JORNALISMO E FACT-CHECKING: fontes oficiais na base da checagem e critérios não explicitados na seleção do que checar orientam a análise de Aos Fatos e Agência Lupa[1]

JOURNALISM AND FACT-CHECKING: *official sources on the basis of the check and criteria not explicit in the selection of what to check guide the analysis of Aos Fatos and Agência Lupa*

Daniel Damasceno[2]
Edgard Patrício[3]

Resumo: *A prática de fact-checking iniciou para verificar a factualidade das informações nos discursos de agentes políticos (GRAVES, 2013). Mas a proliferação de informações falsas nas redes sociais da internet, e disseminação de mentiras como instrumento político, fez com que as metodologias de fact-checking também fossem utilizadas para combater as fake news (DINIZ, 2018). Numa abordagem cognitiva e comportamental, Lazer et al (2018) alertam que existem dúvidas quanto à eficácia dessa utilização. Esse artigo analisa a atuação de duas agências brasileiras de checagem, Aos Fatos e Agência Lupa. Demonstramos que, apesar da checagem de discursos ter relação direta com a credibilidade das organizações, as próprias agências não explicitam os critérios que orientam a seleção do que é checado. E que as plataformas de fact-checking se valem, sobretudo, de dados e estudos fornecidos por fontes oficiais e instituições públicas, comprometendo mais uma vez a credibilidade do processo.*

Palavras-Chave: *Jornalismo. Fact-checking. Fake news.*

Abstract: *The practice of fact-checking began to verify the factuality of the information in the speeches of political agents (GRAVES, 2013). But the proliferation of false information on Internet social networks, and dissemination of lies as a political instrument, made the fact-checking methodologies also used to combat fake news (DINIZ, 2018). Taking into account a cognitive and behavioral approach, Lazer et al (2018) warn that there are doubts as to the effectiveness of this use. This article analyzes the performance of two Brazilian agencies of checking, Aos Fatos and Agência Lupa. We demonstrate that, although discourse checking has a direct bearing on the credibility of organizations, the agencies themselves do not spell out the criteria that guide the selection of what is checked. And that in this mode of verification, fact-checking platforms rely mainly on data and studies provided by*

[1] Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo, do XXIX Encontro Anual da Compós, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande - MS, 23 a 25 de junho de 2020.

[2] Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. danielrezende1@live.com.

[3] Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Doutor. edgard@ufc.br.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o **Galoá** proceedings

official sources and public institutions, once again compromising the credibility of the process.

Keywords: *Journalism. Fact-checking. Fake news.*

1. Introdução

Veículos jornalísticos dedicados à checagem da veracidade de informações e de declarações públicas, prática conhecida como fact-checking[4], têm se difundido no ambiente midiático global (GRAVES, 2016; DINIZ, 2018). Diferente do processo de apuração convencional, que impõe a checagem de informações antes da publicitação destas, a prática de fact-checking dedica-se à checagem post-hoc, isto é, a verificação ocorre após a publicitação de declarações e de supostos fatos. De acordo com Amazeen (2015), "Como uma forma de jornalismo de accountability[5], o fact-checking dedicado é comprometido a publicar erros e falsidades, independente de qual seja a fonte[6]" (AMAZEEN, 2015, p. 3).

Embora não seja uma prática recente, organizações e iniciativas de fact-checking obtiveram maior visibilidade na última década (USCINSKY, BUTLER, 2013; AMAZEEN, 2015; DOURADO, 2016; GRAVES, 2016; DINIZ, 2018). Como apontam Uscinsky e Butler (2013), durante a campanha eleitoral de 2012 nos Estados Unidos, plataformas de fact-checking conquistaram inédita relevância na agenda jornalística e política.

> Durante o ciclo eleitoral de 2012, o fact-checking tornou-se uma faceta proeminente da cobertura noticiosa de campanha. Por exemplo, o braço de checagem do Tampa Bay Times, PolitiFact, avaliou mais de 800 declarações relacionadas apenas à campanha presidencial. A introdução do fact-checking na cobertura política foi amplamente bem-vinda pelas agências de notícias e pela audiência. Veículos de fact-checking são frequentemente citados por outros jornalistas e por políticos cujos oponentes foram acusados de mentir pelos checadores[7]. (USCINSKY, BUTLER, 2013. p. 162; tradução nossa)

[4] Checagem de fatos, em inglês.
[5] O accountability está relacionado à transparência, isto é, ao requerimento de agentes públicos com prestação de contas às instâncias controladoras ou a seus representados.
[6] Texto no original: As a form of accountability journalism, dedicated fact-checking is committed to publicizing errors of falsehoods regardless of the source.
[7] Texto no original: During the 2012 election cycle, fact checking became a prominent facet of campaign news coverage. For example, the *Tampa bay Times* fact checking arm, PolitiFact, assessed more than 800 statements related to the 2012 presidential campaign alone. The injection of fact checking into political coverage has largely been welcomed by news outlets and news audiences; fact-checking outlets are frequently cited by others journalists and by politicians whose opponents have been accused by the fact checkers of mendacity.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o **Galoá** proceedings

Acontecimentos mais recentes também ajudaram a evidenciar a prática. No primeiro semestre de 2018, o Facebook anunciou um projeto de checagem em parceria com veículos signatários da International Fact-Checking Network (IFCN)[8]. A colaboração entre a rede social e a IFCN ocorreu após o agravamento da crise provocada pelas investigações sobre o uso de fake news durante a campanha eleitoral estadunidense de 2016 e o escândalo Facebook–Cambridge Analytica[9]. No release brasileiro de divulgação da parceria, o Facebook argumenta: "Nosso programa de verificação de fatos é resultado do feedback que recebemos da nossa comunidade. As pessoas nos dizem que não querem ver notícias falsas, muitas vezes construídas a partir de motivações econômicas ou políticas" (FACEBOOK, 2018)[10].

Como aponta Diniz (2018), após as discussões causadas pelo uso de fake news no pleito presidencial de 2016 nos Estados Unidos, "a prática do fact-checking [...] foi elevada à condição de ferramenta essencial de verificação de discursos públicos, funcionando como uma estratégia para combater as fake news e evitar a viralização de informações falsas" (DINIZ, 2018, p. 27). A utilização do fact-checking como um meio para combater a proliferação de conteúdo enganoso e falso também floresceu no ambiente midiático brasileiro. Em junho de 2018, foi lançado o Projeto Comprova, reunindo jornalistas de 24 redações de diferentes veículos de comunicação com o objetivo de monitorar e checar informações durante o período de campanha eleitoral[11]. Além disso, quatro iniciativas brasileiras de fact-checking são signatárias da IFCN: Aos Fatos, Agência Lupa, O Truco e Estadão Verifica. Destas, Aos Fatos e Lupa participam do projeto de verificação em parceira com o Facebook.

[8] Disponível em: https://newsroom.fb.com/news/2018/05/hard-questions-false-news/. Fundada em 2015, a IFCN tem como objetivo unir, em nível internacional, plataformas dedicadas à prática de *fact-checking*.

[9] A Cambridge Analytica foi uma empresa privada de comunicação estratégica e de mineração e análise de dados. No primeiro semestre de 2018, soube-se que dados de 87 milhões de perfis no Facebook foram vazados para a Cambridge Analytica e utilizados para moldar e enviar propagandas com viés partidário durante a campanha presidencial de 2016 nos Estados Unidos.
Disponível em: https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/mark-zuckerberg-depoe-ao-senado-sobre-uso-de-dados-pelo-facebook.ghtml

[10] Disponível em: https://br.newsroom.fb.com/news/2018/05/verificar-fatos/

[11] Participaram do Projeto Comprova as redações da Agence France-Presse, TV Bandeirantes, Rádio Bandeirantes, Band News, Gazeta do Povo, Exame, Folha de São Paulo, Futura, GaúchaZH, Gazeta do Povo, Gazeta Online, Metro, Nexo, Nova Escola, NSC Comunicação, Estado de São Paulo, O Povo, Piauí, Poder 360, Rádio Band News, SBT, Jornal do Commercio, UOL e Veja. Disponível em: https://projetocomprova.com.br

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

É importante ressaltar que, nas últimas décadas, o jornalismo está passando por transformações que implicam mudanças dentro e fora do ambiente das redações. Charron e De Bonville (2016) comentam sobre a transição do paradigma do jornalismo de informação para o paradigma do jornalismo de comunicação. Anderson, Bell e Shirky (2013) destacam o desmantelamento de um jornalismo baseado no modelo industrial e apontam para novas rotinas produtivas. O movimento de expansão do jornalismo fact-checking cresce inserido nesse ambiente de reconfiguração.

Graves (2016) destaca que, nos Estados Unidos, o nicho do jornalismo fact-checking é dominado por profissionais que veem o que fazem como uma nova espécie de trabalho reporteiro. Os checadores consideram-se participantes de um movimento de reforma e afirmam rejeitar o jornalismo declaratório[12] e a cobertura eleitoral como 'corrida de cavalos[13]'(GRAVES, 2016). No Brasil, em uma análise semelhante, o veículo Aos Fatos pondera que o fact-checking realiza uma parte essencial do trabalho jornalístico que, nos últimos anos, tem sido negligenciada pelas redações.

> Da década de 2000 para cá, o dinamismo da internet fez com que etapas essenciais do método jornalístico fossem negligenciadas. Seja por conta do advento de coberturas em tempo real, seja por causa da diminuição da mão de obra disponível nas redações tradicionais, a checagem de fatos ante hoc (ou seja, feita antes da publicação) tornou-se etapa secundária da apuração e reservada apenas a grandes esforços de reportagem. [...] A popularização do fact-checking, ou da checagem de fatos, surge nesse contexto[14]. (AOS FATOS, 2018)

Tendo em vista este cenário, sobrevêm algumas questões. 1) Qual a natureza dos discursos analisados pelas agências de checagem?; 2) De onde provêm esses discursos?; 3) Quais as fontes que as agências utilizam para aferir esses discursos?; 4) Quais os potenciais impactos do processo de checagem, no âmbito da produção do jornalismo? Para tentar responder a esses questionamentos, analisamos a cobertura jornalística de duas iniciativas brasileiras de fact-checking: Aos Fatos e Agência Lupa. A escolha se deu por conta da assinatura do acordo com o Facebook ter propiciado uma maior produção de checagem das duas agências, o que amplia a base de análise. As duas agências também compartilham o código de conduta da IFCN, o que pressupõe uma potencial uniformidade dos dados

[12] No original: *He said, she said framing*.
[13] Jornalismo de corrida de cavalos, *horse-race journalism* no original, é um jargão do jornalismo estadunidense para a cobertura eleitoral com enfoque em pesquisas de intenção de votos.
[14] Disponível em: https://aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php
Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

coletados para análise. O corpus de análise é composto pelas matérias de checagem publicadas em janeiro de 2019. O mês de janeiro de 2019 foi escolhido por marcar a mudança em diversos cargos eletivos no Brasil. Dessa forma pudemos, no caso das matérias com checagens de discursos, pontuar a relação alvo e checador com a atualidade. Foram catalogadas, para análise, 113 checagens das duas agências nesse período.

Além dessas duas iniciativas, os projetos Truco e Estadão Verifica também participam da IFCN. Excluímos o Truco dessa análise pois já não é mais um projeto permanente[15]. Já o projeto Estadão Verifica, braço de fact-checking do Grupo Estado, não foi incluído em nossa análise porque tornou-se signatário da IFCN no dia 16 de janeiro de 2019. Ou seja, durante o período em que o levantamento foi realizado, apenas na segunda metade a iniciativa passou a compartilhar do mesmo código de conduta das outras iniciativas.

Apesar da crescente preocupação sobre fake news, não iremos propor uma estabilização conceitual do termo. Há ainda muita discussão sobre o que define as fake news. Lazer et al (2018) argumentam que fake news são "informações fabricadas que imitam o conteúdo das notícias da mídia em forma, mas não em processo organizacional ou intenção[16]" (LAZER et al, 2018, p 1094; tradução nossa). Acreditamos que essa definição é problemática, pois pode levar a entender que a organização informativa da mídia convencional ou processos de apuração são suficientes para evitar fake news. Allcott e Gentzkow (2017) definem fake news como "textos noticiosos que são intencionalmente e comprovadamente falsos, e que podem enganar os leitores[17]" (ALLCOTT, GENTZKOW, 2017, p. 213). Essa segunda definição é mais abrangente. Contudo, também apresenta problemas, uma vez que abrange sites satíricos e de humor que podem ser confundidos com sites factuais.

É importante pontuar que, entre os jornalistas atuantes em iniciativas de fact-checking, o termo fake news não é universalmente aceito. Para Claire Wardle, da iniciativa First Draft, a expressão seria paradoxal, já que, em seu entendimento, se uma informação é notícia, ela não pode ser falsa. A jornalista também argumenta que a expressão não comporta todas as formas de mentiras e erros que existem no meio jornalístico, como, por exemplo, uma foto recente publicada junto de uma legenda antiga (RESENDE, 2017).

[15] Disponível em: https://apublica.org/2018/12/mudancas-na-agencia-publica/
[16] Texto no original: "We define 'fake news' to be fabricated information that mimics news media content in form but not in organizational process or intent".
[17] Texto no original: "We define 'fake news' to be news articles that are intentionally and veritably false, and could mislead readers".

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php
Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

No Brasil, há um crescente número de estudos sobre fact-checking (NEISSER, 2015; DOURADO, 2016; DINIZ, 2018). Apesar disso, observamos uma carência de pesquisas a respeito dos métodos utilizados por esses veículos e sobre a validade de seus efeitos como instrumentos de combate à desinformação.

Por essa dimensão incipiente e ainda movediça dos estudos e pesquisas sobre fake news, incluindo a ausência de consolidação do conceito na área, fez-se opção por trabalhar com uma orientação exploratória de pesquisa. Gil (1999) considera que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Incorpora movimentos do tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Quanto à escolha do objeto de estudo, a pesquisa se aproxima de um estudo de caso múltiplo, delimitado por uma amostragem não probabilística, face à inferência dos pesquisadores na definição de seu corpus. Yin (2001, p. 28) estabelece que o estudo de caso define-se como uma estratégia de pesquisa que possui uma vantagem específica, pois "faz-se uma questão tipo 'como' ou 'por que' sobre um conjunto contemporâneo de acontecimentos sobre o qual o pesquisador tem pouco ou nenhum controle".

2. Fact-checking – valores e história

Traquina (2004) aponta que o trabalho jornalístico, inserido no contexto de uma sociedade democrática, implica uma crença profissional em determinados valores, entre eles a liberdade, a objetividade e a busca por autonomia profissional e credibilidade. Dessa forma, o jornalismo deve agir com o objetivo de "equipar os cidadãos com as ferramentas vitais para o comprimento de seus direitos e voz na expressão das suas preocupações" (TRAQUINA, 2004, p. 129).

O jornalismo fact-checking, apesar de possuir lógicas e características próprias, enaltece estes valores clássicos relacionados à ideologia do jornalismo, sobretudo a objetividade e a credibilidade por meio da busca pela verdade. Um fator que corrobora com essa interpretação é a história dessa prática. Jornalistas estadunidenses especializados em checagem traçam que as raízes desse 'movimento de reforma' remontam às iniciativas de ad

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

watch[18],vigilância de propaganda, que surgiram no país na década de 1990 (DOBBS, 2012; GRAVES, 2013; GRAVES, 2016).

David Broder, antigo colunista do jornal Washington Post, é frequentemente creditado por ter moldado o estilo de cobertura ad watch, encorajando os colegas a ficarem mais atentos às informações veiculadas em propagandas eleitorais (GRAVES, 2013). Após a campanha presidencial estadunidense de 1988, cuja cobertura jornalística fora bastante criticada, "David Broder escreveu uma série de colunas sobre o desastre e pediu aos repórteres que começassem a 'vasculhar melhor o que é verdade' em propagandas da campanha eleitoral[19]" (GRAVES, 2013, p.130, tradução nossa).

Seguindo a linha de ad watch, em 1991, o jornalista americano Brooks Jackson, então repórter da rede CNN, recebeu a tarefa de checar as informações que pré-candidatos à presidência dos Estados Unidos proferiam em propagandas de televisão. Tempos depois, "Jackson fundou a AdPolice, a primeira equipe especializada em checar propaganda eleitoral de que se tem notícia. Em 2003, estimulado pelo sucesso do trabalho na CNN, Jackson criou o primeiro site independente de fact-checking." (LUPA, 2015)[20].

Percebemos então que a prática de fact-checking iniciou com um objetivo claro: investigar a factualidade de informações presentes em discursos de agentes políticos. Entretanto, a proliferação de informações falsas nas redes sociais da internet, e a crescente preocupação com o uso e disseminação de mentiras como instrumento político, fez com que as iniciativas de fact-checking passassem também a utilizar seus métodos para combater as chamadas fake news.

Visando ir ao encontro dessa percepção de jornalismo como um instrumento capaz de auxiliar a audiência no exercício da cidadania, a IFCN estabelece um código de princípios basilar para seus signatários. São cinco compromissos básicos apresentados pela instituição: (1) O compromisso com o apartidarismo e honestidade; (2) O compromisso com a transparência das fontes; (3) O comprometimento com a transparência em relação ao financiamento e organização da entidade; (4) O compromisso com a transparência de metodologia; e (5) O compromisso com a realização de correções abertas e honestas (POYNTER, 2016). Em uma linha semelhante, Amazeen (2015) pondera que a autonomia e a

[18] Definição da Enciclopédia Britânica: https://www.britannica.com/topic/ad-watch
[19] Texto no original: "David Broder wrote a series of columns about the debacle, and called on reporters to start 'truth-squadding' campaign ads".
[20] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/de-onde-vem-o-fact-checking/

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php
Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

imparcialidade são valores fundamentais para a prática das iniciativas de fact-checking, e uma condição imprescindível para se diferenciarem de veículos partidários.

> Embora blogueiros partidários possam oferecer escrutínio valioso às vezes, eles geralmente não têm credibilidade entre amplas audiências porque seu trabalho é limitado à oposição (GRAVES, GLAISYER, 2012). Como observado pelo antigo checador de fatos do Washington Post, Michael Dobbs (2012, 13), quando não se critica ambos os lados, 'você não é mais um checador, você é uma ferramenta numa campanha política'[21]. (AMAZEEN, 2015, p.3; tradução nossa)

Entretanto, mesmo com esses sistemas de salvaguardas, a prática de fact-checking não está imune a críticas. Lazer et al (2018) apontam que a prática de fact-checking pode até servir como instrumento de empoderamento para que indivíduos avaliem as informações que encontram pela internet. Contudo, levando em consideração uma abordagem cognitiva e comportamental, os autores alertam que existem dúvidas quanto à eficácia da prática no combate às fake news. No geral, indivíduos tendem a não questionar a veracidade de informações a menos que isso entre em conflito com suas percepções morais.

> Pesquisas também comprovam que pessoas dão preferência a informações que confirmem suas opiniões preexistentes (exposição seletiva), veem informações compatíveis com suas crenças preexistentes como mais persuasivas do que informações dissonantes (viés de confirmação) e estão inclinadas a aceitar melhor as informações que lhes agradam (viés de desejabilidade). Crenças partidárias e ideológicas prévias podem impedir a aceitação da checagem de fatos de uma fake news.[22] (LAZER et al, 2018, p 1095; tradução nossa)

Outras críticas em relação à prática de fact-checking estão relacionadas aos seus processos de apuração e verificação de informações. Na análise de Uscinsky e Butler (2013), os métodos utilizados pelos checadores para avaliar a veracidade das informações são

[21] Texto no original: While partisan bloggers can sometimes offer valuable scrutiny, they generally lack credibility among wide audiences because their work is limited to the opposition (Graves and Glaisyer 2012). As observed by the Post's former Fact Checker, Michael Dobbs (2012, 13), when critics fail to take on both sides, "you are no longer a fact-checker. You are a tool in a political campaign.

[22] Texto no original: Research also further demonstrates that people prefer information that confirms their preexisting attitudes (selective exposure), view information consistent with their preexisting beliefs as more persuasive than dissonant information (confirmation bias), and are inclined to accept information that pleases them (desirability bias). Prior partisan and ideological beliefs might prevent acceptance of fact checking of a given fake news story. Fact checking might even be counterproductive under certain circumstances. Research on fluency—the ease of information recall—and familiarity bias in politics shows that people tend to remember information, or how they feel about it, while forgetting the context within which they encountered it. Moreover, they are more likely to accept familiar information as true. There is thus a risk that repeating false information, even in a fact-checking context, may increase an individual's likelihood of accepting it as true.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

ingênuos, uma vez que tratam fatos como autoevidentes e não os consideram num contexto maior de complexidade.

A principal crítica apresentada pelos pesquisadores diz respeito à seleção e ao recorte realizado pelos checadores. Como apontam os autores, políticos, ativistas e grupos de interesse realizam constantemente declarações supostamente factuais. Todavia, jornalistas precisam selecionar apenas algumas delas para serem verificadas, geralmente sem informar os critérios dessa seleção. Dessa forma, Uscinski e Butler (2013) ponderam que os critérios de noticiabilidade empregados pelo jornalismo podem até encaixar-se bem aos imperativos das empresas de mídia, mas que não provêm um método de seleção rigoroso e científico. Assim, a metodologia do fact-checking, quando comparada com as metodologias das ciências sociais, apresenta diversas falhas. Pesquisadores necessitam explicar como escolheram o objeto e o recorte de estudo. Por mais que jornalistas tenham princípios básicos de seleção, estes nunca são explicitamente transparentes. "Sem uma seleção criteriosa de declarações (ou fatos) para serem verificadas, jornalistas checadores podem inadvertidamente (ou deliberadamente) escolher e, consequentemente, construir imagens imprecisas de atores políticos[23]" (USCINSKI, BUTLER, 2013, p. 165-166, tradução nossa).

Em resposta a essas críticas, Amazeen pontua que, apesar das limitações metodológicas no trabalho de cada veículo de fact-checking, a combinação de diferentes métodos de análise, por meio de uma 'triangulação de checagem', pode compensar as fragilidades individuais (AMAZEEN, 2015). Corroborando com a autora, Neisser (2015) pontua:

> Amazeen analisou 491 peças de propaganda eleitoral que foram ao ar entre 2008 e 2012. Os resultados são extremamente animadores. Os comerciais avaliados pelas entidades simultaneamente apontaram 100% de congruência, implicando que os resultados das três foram iguais. Quando apenas duas fizeram a avaliação, em quaisquer combinações, a congruência não foi inferior a 95%. Como conclui a autora, 'fact-chechers que de forma esmagadora chegam a conclusões similares usando métodos diversos, emprestam credibilidade aos seus esforços, semelhante ao de uma triangulação científica'. (NEISSER, 2015, p. 201)

Para Neisser (2015) e Amazeen (2015), a estabilidade das checagens e verificações acarreta o crescente prestígio das organizações de fact-checking. De fato, organizações de fact-checking difundem-se cada vez mais no cenário midiático e também conquistam maior relevância no cenário brasileiro.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

> Analogamente ao que acontece no cenário internacional, o ecossistema digital brasileiro assiste ao crescimento, nos últimos cinco anos, de uma série de organizações jornalísticas sem fins lucrativos, focadas no resgate da informação a serviço do interesse público. (DINIZ, 2018, p 30)

Ao passo das transformações informacionais e tecnológicas, emergem novos projetos jornalísticos de checagem de fatos, e, inserida nesse contexto de institucionalização da prática, surge a IFCN. Quatro iniciativas brasileiras são signatárias da rede de checadores: Aos Fatos, Agência Lupa, O Truco e Estadão Verifica. Se dúvidas são lançadas sobre os processos de checagem utilizados pelas agências, discutiremos a seguir os modos de organização e metodologia de duas iniciativas brasileiras: Aos Fatos e Agência Lupa, objetos de nossa análise.

3. Aos Fatos – organização e metodologia

Aos Fatos é um veículo online de verificação fundado em 7 de julho de 2015. No site de Aos Fatos não existem propagandas ou anúncios de qualquer espécie. Para se financiar, a iniciativa aposta em um modelo híbrido: campanhas anuais de financiamento coletivo e consultorias em fact-checking, realizadas por meio do Aos Fatos Lab. O Aos Fatos Lab é um braço de tecnologia e consultoria voltado para empresas e organizações da sociedade civil sem vinculação político-partidária. Na área de tecnologia, o Aos Fatos Lab desenvolve projetos de inteligência artificial e fact-checking automatizado. Entre estes projetos está a inteligência artificial Fátima, desenvolvida para ser um chat-bot de Messenger[24] que orienta sobre informações disponíveis na internet.

A equipe de Aos Fatos é composta por jornalistas estabelecidos no Rio de Janeiro e em São Paulo e também integra uma rede nacional de freelancers. O veículo afirma que tanto os efetivos como os freelancers "compartilham a mesma obsessão – buscar a verdade na política". (AOS FATOS, 2018).

Cada informação checada por Aos Fatos recebe uma etiqueta específica: verdadeiro, impreciso, exagerado, falso, contraditório ou insustentável.

[23] Texto no original: "Without systematic statement selection, fact checkers may inadvertently (or deliberately) cherry pick and consequently, construct inaccurate images of political actors".

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings



Figura 1 – Selo Verdadeiro – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos

"O emprego do selo VERDADEIRO é simples: a declaração é condizente com os fatos e não carece de contextualização" (AOS FATOS, 2018).

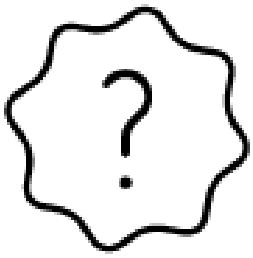


Figura 2 – Selo Impreciso – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos (2018b)

"Quando a afirmação recebe o selo IMPRECISO, significa que necessita de contexto para ser verificada. Ou seja, em alguns cenários, é possível que a declaração em questão não se aplique" (AOS FATOS, 2018).



Figura 3 – Selo Exagerado – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos (2018)

[24] Aplicativo e plataforma de conversas via Facebook.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

"O selo EXAGERADO é para aquelas declarações que não são totalmente falsas, mas estão quase lá. Também são destinadas a afirmações sobre as quais faltam dados que atestem sua veracidade" (AOS FATOS, 2018).



Figura 4 – Selo Falso – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos (2018)

"Se uma informação é mentirosa, ela recebe o selo FALSO. É simples. Basta que os dados disponíveis a contradigam de forma objetiva" (AOS FATOS, 2018).



Figura 5 – Selo Insustentável – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos (2018)

"O selo INSUSTENTÁVEL se aplica àquelas declarações cujas premissas não podem ser refutadas nem confirmadas. Ou seja, serve para quando não há fatos que sustentem a afirmação" (AOS FATOS, 2018).

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings



Figura 6 – Selo Contraditório – Aos Fatos
Fonte: Aos Fatos (2018)

"O selo CONTRADITÓRIO é usado quando o conteúdo da declaração checada é objetivamente oposto ao de afirmações ou ações anteriores atribuídas à mesma pessoa ou instituição que ela representa" (AOS FATOS, 2018).

Por fim, a Aos Fatos afirma que o que faz do fact-checking uma prática relevante é a preocupação com a transparência. A iniciativa admite que os métodos de checagem podem variar um pouco entre as iniciativas de verificação, mas que é necessário que elas se disponham a explicar como chegaram à conclusão sobre a veracidade das informações ali publicadas.

4. Agência Lupa – organização e metodologia

A Agência Lupa foi fundada em novembro de 2015. O site da Lupa está hospedado em uma sessão dentro do portal da revista Piauí, que, por sua vez, está em domínio eletrônico do Universo Online (UOL), pertencente ao Grupo Folha. De acordo com a Agência Lupa, "jornalistas nasceram para duvidar e para questionar. E os da Lupa fazem isso à exaustão, seguindo uma metodologia de trabalho própria" (LUPA, 2018).

De acordo com a agência, o caráter inovador do fact-checking é a aplicação das técnicas jornalísticas de apuração e seleção inseridas num contexto midiatizado. A Lupa se apresenta como guardiã e filtro da factualidade. A agência afirma que antes da internet "as pessoas recebiam informações filtradas pelos meios de comunicação, que trabalhavam como guardiões e detentores da notícia. Agora as pessoas são bombardeadas por informação [...] A Lupa é isso: seu filtro" (LUPA, 2015).

A Lupa não realiza rupturas de financiamento ou organizacional em relação à mídia jornalística convencional. O modelo de negócio da iniciativa é baseado nos das tradicionais agências de notícias como Reuters, Associated Press e Bloomberg, por exemplo. A Lupa faz

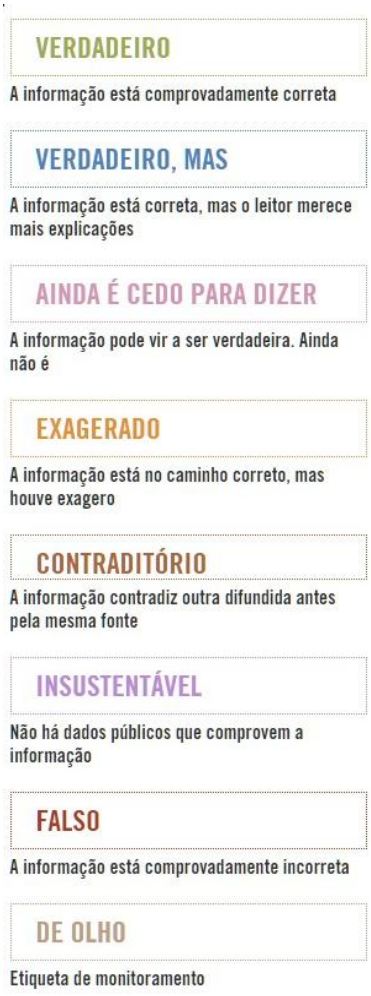
www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php
Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

a checagem e depois a vende em suas matérias para que possam ser publicadas por outros veículos.

A metodologia de checagem da Agência Lupa consiste em um procedimento desenvolvido a partir da influência de outras plataformas de fact-checking como, por exemplo, a argentina Chequeado e a estadunidense Politifact.

> Preocupa-se com "quem fala", "o que fala" e "que barulho faz". A Lupa não checa opiniões. Não faz previsões de futuro. Não aponta tendências. Não avalia conceitos amplos. Esforça-se para verificar o grau de veracidade de frases que contenham dados históricos, estatísticos, comparações e informações relativas à legalidade/constitucionalidade de um fato. (LUPA, 2015)

A Lupa também utiliza etiquetas para indicar os graus de verdade encontrados nas checagens. São elas:



Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

Figura 7 – Etiquetas – Agência Lupa
Fonte: Agência Lupa (LUPA, 2018).

Mesmo afirmando confiar em seus métodos, a Agência Lupa pontua que a prática de fact-checking pode ser vítima de alguns riscos:

> Quando a velocidade e a busca pelo furo jornalístico é o que importa, o checador tende a publicar uma informação rasa. Pode etiquetar uma frase como sendo verdadeira ou falsa, sem ter levado em consideração o cenário mais amplo em que ela se encaixa. A perda do contexto é sempre perigoso. (LUPA, 2015)

Outros riscos do fact-checking têm a ver com a utilização de dados imprecisos ou desatualizados ou fazer a prática parecer partidária e pouco transparente. Em sua defesa, a Lupa afirma não se apoiar e nem se associar a nenhum partido político ou organização sindical. Diz também checar governo e oposição, em níveis federal, estadual e municipal, de forma consistente (LUPA, 2015).

Em abril de 2017, a Lupa ampliou suas ações para além da prática de fact-checking e criou um braço educativo, o LupaEducação. O LupaEducação consiste num programa de treinamento e capacitação de estudantes e profissionais de qualquer área do conhecimento em técnicas de fact-checking. De acordo com o site da agência, em seu primeiro ano de existência, a iniciativa teve mais de três mil alunos (LUPA, 2015).

5. O tratamento das informações falsas e desinformações nas checagens

Entre 1º e 31 de janeiro de 2019, período definido para nossa análise, Aos Fatos e a Agência Lupa publicaram ao todo 113 matérias de checagem (50 Aos Fatos, 63 Agência Lupa). A partir de uma leitura detida sobre todos esses textos, percebeu-se uma orientação na cobertura das duas iniciativas, o que aponta para uma primeira categorização da produção. Percebeu-se que a cobertura das duas iniciativas foi realizada a fim de priorizar duas frentes fundamentais da prática de fact-checking: a verificação das informações proferidas em discursos políticos e a verificação de informações que estão circulando nas redes sociais da internet. Entretanto, há uma tendência maior para a produção de checagens que verificam informações advindas das redes sociais. Ao todo, 78,8% das matérias publicadas enquadram-se nessa categoria.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

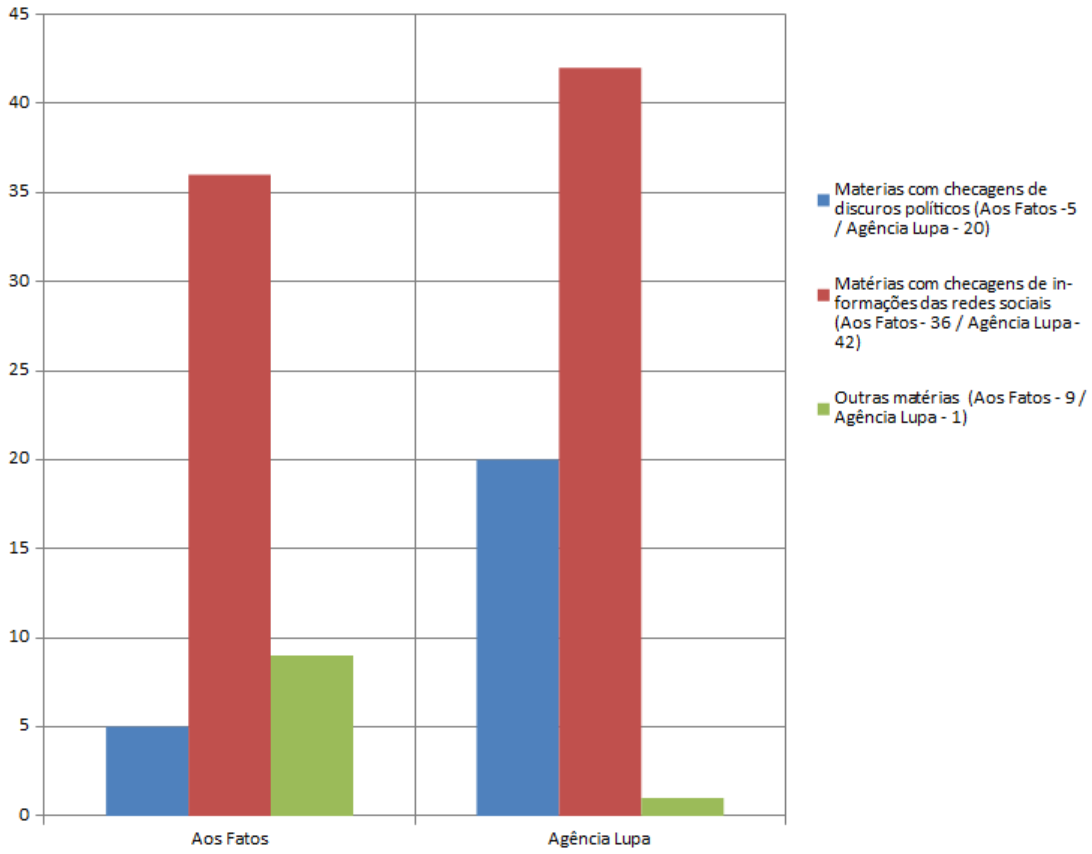


Figura 8 – Checagens realizadas pelas agências Aos Fatos e Lupa entre 1º e 31 de janeiro de 2019.
Fonte: Elaboração pelos autores.

A escolha das informações, dados e imagens para verificação, de acordo com ambas as iniciativas, ocorre a partir de material enviado por leitores. As postagens que receberem etiquetas negativas não são removidas da rede social, por intervenção da parceria firmada com o Facebook, mas têm sua distribuição orgânica reduzida de forma significativa. Já páginas e perfis que divulgam repetidamente informações falsas reportadas pelas agências de checagem têm o alcance de suas publicações diminuído e não poderão impulsionar conteúdo por meio de publicidade paga no Facebook. Aos Fatos e Agência Lupa afirmam que esta ação não tem objetivos de censura, mas sim de combater a viralização de fake news no ambiente virtual[25].

[25] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/05/10/verificacao-de-noticias-lupa-facebook/ e https://aosfatos.org/noticias/aos-fatos-adere-iniciativa-de-verificacao-de-noticias-do-facebook/

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

Em suas checagens, ambas as iniciativas não deixam conteúdos notificados como falsos no corpo do texto. Estes podem ser acessados por meio de hiperlinks presentes nas matérias. Em alguns casos, existem print screens de sites que publicaram a informação falsa. Além disso, as informações advindas das redes sociais recebem as mesmas etiquetas e selos utilizados para fazer a checagem de discursos políticos.

Em consideração ao critério de congruência 'triangulação da verdade', proposto por Amazeen (2015), 100% das informações checadas por ambas as iniciativas tiveram a mesma classificação e etiquetagem semelhante sobre o grau de veracidade de cada uma delas, o que, de certa forma, aponta para uma orientação metodológica unificada, seja para o acerto, seja para o erro.

Do ponto de vista das fontes de dados, notamos também que nas matérias produzidas pelas agências sobre discursos políticos, existe uma dependência da utilização de fontes e estudos oficiais para a realização das checagens (100% das matérias utilizam alguma fonte oficial). Já em relação às declarações em si, 70% das declarações checadas pela Agência Lupa foram investigadas a partir de fontes oficiais. Em Aos Fatos, esse percentual chega a quase 53%.

Em consideração às críticas apresentadas por Butler e Uscinski (2013) sobre a falta de critérios explícitos de seleção orientadores na prática das checagens, realmente, não são explicados os motivos que encaminham os recortes e os enquadramentos das matérias de checagem. As agências não se utilizam dos critérios de seleção e recorte mais sofisticados da prática científica, mas orientam suas produções de acordo com assuntos relevantes nas agendas política e jornalística. Exatamente por isso, os temas com mais checagens de informações foram a atuação governamental e o rompimento da barragem em Brumadinho. Juntos, esses dois temas foram pauta de 88 matérias de checagem, 77,8% das matérias publicadas em janeiro.

Em relação à checagem de discursos políticos, a Agência Lupa apresentou cobertura mais diversa durante o período analisado em nossa pesquisa, checando afirmações de diferentes agentes dos poderes Executivo e Legislativo em diversas esferas de poder, o que corrobora a ideia de potencial credibilidade dos resultados de checagem pela amplitude do espectro de orientações políticas analisado (GRAVES, GLAISYER, 2012), comprovado pela filiação partidária dos alvos de checagem. A cobertura de Aos Fatos ficou restrita apenas ao

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

presidente Jair Bolsonaro (PSL) e ao senador Flávio Bolsonaro (PSL), o que, a princípio, impacta a audiência de maneira contrária.

Tabela 1

Distribuição de alvos de checagem na cobertura da Agência Lupa entre 1º e 31 de janeiro de 2019.

Alvo da Checagem	Quantidade de matérias como alvo
Jair Bolsonaro (PSL) – Presidente da República	03
João Dória (PSDB) - Governador do Estado de São Paulo	03
Wilson Witzel (PSC) – Governador do Estado do Rio de Janeiro	03
Augusto Heleno (PRP) – Ministro-chefe do Gabinete de Segurança Institucional	01
Bruno Covas (PSDB) – Prefeito de São Paulo	01
Camilo Santana (PT) – Governador do Estado do Ceará	01
Ciro Gomes (PDT) – Ex-ministro da Fazenda e Integração Nacional	01
Damares Alves (Sem Partido) – Ministra da Mulher, Família e Direitos Humanos	01
Flávio Bolsonaro (PSL) – Senador do Rio de Janeiro	01
Hamilton Mourão (PRTB) – Vice-presidente da República	01
Ibaneis Rocha (MDB) – Governador Distrital	01
Marcelo Crivela – Prefeito do Rio de Janeiro	01
Michel Temer (MDB) – Ex-presidente da República	01
Onix Lorenzoni (DEM) – Ministro-chefe da Casa Civil	01
Sérgio Moro (Sem Partido) – Ministro da Justiça e Segurança Pública	01

Fonte: Elaboração pelos autores.

Tabela 2

Distribuição de alvos de checagem na cobertura da Agência Aos Fatos entre 1º e 31 de janeiro de 2019.

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

Alvo da Checagem	Quantidade de matérias como alvo
Jair Bolsonaro (PSL) – Presidente da República	04
Flávio Bolsonaro (PSL) – Senador do Rio de Janeiro	01

Fonte: Elaboração pelos autores.

Além dessas constatações, a natureza da relação que se estabelece entre as agências de checagem e os emissores dos discursos checados ganha relevância em nossa análise. Apesar da intenção explicita das matérias com checagem de discursos políticos seja forçar a prestação de contas (AMAZEEN, 2015), poucas vezes isso realmente acontece. Há, sobretudo, um silêncio por parte dos checados. Em janeiro de 2019, nenhum político alvo de checagem pela agência Aos Fatos respondeu aos questionamentos da iniciativa acerca de suas declarações. Na cobertura da Agência Lupa, agentes políticos foram chamados para explicar 69 declarações consideradas falsas, exageradas ou duvidosas, mas apenas 18 foram respondidas. Isto é, em apenas 26% das vezes a prestação de contas foi realizada em certo grau. Também existem dúvidas em relação a essa efetivação da prestação de contas, pois, nenhuma das explicações apresentadas foi considerada consistente o suficiente para alterar a etiqueta ou selo previamente atribuído na checagem[26].

Nessas respostas enviadas às agências de checagem, verificamos uma tendência a entender os erros factuais como tecnicalidades que não desconstroem ou invalidam a linha argumentativa principal do discurso. Na matéria Erros e acertos de Damares Alves e Augusto Heleno[27], publicada em 9 de janeiro de 2019, essa estratégia torna-se bastante evidente. Sobre a declaração feita por Augusto Heleno e considerada exagerada, "O número de vítimas [de automóveis] é quase igual ao número de vítimas de arma de fogo", a assessoria do ministro informou que o general tentou apenas estabelecer uma 'ordem de grandeza' entre os dois dados. A resposta ignora o fato apontado pela checagem de que o número de homicídios por

[26] A declaração "[São Paulo tem] PIB superior ao da Argentina, Chile, Colômbia, Peru, só para citar alguns exemplos", feita por João Dória, teve a etiqueta de classificação alterada de exagerado para verdadeiro em 11 de janeiro de 2019. A mudança na etiquetagem não ocorreu por causa de uma resposta de João Dória à Agência Lupa, mas porque a iniciativa utilizou uma metodologia equivocada para comparar os diferentes Produtos Internos Brutos. Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/01/11/doria-sp-entrevistas/
De maneira semelhante, a afirmação "Das 100 melhores escolas públicas do Brasil, 82 são no Ceará" teve sua etiquetagem alterada de falso para verdadeiro. A mudança ocorreu após a agência mudar a sua interpretação acerca do sistema de classificações de notas disponibilizado pela Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb). Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/01/21/camilo-santana-ceara/
[27] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/01/09/damares-alves-augusto-heleno/

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

arma de fogo no Brasil foi 32,5% maior do que o número de mortes registradas no trânsito no ano de 2016. Em outra declaração feita pelo ministro, "[O Brasil tem] 2 mil obras inacabadas", o número informado foi considerado subestimado de acordo com a apuração da Lupa. A resposta dada pela assessoria minimiza o erro e informa que o dado citado foi uma aproximação, uma vez que a intenção era mostrar o esforço que o governo supostamente precisará fazer para concluir todas as obras inacabadas.

Em outros casos, as respostas entregues à equipe de checagem buscam dar a impressão de que as afirmações etiquetadas como problemáticas foram realizadas em um contexto maior ignorado pela apuração, ou ainda, buscam oferecer interpretações alternativas para as declarações realizadas.

Na declaração de João Dória considerada exagerada, "O Poupatempo[28] (…) se tornou uma referência nacional e é realizado por servidores públicos[29]", a apuração da Agência Lupa contesta o governador apresentando que 52,3% dos funcionários do Poupatempo são terceirizados, mas, de acordo com a interpretação de João Dória, "todo terceirizado do programa presta serviço público, ou seja, serviços direto para a população, independente da natureza de contratação deles". De maneira semelhante, a assessoria de Wilson Witzel respondeu aos checadores que a declaração "No ano de 2018, foram mais de 600 homicídios [nos primeiros 20 dias de governo]. No ano de 2017, também", feita na conta do Twitter do governador, não é exagerada, indicação feita pela agência, pois o governador supostamente não teria a intenção de se referir apenas ao número de homicídios, mas ao número total de mortes nos meses de janeiro.

6. Considerações

A atuação das agências Aos Fatos e Lupa está prioritariamente direcionada para a checagem de informações presentes nas redes sociais. As duas iniciativas, inclusive, apresentam canais de contato direto com usuários para que estes enviem matérias passíveis de verificação. Essa prioridade pode ser interpretada como uma reação a crescente preocupação com as fake news, e ocorre no contexto dos interesses da parceria institucional entre os

[28] O Poupatempo é um programa do Governo do Estado de São Paulo implantado em 1997 para facilitar o acesso do cidadão às informações e serviços públicos.
[29] Disponível em: https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/01/05/doria-posse-governador/

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php
Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

veículos e o Facebook. A classificação dada pelas agências não tem o poder de retirar a publicação falsa ou enganosa da rede social, mas pode diminuir sua difusão.

Também observamos que as plataformas de fact-checking se valem, sobretudo, de dados fornecidos por fontes e estudos oficiais de instituições públicas. Esses dados são percebidos como índices inquestionáveis do real e não são postos à prova pelas checagens. Percebemos também que os veículos analisados não buscam uma ruptura drástica em relação à ideologia clássica do jornalismo. A valorização de determinados princípios como a objetividade e a busca por credibilidade estão presentes nas apresentações das agências e são basilares em suas atuações.

Mas é a constatação da ausência de interlocução entre agências e checados que projeta uma discussão mais aprofundada, que não será possível fazer nesse espaço. Mas lançamos algumas perspectivas que podem orientar análises posteriores.

Estudos apresentam evidências inconclusivas e divergentes sobre a eficácia da atividade de fact-checking em relação ao aprimoramento democrático (GRAVES, 2013; USCINSKI, BUTLER, 2013; NYHAN, REIFLER, 2014; AMAZEEN, 2015; DOURADO, 2016). Apesar do envolvimento jornalístico em disputas factuais poder auxiliar aos cidadãos a tomarem decisões mais embasadas empiricamente, existem dúvidas sobre os resultados da checagem de fatos em relação ao combate à difusão das fake news e da desinformação em geral. Além do problema da exposição seletiva (IYENGAR et al, 2008; IYENGAR, HAHN, 2009; LAZER et al, 2018), as correções e os apontamentos feitos pelas iniciativas de fact-checking podem ser ineficazes, ou mesmo tidos como enviesados, entre os indivíduos que se sentem confrontados pelas checagens em relação aos seus posicionamentos políticos e ideológicos (NYHAN, REIFLER, 2010; LAZER et al, 2018).

A preocupação em checar informações contidas em discursos de agentes públicos pode também acarretar numa mudança comportamental do alvo checado, uma vez que existem riscos relacionados à reputação. Ainda assim, é preciso lembrar que accountability refere-se diretamente à prestação de contas do agente público. Em relação ao accountability promovido pelo jornalismo, devemos frisar que a imprensa não substitui as instituições de promoção da transparência governamental, mas, em certa medida, possui um papel fundamental ao tornar públicas e acessíveis as ações dos agentes do poder público. “O jornalismo confere visibilidade a diversos atores que podem contradizer um pronunciamento oficial, reunindo esforços para amplificar o processo de accountability.” (MAIA, 2006, p. 17)

www.compos.org.br
www.compos.org.br/anais_encontros.php

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

Nesse sentido, a atividade de fact-checking almeja ser um instrumento capaz de promover o monitoramento de autoridades. Entretanto, em nosso corpus, conferimos que poucas vezes os agentes do campo político se mostram receptivos para prestar esclarecimentos às checagens. E, mesmo quando explicações são dadas, os atores políticos as utilizam para reforçar narrativas próprias e minimizar os erros factuais.

Dessa forma, podemos perceber que o emudecimento dos checados acaba por quebrar o fluxo do processo de prestação de contas, uma vez que não são esclarecidas a falta de acurácia das informações pronunciadas em discursos. Dessa maneira, coadunamos com a conclusão de Dourado (2016).

> Por um lado, apensar do jornalismo poder servir como uma ponte que ajude a provocar um processo de accountability, acredita-se que essa dinâmica é mais complexa e depende mais da gravidade do fato social do que do trabalho dos fact-checking. Etiquetar como falsa a declaração de um ator político pode ruir a credibilidade dele junto a seus eleitores, servir como insumo para opositores, inclusive seus pares, ou para inflamar o debate de um fato político polêmico. Contudo, isso não quer dizer que o agente político vai sofrer alguma sanção apenas pela desconstrução de seu discurso. (DOURADO, 2016, p. 18)

Mas, como compreender o 'silêncio' dos checados? Orlandi (1997) dá pistas de quão complexos podem ser os caminhos que poderiam levar às respostas a essa indagação. Em sua percepção, a linguagem estabiliza os movimentos dos sentidos. No silêncio, ao contrário, "sentido e sujeito se movem largamente" (p. 27), numa alusão ao inesperado e à amplitude de interpretações possíveis quando ocorre o silêncio. "[...] o silêncio é a matéria significante por excelência, um continuum significante. O real da significação é o silêncio." (idem) E tomando o discurso como objeto de discussão, "o silêncio é o real do discurso" (p. 29). Nessa perspectiva, no discurso se pode 'modelar', inclusive pela retórica, a linguagem, favorecendo sua 'manipulação' ideológica. O silêncio, ao contrário, permanece em seu estado bruto, irredutível, em toda sua potência original.

> Numa certa perspectiva, a dominante nos estudos dos signos, produz-se uma sobreposição entre linguagem (verbal e não-verbal) e significação. (...) Disso decorreu um recobrimento dessas duas noções, resultado uma redução pela qual qualquer matéria significante fala, isto é, é remetida à linguagem (sobretudo verbal) para que lhe seja atribuído sentido. (...) Nessa mesma direção, coloca-se o "império do verbal" em nossas formas sociais: traduz-se o silêncio em palavras. Vê-se assim o silêncio como linguagem e perde-se sua especificidade, enquanto matéria significante distinta da linguagem. (ORLANDI, 1997, p. 30)

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

Tentando estabelecer possibilidades de orientar uma análise empírica do silêncio, o que nos interessa sobremaneira para o aprofundamento posterior de nossos estudos, Orlandi (1997) vislumbra uma possível categorização do silêncio, e enumera alguns silêncios 'visíveis'. Haveria silêncios múltiplos. O silêncio das emoções, o místico, o da contemplação, o da introspecção, o da revolta, o da resistência, o da disciplina, o da derrota da vontade, o do exercício do poder etc. Quando constatamos que o trabalho realizado pelas agências de checagem debruça-se principalmente sobre o campo e o discurso políticos, o silêncio do 'exercício do poder' nos chama atenção. "Dizer e silenciar andam juntos. (...) Há, pois, uma declinação da significação que resulta no silenciamento como forma não de calar mas de fazer dizer 'uma coisa', para não deixar dizer 'outras'. Ou seja, o silêncio recorta o dizer. Essa é sua dimensão política" (ORLANDI, 1997, p. 53). Ponto de partida para incursões seguintes.

Referências bibliográficas

AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking.** Critical Review: A journal of politics ans society, DOI 10.1080/08913811.2014.99390. Pub. 19/01/2015.

ANDERSON, C. W; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Jornalismo pós-industrial: Adaptação aos novos tempos.** Tradução Ada Félix. Revista ESPM, São Paulo, Ano 2, Número 5, Abril/Maio/Junho de 2013, p. 30-89, 2013.

AOS FATOS. **O que é checagem de fatos — ou fact-checking?.** 2018a. Disponível em: <https://aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

AOS FATOS. **Nosso método.** 2018b. Disponível em: <https://aosfatos.org/nosso-método/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

AOS FATOS. **Conheça o Aos Fatos Lab.** 2018c. Disponível em: < https://aosfatos.org/aos-fatos-lab/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

CHARRON, Jean; DE BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo.** Editora Insular – Brasília, 2016.

DINIZ, Amanda Tavares de Melo. **Fact-checking no Ecossistema Jornalístico Digital: práticas, possibilidades e legitimação**. Mediapolis, Coimbra. nº5. p.23-37. 2018.

DOBBS, Michael. **The rise of political fact-checking:** How Reagan inspired a journalistic movement: a reporter's eye view. New America Foundation. Fev. 2012.

DOURADO, Tatiana. **Fact-checking como possibilidade de accountability do jornalismo sobre o discurso político: as três iniciativas brasileiras.** 40º Encontro Anual da Anpocs, 2016.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRAVES, Lucas.; NYHAN, Brendan.; REIFLER, Jason; **The diffusion of fact-checking - Understanding the growth of a journalistic innovation.** American Press Institute. 2015.

GRAVES, Lucas; **Deciding What's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news**. Columbia University. 2013.

GRAVES, Lucas; **Boundaries not drawn – mapping the institutional roots of the global fact-checking**

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o Galoá proceedings

moviment. Journalism Studies. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1196602. 2016

IYENGAR, Shanto e HAHN, Kyu. **Red Media, Blue Media: Evidence of ideological selectivity in media use.** Journal of Communication 59(1): 19-29, 2009.

IYENGAR, Shanto et al. **Selective exposure to campaign communication: the rue of antecipated agreement and issue public membership.** Journal of Politics 70(1) 186-200. 2008.

LAZER, David M. J. et al. **The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort**. Science, [S.l.], v. 359, n. 6380, p. 1094-1096, mar. 2018.

LUPA, Agência. **Mas de onde vem o fact-checking?**. 2015. Disponível em: < http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-checadas/>: Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

LUPA, Agência. **O que é a Agência Lupa?**. 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/de-onde-vem-o-fact-checking/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019

LUPA, Agência. **Quais são os riscos do fact-checking**. 2015. Disponível em: < http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/os-riscos-do-fact-checking/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

MAIA, Rousiley C. M. **Mídia e diferentes dimensões da Accountability.** E-compós, Brasília, v. 7, p. 1-27, 2006.

NALON, Tai. **Aos Fatos assina compromisso internacional por conduta transparente**. 2016. Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/aos-fatos-assina-compromisso-internacional-pela-conduta-transparente-de-checadores/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2019.

NEISSER, Fernando Gaspar. **Fact-checking e o controle da propaganda eleitoral**. Revista Ballor, Rio de Janeiro, V. 1 Nº2 , Setembro/Dezembro 2015.

NYHAN, Brendan e REIFLER, Jason. **When Corrections fail: the persistence of political misperceptions.** Political Behavior 32(2): 303-30

NYHAN, Brendan e REIFLER, Jason. **The effect of fact-checking on elites: a field experiment on U.S. State Legislators.** American Journal of Policial Science, Vol. 59, Nº 3, July 2015, p 626-640, 2014. doi:10.1111/ajps.12162

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silencio no movimento dos sentidos**. 4. ed. Campinas (SP): Editora da Unicamp, 1997.

RESENDE, Leandro. **'Fake news': usar ou não usar esta expressão?.** 2017. Disponível em: <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/12/23/fake-news-dizer-ou-nao-dizer/>. Acesso em: 23 de fevereiro 2018

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**, Volume 1 – porque as notícias são como são¬. Florianópolis: Editora Insular. 2004.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. **The (naïve) epistemology of fact-checking**. Critical Review: A journal of politics and society. DOI 10.1080/089113811.2013.843872. p. 162-180. Pub. 30 de outubro de 2013.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

Galoá { Este trabalho foi publicado utilizando o **Galoá** proceedings