ter limites, cadeia neles já. Assim param de espalhar mentiras.
Curtir · Responder · 18 sem
-  Nunca ouvi falar em lugar nenhum que qualquer vacina da Covid-19 provoca câncer de mama...
Curtir · Responder · 18 sem  2
- ↳ 2 respostas

-  Disseminar fakes e desinformação, durante uma Pandemia é crime e mata cidadãos e cidadãs que podem acreditar e vir fazer automedicação de medicamentos sem eficácia e segurança comprovadas por autoridades sanitárias competentes e de notório saber científico do Brasil e das agências de vigilância sanitária de países do mundo inteiro.
Você está jogando o CONHECIMENTO CIENTÍFICO no lamaçal, da IGNORÂNCIA, OBSCURANTISMO e do FANATISMO POLÍTICO E IDEOLÓGICO.

- 
- Curtir · Responder · 18 sem  3
-  A Vacina não cura nem a covid, imagina curar o cancer hahahahhaa
Curtir · Responder · 18 sem

A opção "Mais relevantes" está selecionada, portanto, alguns comentários podem não ser exibidos devido ao filtro.

Escreva um comentário...

Incrível que foi só Lula disparar nas pesquisas e Bolsonaro cada dia mais atolado na CPI .
Q as fake News começaram a ser disseminadas novamente.

Curtir · Responder · 18 sem



↳ 1 resposta

Como uma pessoa com o mínimo de noção acredita num negócio desse ?

Curtir · Responder · 3 sem



↳ 7 respostas

Gomes Manoel
O gabinete do ódio é o único q trabalha nesse governo
kkkkk

Curtir · Responder · 3 sem



↳ 1 resposta

Emilson Silva
Q o Lula doou dinheiro isso e fato ! 🤔🗣️🔄 16









Curtir · Responder · 3 sem · Editado










↳ 26 respostas

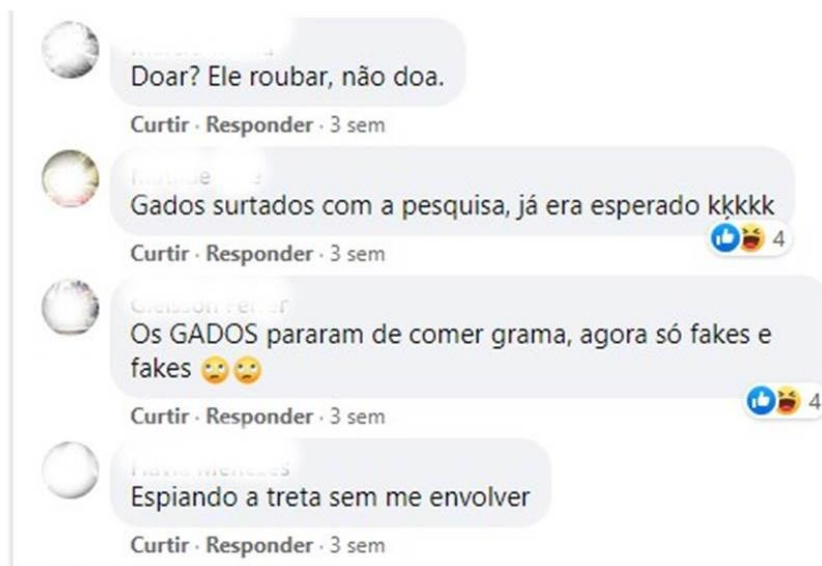
Zulmar Lopes
Bozonautas preocupados com a possibilidade do mito nem chegar ao segundo turno. A máquina do Ódio do Carluxo vai funcionar a todo vapor.

Curtir · Responder · 3 sem · Editado



-  E fake que ele foi para a cadeia e fake que ele vive bebado mijado
Curtir · Responder · 3 sem
-  Só trocaram o país.
Curtir · Responder · 3 sem
-  Tem gente que ainda acredita nas fakenews do Carluxo e companhia
Curtir · Responder · 3 sem   11
-  Cada vez mais criativos esses bolsominions kkkkkkkk e o desespero de ver chegar a hora de o Ídolo deles tirar a faixa presidencial
Curtir · Responder · 3 sem
-  Mas já inventaram isso kkkk, credo os bovinos são rápidos 🤔🤔🤔
Curtir · Responder · 3 sem  1

-  Continua sendo crime da mesma forma
Curtir · Responder · 3 sem
-  Até isso mano. Esse gado ta sem serviço hahaaha
Curtir · Responder · 3 sem   9
-  Sempre procurando defender o amiguinho de nove dedos
Curtir · Responder · 3 sem
-  Quanto mais inventam sobre Lula mais claro fica a política do bem q esse cara fazia, assim fica difícil não votar nele em 2022
Curtir · Responder · 3 sem
-  Vim aqui só pra ver os comentários 🤔🤔🤔
Curtir · Responder · 3 sem  1
-  Qual a diferença autoridade Palestina e ramas trabalha juntos.
Curtir · Responder · 3 sem











The image shows a screenshot of a social media comment thread. It contains four comments, each with a profile picture, text, and interaction options like 'Curtir' (Like) and 'Responder' (Reply). The comments are as follows:

- Comment 1:** "Lula vai mudar de partido do PT pro PV pagar pra ver kkkk". Interaction: Curtir · Responder · 15 sem.
- Comment 2:** "É muita cloroquina, ina, ina kkk". Interaction: Curtir · Responder · 15 sem. (3 likes).
- Comment 3:** "Pesquisa Datafolha mexeu com o psicológico dos gadominions". Interaction: Curtir · Responder · 15 sem. (1 like).
- Comment 4:** "Doou para causas humanitárias na Palestina ,a questão é que quando o dinheiro está na mão deles o Hamas desvia pra comprar armas pro terrorismo,e seu próprio povo fica desamparado em meio ao poder das mãos do Hamas e Jhad,e continuam doando sem fiscalização nenhuma e ser cobrar dos responsáveis.Agora me diz aí ,com tanto dinheiro enviado de países pra causa humanitária na Palestina, pq o povo está nesses estado de minseria?". Interaction: Curtir · Responder · 15 sem · Editado. (2 likes).



Below the fourth comment, there is a link to "1 resposta" (1 reply).

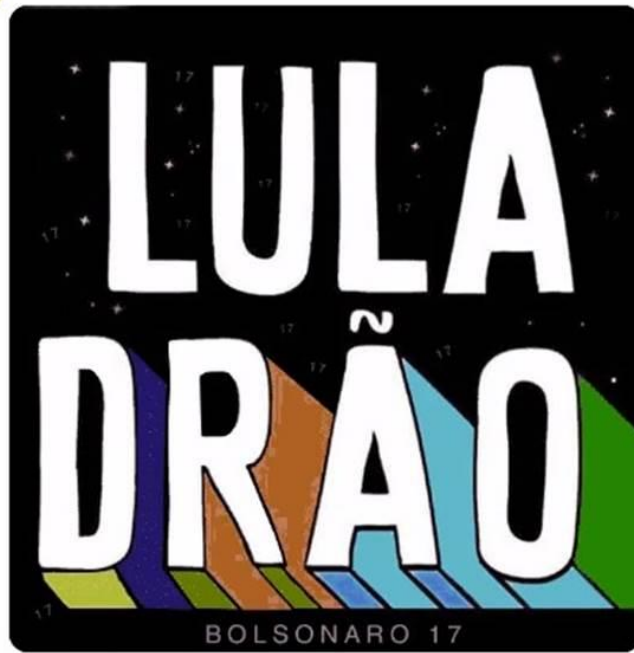
The second part of the image shows a scrollable view of the same thread with a dark overlay on the right side that says "Oculte ou denuncie" (Hide or report). The visible comments are:

- Comment 1:** "Mais dinheiro nosso para países amigos! O camarada de lá fica com uma parte, o camarada daqui fica com a dele... Enquanto isso tem locais no Brasil onde pessoas moram em cima do esgoto.". Interaction: Curtir · Responder · 3 sem. (1 like).
- Comment 2:** "mais uma fake news que vc compartilhou". Interaction: Curtir · Responder · 3 sem.
- Comment 3:** "Os bolsominions estão afoitos com as pesquisas de votos.". Interaction: Curtir · Responder · 3 sem.
- Comment 4:** "Eita fake onde deveria existir só fato". Interaction: Curtir · Responder · 3 sem.

-  **Hamis ou Fatah, a verdade é que foi dinheiro do povo brasileiro para terrorismo... ainda tem quem defenda...**
Curtir · Responder · 3 sem
-  **Cada coisa que os bolsominions inventam kkkkkk**
Curtir · Responder · 3 sem  7
↳ 1 resposta
-  **Essa direita louca brasileira não cansa MDS**
Curtir · Responder · 3 sem · Editado  1
-  **Sim, e a autoridade na Palestina não é do Hamas não suas antas..**
Curtir · Responder · 3 sem    4
-  **Mais fácil ter roubado do que doado**
Curtir · Responder · 1 sem
-  **São milhares de robôs do gabinete do ódio...😡😡 Mas isso aí já é demais o cúmulo da idiotice**
Curtir · Responder · 3 sem    39
↳ 7 respostas

 **E o Diálogo Cabuloso?**
Curtir · Responder · 9 sem

 **Mas se acha que o Lula ia doar alguma coisa pra alguém, só se doou pra ele mesmo!!@ kkkk😂😂😂**
Curtir · Responder · 15 sem  1



Curtir · Responder · 15 sem

#BOLSONARO2022REELEITO

Curtir · Responder · 15 sem



Curtir · Responder · 15 sem

Fique atento! Kkkk

Curtir · Responder · 15 sem

#ForaBolsonaroeSuaQuadrilha

Curtir · Responder · 15 sem 🤔 1



Facebook post interface showing several comments and a shared article link.

- Comment 1: "Página da Globo" (3 reactions)
- Comment 2: "Esses gados viu" (1 reaction)
- Comment 3: "Kkkk eita que estão desesperados" (5 reactions)
- Comment 4: "Os Bolsominions estão desesperados." (5 reactions)
- Comment 5: "Pode não ser, mas quero que digam que essa é FAKE" (includes a link to a Folha de São Paulo article)

Shared Article:
M.FOLHA.UOL.COM.BR
Gaddafi deu US\$ 1 milhão para campanha de Lula em 2002, diz revista

2 respostas

Facebook post featuring a meme image of the Super Sentai team with a caption.

E O PT? E O LULA??



5 reactions

A opção "Mais relevantes" está selecionada, portanto, alguns comentários podem não ser exibidos devido ao filtro.

Escreva um comentário...

Fonte: Reprodução Facebook /Fato ou Fake

5.2 Instagram

O QUE DIZ O BOATO:

Bebê de dois anos de idade MORRE durante os experimentos da vacina Covid-19 da Pfizer em crianças

Sexta-feira, 30 de abril de 2021

FAKE

BEBÊ DE 2 ANOS MORREU APÓS RECEBER VACINA DA PFIZER DURANTE TESTE

Acesse a COVID-19: Central de Informações para obter recursos sobre a vacina.

fatooufake Circula pelas redes sociais uma mensagem que diz que um bebê de 2 anos de idade morreu durante os experimentos da vacina contra a Covid-19 da Pfizer em crianças. É #FAKE. A mensagem falsa diz que a criança morreu no dia 3 de março e que a vacina foi aplicada em 25 de fevereiro. No entanto, a Pfizer só começou a fazer os testes no dia 24 de março, como foi amplamente divulgado. A Pfizer diz, em nota, que os estudos pediátricos da vacina realizados com crianças entre 6 meses e 11 anos estão em andamento e não registraram nenhum evento adverso grave. Leia mais em g1.com.br/fatooufake #G1 #FatoOuFake

4 sem

1.390 visualizações

10 DE MAIO

Adicione um comentário... Publicar

fatooufake

março e que a vacina foi aplicada em 25 de fevereiro. No entanto, a Pfizer só começou a fazer os testes no dia 24 de março, como foi amplamente divulgado. A Pfizer diz, em nota, que os estudos pediátricos da vacina realizados com crianças entre 6 meses e 11 anos estão em andamento e não registraram nenhum evento adverso grave. Leia mais em g1.com.br/fatooufake #G1 #FatoOuFake

4 sem

cloroquiners!!
Na Índia há evidências de que esterco de vaca cura Covid. Agora é só o gado cagar pra cima, que tá imunizado!😂

4 sem 1 curtida Responder

1.390 visualizações

10 DE MAIO

Adicione um comentário... Publicar

O QUE DIZ O BOATO:

FAKÉ

VÍDEO MOSTRA EXECUÇÃO COMETIDA POR POLICIAIS NO JACAREZINHO

fatooufake Um vídeo com homens fardados executando a tiros uma pessoa tem sido compartilhado em redes sociais. Legendas dizem que se trata de um flagrante da ação ocorrida na Favela do Jacarezinho, no Rio, na última quinta-feira (6), quando 27 pessoas foram mortas durante a operação mais letal da história do estado. É #FAKE. As imagens, na verdade, são do assassinato de um homem de 33 anos em Santa Maria, no Rio Grande do Sul, em 6 de dezembro do ano passado. O delegado Gabriel Zanella, da Delegacia de Polícia de Homicídios e Proteção à Pessoa (DPHPP) de Santa Maria, reforça que o vídeo que circula é da ação ocorrida na cidade e que ele mostra a verdade.

1.367 visualizações
11 DE MAIO

Adicione um comentário... Publicar

O QUE DIZ O BOATO:

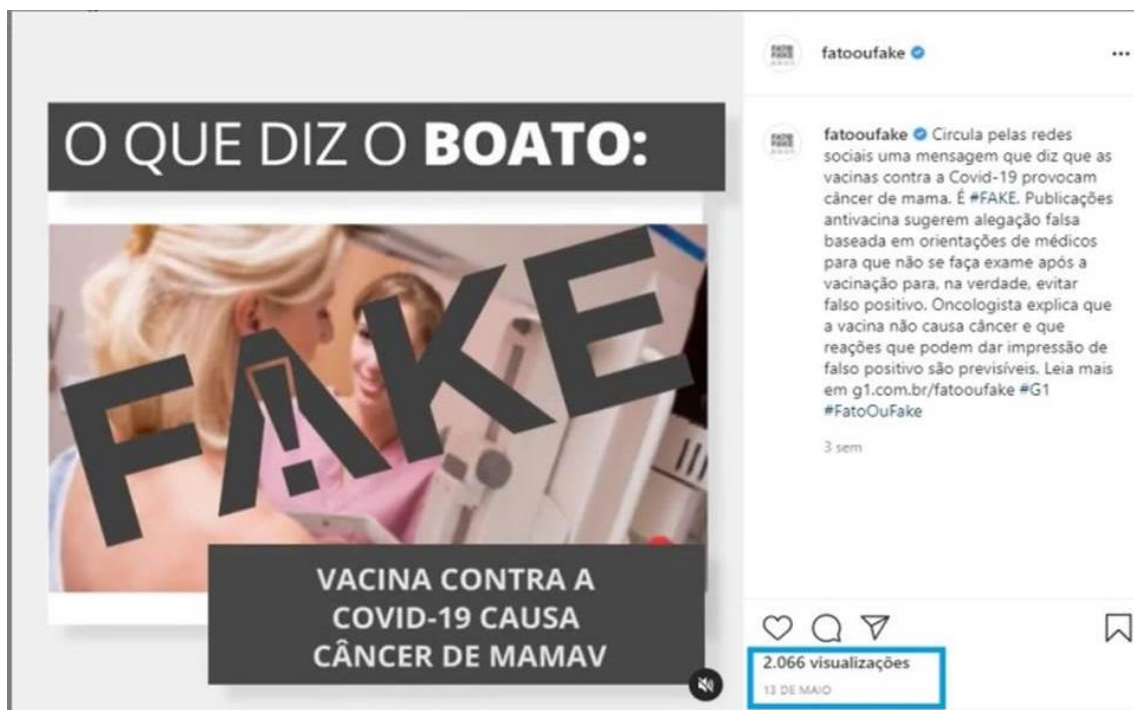
FAKÉ

PFIZER FEZ ALERTA DE QUE VACINA CONTRA COVID CAUSA MÁ FORMAÇÃO EM FETOS

fatooufake Circula pelas redes sociais um vídeo em que um homem lê o trecho de um documento que diz para que seja evitado o sexo sem proteção para não haver a chance de ocorrer uma gravidez. Ele alega que se trata de um alerta feito pela Pfizer para todos que tomam a vacina, sob risco de um feto nascer com má formação. É #FAKE. Publicação falsa usa um trecho do documento destinado aos voluntários nos testes do imunizante que fala em 'evitar relações sexuais desprotegidas'. Trata-se de exigência usual em pesquisas científicas. Com vacina aprovada, tal recomendação deixa de existir. Leia mais em g1.com.br/fatooufake #G1 #FatoOuFake

3 sem

1.612 visualizações
12 DE MAIO



Fonte: Reprodução *Instagram*/Fato ou Fake

5.3 Twitter

← **Tweet**

 **fatooufake**  @fatooufake

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake




É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e ...
Polícia desmente a informação de que mulher que apareceu em reportagem da
Globo pedindo justiça seja a mesma das imagens com a arma. Ela tem sofrido ...
g1.globo.com



5:30 PM · 10 de mai de 2021 · TweetDeck




906 Retweets 352 Tweets com comentário 2.218 Curtidas


   



← **Tweets com comentário**



 11 de mai
e o pessoal compartilhando fake news


 **fatooufake**  @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake


   4 





 11 de mai
Esse tipo de coisa me dá tanto ÓDIO. Faz eu não acreditar mais nessa sociedade, podia vir um cometa e acabar com tudo. TODA VEZ que morre preto tem fake news para relativizar e as pessoas acreditam. Que raiva!

 **fatooufake**  @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

   2 

 11 de mai
Qualquer pessoa com o mínimo de cognição consegue perceber que não é a mesma pessoa.

 **fatooufake**  @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

   3 

← Tweets com comentário

11 de mai

Façam o favor e compartilhem isso em todas as redes sociais pra esses cabeças de vento pararem de falarem merda na internet, mostrem que essa mãe foi vítima de uma fake news pra ver se esses mal caráter param de propagar essa fake news

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1

11 de mai

Dava claramente p ver que não era ela, vi um monte de gente compartilhando.... Ai ai cês tão que nem bolsominion

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

2 1 1

Mostrar esta sequência

11 de mai

sabe quem realmente tira foto segurando fuzil?

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

4

← Tweets com comentário

11 de mai

não precisava vasculhar muito. prova viva que a internet é perversa e que a gente deu errado como sociedade!

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1 5

11 de mai

eu fico embasbacado como os cara fazem de tudo pra justificar uma morte injustificável

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

12

11 de mai

As fake news estão cada vez mais presentes...

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

2

← Tweets com comentário

11 de mai

À quantidade de gente que compartilhou essa mentira no story... incrível como são "ingênuos" quando o assunto é procurar pretexto e tripudiar em cima das vítimas de um massacre policial... NÃO HÁ JUSTIFICATIVAS. Vocês são cruéis também

•••

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 2 0 1

11 de mai

É isso que me deixa indignado:

Como fica a vida dessa mãe agora? Teve a dor de perder o filho invalidada, e, pior ainda, está sofrendo ameaças de mortes por conta de uma mentira.

A fakenews que endeusa uns é o fim de muitos outros. :(

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 2 10 1

11 de mai

Rapaz o que teve de gente compartilhando na rede do lado.....

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1 3 1

← Tweets com comentário

11 de mai

vi o vídeo dela umas 5 vezes no insta e umas 3 vezes no zap a gir compartilhando pap kskkk

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1 2 1

11 de mai

Vocês não respeitam nem o luto de uma mãe...

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1 3 1

11 de mai

••• quero ver o tanto de gente que postou até story fazer uma retratação...

••• fatooufake @fatooufake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 1 5 1



← Tweets com comentário

11 de mai
tô passada

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

11 de mai
vontade de marcar a retardada que ficou floodando a tl com aquele vídeo

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

10 de mai
sério? eu nem sabia ...

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

← Tweets com comentário

10 de mai

•••

sabe o que é pior na morte de um favelado? É que o cara pode ter sido trabalhador a vida toda, mas se a polícia ou a justiça quiser manchar a imagem dessa pessoa, é muito fácil, o difícil é limpar. Foi assim com Marielle e agora com a mãe moradora fora do Jacaré

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

4

10 de mai
Como isso rodou nos grupos das tias evangélicas.

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

10 de mai
nossa, que surpresa.....

•••

••• fatoofake @fatoofake · 10 de mai
É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

← Tweets com comentário

10 de mai

O tanto que esse vídeo rolou... é foda

•••

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

1

10 de mai

Nossa, eu milhares de bolsominions compartilhando o tal vídeo como se fosse verdade. Mas não me surpreendo com MAIS UMA MENTIRA vinda da parte deles...

•••

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

3

Mostrar esta sequência

10 de mai

quem defende o que a pm faz já não pode ser mais considerado humano

•••

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

2

← Tweets com comentário

10 de mai

Ninguém merece isso, desumano! Os responsáveis precisam ser responsabilizados!

•••

"Estou sofrendo, estou vendo pessoas na internet me xingando de tudo quanto é nome. É horrível o que eu estou passando, não estou dormindo, estou tomando quatro remédios controlados por dia."

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

0

10 de mai

não basta matarem o filho, é preciso inventar mentiras sobre a mãe do rapaz

•••

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

9

63

276

10 de mai

Mas bolsominion gosta disso né.. fake News é o sobrenome deles.. Agora atacar o seu líder genocida que mata 3mil por dia, eles não atacam e nem querem sua morte.. HIPÓCRITAS, RACISTAS, SELETIVOS FUDIDOS

•••

••• **fatooufake** @fatooufake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

← Tweets com comentário

10 de mai

Mas bolsominion gosta disso né.. fake News é o sobrenome deles.. Agora atacar o seu líder genocida que mata 3mil por dia, eles não atacam e nem querem sua morte.. HIPÓCRITAS, RACISTAS, SELETIVOS FUDIDOS

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1

10 de mai

Ainda que fosse...

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

4

10 de mai

Eu odeio velho maldito que fica repassando vídeo bosta no WhatsApp e espalhando fake news, pra vocês eu desejo a morte

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

2

← Tweets com comentário

10 de mai

É assim como a reaçada maldita age. Não bastasse a dor de que perdeu alguém nessa chacina, ainda tem que ver mentira sobre aquele povo só pra manterem o discurso racista de que só tem bandido na favela

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 13

10 de mai

Todas as vezes eles tentam desqualificar as vítimas, e suas famílias

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

12 50

10 de mai

agora repassa aí no zap tb

•••

••• **fatoofake** @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que vídeo mostre mãe de um dos mortos no Jacarezinho segurando e brincando com fuzil glo.bo/3o9s04T #FatoOuFake

1 23 180

← Tweet

fatooufake @fatooufake

É #FAKE que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vacinas contra Covid em aeroporto glo.bo/3o5vFR9 #FatoOuFake



É #FAKE que governo do Ceará não enviou ninguém para receber carga de vaci...
Video que circula em redes sociais faz alegações falsas. Governo estadual explica que técnicos e escolta recebem material e o enviam para ...
g1.globo.com

6:50 PM · 10 de mai de 2021 · TweetDeck

10 Retweets 44 Curtidas

🗨️ 🔄 ❤️ 📤

← Tweet

fatooufake @fatooufake

É #FAKE perfil atribuído a autor de ataque em creche em SC com foto de Che Guevara e críticas a Bolsonaro glo.bo/3tApuWs #FatoOuFake



É #FAKE perfil atribuído a autor de ataque em creche em SC com foto de Che ...
Facebook confirma que a conta era falsa e foi excluída por violar os termos da plataforma. Polícia ainda investiga motivação de ataque no Sul do país.
g1.globo.com

6:10 PM · 10 de mai de 2021 · TweetDeck

14 Retweets 1 Tweet com comentário 65 Curtidas

🗨️ 🔄 ❤️ 📤



← **Tweets com comentário**

10 de mai

Os Fakes cada vez mais perigosos... Tem coisas que não se pode brincar.. terrível a situação!

fatoofake @fatoofake · 10 de mai

É #FAKE que bebê de 2 anos morreu após receber vacina da Pfizer durante teste glo.bo/2RIB2tq #FatoOuFake



0:34 1,3 mil visualizações

← **Tweet**

fatoofake @fatoofake

É #FAKE que vídeo mostre execução cometida por policiais no Jacarezinho glo.bo/2Q82h06 #FatoOuFake




0:36 738 visualizações

5:06 PM · 11 de mai de 2021 · TweetDeck

4 Retweets 22 Curtidas



← **Tweets com comentário**

 12 de mai

É que ele deve ser defensor dos bielorrussos e adversário de Lukashenko em alguma realidade alternativa.
Simples, não?

fatooufake @fatooufake · 12 de mai

Imagem é de protesto realizado na Lituânia em 2020, mas tem sido usada para enaltecer figura do presidente glo.bo/3hn4SyE #FatoOuFake

🗨️ ↻️ ❤️ 2 📤

← **Tweet**

fatooufake @fatooufake

É #FAKE que vacina contra a Covid-19 provoca câncer de mama glo.bo/3boWAm1 #FatoOuFake

O QUE DIZ O BOATO:

FAKE

VACINA CONTRA A COVID-19 CAUSA CÂNCER DE MAMA

0:34 9 mil visualizações

9:22 PM · 13 de mai de 2021 · TweetDeck

17 Retweets 1 Tweet com comentário 83 Curtidas

🗨️ ↻️ ❤️ 📤

← **Tweets com comentário**

Nada para ver aqui. Ainda.

← **Tweet**

 **fatooufake** 
@fatooufake

Doação, ocorrida em 2010, foi na verdade para a Autoridade Nacional Palestina, que é controlada pelo Fatah, adversário do Hamas. A ajuda humanitária para a reconstrução de Gaza envolveu outros países, com a promessa de US\$ 5,4 bilhões glo.bo/2RilKe5
#FatoOuFake



É #FAKE que Lula doou R\$ 25 milhões ao grupo Hamas
Doação, ocorrida em 2010, foi, na verdade, para a Autoridade Nacional Palestina, que é controlada pelo Fatah. Ajuda humanitária para reconstrução de Gaza ...
g1.globo.com

5:31 PM · 14 de mai de 2021 · TweetDeck

45 Retweets 7 Tweets com comentário 172 Curtidas

← **Tweets com comentário**

 16 de mai

Em resposta a  Pare com fake news lixo

 **fatooufake** 
@fatooufake · 14 de mai

Doação, ocorrida em 2010, foi na verdade para a Autoridade Nacional Palestina, que é controlada pelo Fatah, adversário do Hamas. A ajuda humanitária para a reconstrução de Gaza envolveu outros países, com a promessa de US\$ 5,4 bilhões glo.bo/2RilKe5 #FatoOuFake

 15 de mai

É inacreditável que as pessoas tenham que desmentir coisas do tipo.

 **fatooufake** 
@fatooufake · 14 de mai

Doação, ocorrida em 2010, foi na verdade para a Autoridade Nacional Palestina, que é controlada pelo Fatah, adversário do Hamas. A ajuda humanitária para a reconstrução de Gaza envolveu outros países, com a promessa de US\$ 5,4 bilhões glo.bo/2RilKe5 #FatoOuFake



Fonte: Reprodução *Twitter* /Fato ou Fake.

