

CENTRO UNIVERSITÁRIO INTERNACIONAL UNINTER

Curso de Bacharelado em Jornalismo

EDUARDO VIERO SCHMITT

**FACT-CHECKING: ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE FONTES PELO PROJETO
COMPROVA NA VERIFICAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NA INTERNET
DURANTE A PANDEMIA DE CORONAVÍRUS NO BRASIL**

SANTIAGO/RS
2020

EDUARDO VIERO SCHMITT

**FACT-CHECKING: ANÁLISE DA UTILIZAÇÃO DE FONTES PELO PROJETO
COMPROVA NA VERIFICAÇÃO DE NOTÍCIAS FALSAS NA INTERNET
DURANTE A PANDEMIA DE CORONAVÍRUS NO BRASIL**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial
para obtenção do grau de bacharel
em Jornalismo ao Centro
Universitário Internacional
UNINTER.

Orientador: Prof.^a Dra. Karine
Moura Vieira.

SANTIAGO/RS
2020



Centro Universitário Internacional Uninter
Curso de Bacharelado em Jornalismo
Ata de Banca de Trabalho de Conclusão de Curso

Aos 10 dias do mês de fevereiro realizou-se a banca de Trabalho de Conclusão de Curso do/a estudante Eduardo Viero Schmitt do curso de Bacharelado em Jornalismo do Centro Universitário Internacional Uninter. Na ocasião, o trabalho desenvolvido na fase de (qualificação ou defesa) defesa, sob o título Fact-checking: a análise de utilização de fontes pelo Projeto Comprova na verificação de notícias falsas na internet durante a pandemia de Coronavírus no Brasil e orientação do/a Karine Moura Vieira, foi apreciado pelos seguintes membros da banca avaliadora:

Examinador/a 1: Alexsandro Ribeiro

Examinador/a 2: Marcia Boroski

Após as arguições foram registradas as seguintes considerações:

Ao final, foi atribuída a seguinte nota: 9,5

(☒) Aprovado (☐) Aprovado com solicitação de ajuste (☐) Reprovado

Assinam:

Orientador/a: Karine Moura Vieira

Examinador/a 1: Alexsandro Ribeiro

Examinador/a 2: Marcia Boroski

Estudante: Eduardo Viero Schmitt

AGRADECIMENTOS

Chegar até aqui foi um longo caminho, cheio de dificuldades, mas com muitas alegrias e satisfações. O sentimento é de dever cumprido e de muito aprendizado nesses últimos quatro anos.

Agradeço à Deus pela força e pelas conquistas, minha mãe por acreditar na minha caminhada, minha irmã e meu pai pelo apoio de sempre e, minha avó Ana que hoje é uma estrela e que ajudou a tornar esse sonho possível.

Agradeço aos professores por todo ensinamento e conhecimento transmitido e também à minha orientadora Karine Vieira, por toda paciência, suporte e disponibilidade na elaboração deste trabalho.

E agradeço também aos meus colegas de curso por todos os momentos compartilhados e pela amizade de sempre que formamos ao longo desse período. Valeu a pena!

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo geral analisar o perfil de fontes de notícias utilizadas pelo Projeto Comprova na verificação de notícias falsas, durante a pandemia de Coronavírus no Brasil. O projeto Comprova é uma parceria formada por diversos veículos jornalísticos, tendo surgido em 2018. Desta forma, a pesquisa apresenta o jornalismo, em sua perspectiva histórica, como modo de conhecimento e seus processos de produção. Dentro dos avanços da técnica jornalística, surge o *fact-checking*, onde neste trabalho, é observado desde o seu nascimento nos EUA, como forma de validar ou não discursos políticos e sua evolução como uma prática jornalística. Para a análise, foram selecionadas seis matérias checadas pelo Comprova, no período de 25 de março à 24 de abril, através do site do projeto publicadas no filtro Saúde e que foram trabalhadas a partir da análise de conteúdo. Houve uma identificação das fontes utilizadas nas checagens e classificadas conforme Schmitz (2011) e Cazetta & Reis (2019). Os resultados demonstraram uma maior predominância de fontes oficiais e de referência, além da transparência em relação às fontes e métodos utilizados.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; *Fact-checking*; *Fake News*; Comprova; Prática jornalística.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Imagem 1- <i>Home</i> do site Comprova.....	27
Imagem 2- Checagem 1 para análise	28
Imagem 3- Checagem 2 para análise	28
Imagem 4- Checagem 3 para análise.....	29
Imagem 5- Checagem 4 para análise.....	29
Imagem 6- Checagem 5 para análise.....	30
Imagem 7- Checagem 6 para análise.....	30

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 METODOLOGIA.....	10
3 JORNALISMO.....	13
3.1 JORNALISMO COMO CONHECIMENTO.....	15
3.2 PRODUÇÃO JORNALÍSTICA - PROCESSOS E PRÁTICAS.....	17
3.3 FONTES DE NOTÍCIAS.....	20
4 FAKE NEWS E FACT-CHECKING.....	22
4.1 PRÁTICA DE FACT-CHECKING.....	24
5 PROJETO COMPROVA.....	27
6 ANÁLISES E RESULTADOS.....	31
6.1 CHECAGEM PUBLICADA EM 25 DE MARÇO.....	31
6.2 CHECAGEM PUBLICADA EM 30 DE MARÇO.....	32
6.3 CHECAGEM PUBLICADA EM 31 DE MARÇO.....	33
6.4 CHECAGEM PUBLICADA EM 06 DE ABRIL.....	34
6.5 CHECAGEM PUBLICADA EM 15 DE ABRIL.....	34
6.6 CHECAGEM PUBLICADA EM 24 DE ABRIL.....	35
6.7 ANÁLISE GERAL.....	36
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	42
REFERÊNCIAS.....	44

1 INTRODUÇÃO

A checagem de dados sempre fez parte das premissas básicas do jornalismo, quando, nos jornais impressos já haviam repórteres e editores em busca de verificação. Porém, no atual contexto dos avanços tecnológicos, com o jornalismo digital e a produção jornalística distribuída em múltiplas plataformas; e pela velocidade que as mensagens chegam aos receptores e, sua repercussão, a checagem passou de método para prática jornalística com o trabalho das agências de checagem e a produção de *fact-checking*.

Nesta era digital que estamos inseridos, onde há uma imensa quantidade de conteúdo publicado nas redes todos os dias, e que os internautas também se tornaram produtores destes conteúdos, favoreceu um cenário para muitas informações distorcidas e falsas em circulação.

Dartnon (2017) recorda os pasquins que surgiram na Itália no século XVI e que eram utilizados para disseminar notícias falsas e boatos de personalidades. No início dos anos 1990, começaram a surgir serviços de *fact-checking* em vários países do mundo, porém no Brasil, elas ganharam expressão durante as eleições presidenciais de 2018 (TARDÁGUILA, 2016).

Campos e Neckel (2017) dizem que o *fact-checking* se propõe a aprimorar as informações, principalmente às declarações políticas e, assim recolocar em circulação essas novas informações checadas.

De acordo com Tardáguila (2016) o *fact-checking*, vem do jornalismo político que surgiu nos Estados Unidos nos anos 1990, durante a campanha de George Bush à reeleição. Mas, “[...] que ganhou enorme destaque na cobertura eleitoral dos Estados Unidos neste ano, graças ao fenômeno Donald Trump” (TARDÁGUILA, 2016). Reportagens do *The Guardian* e do *Buzzfeed*, mostraram que boa parte do conteúdo compartilhado na internet durante as eleições

americanas de 2016, vieram de sites de notícias falsas. ¹Situação parecida aconteceu no Brasil, em 2015, na semana do *Impeachment* de Dilma.

Em vista do exposto, a questão que norteia este trabalho é: Qual o perfil das fontes de notícias utilizadas pelo Comprova, na verificação de informações falsas na internet durante a pandemia do Coronavírus no Brasil?

As agências de *fact-checking* que entram em campo, para efetivamente, confrontar dados, conteúdos falsos viralizados e até mesmo discursos equivocados de autoridades, costumam ter seu sistema próprio e princípios editoriais que norteiam seu trabalho, através do IFCN², órgão internacional fiscalizador das agências. O projeto Comprova, que reúne 24 veículos de comunicação, iniciou em março deste ano um monitoramento das redes sociais e alguns *apps* de mensagens em busca de informações duvidosas a respeito do novo coronavírus, contribuindo para o combate à desinformação sobre a pandemia de Covid-19. O projeto surgiu no contexto das eleições presidenciais de 2018.

Assim, o objetivo deste trabalho é abordar a atuação do Comprova a partir das fontes de notícias utilizadas na investigação sobre notícias e informações falsas referentes a pandemia do novo Coronavírus no Brasil. Dentro dessa proposta, o trabalho tem como objetivos específicos: analisar a transparência das fontes de notícias utilizadas na investigação das *fake news*; entender como ocorrem as classificações de etiquetas para esses boatos averiguados pelo Comprova; compreender como se dá a circulação do conteúdo checado nas redes sociais

Como corpus para análise do objeto de estudo, o projeto Comprova, serão selecionadas seis matérias checadas, durante o período de 25 de março ao dia 24 de abril; levando em consideração o início da quarentena no Brasil. Esta seleção

¹ [Levantamento do BuzzFeed e The Guardian sobre circulação de notícias falsas na eleição americana em 2016](#)

² IFCN - *International Fact-Checking Network*
<https://www.poynter.org/ifcn/>

ocorreu a partir das checagens publicadas pelo Comprova no período, relacionadas ao tema Covid-19 e que estavam no filtro saúde.

Embora sejam recentes as agências de checagem de dados aqui no Brasil, é evidente sua contribuição para a sociedade, tanto em tempos eleitorais, como em casos de epidemias de saúde. Isso por conta da velocidade que as informações chegam até os leitores/internautas, ainda mais com a crescente das redes sociais digitais e toda sua repercussão. E por vezes são nessas mesmas redes, que se encontram as fábricas de notícias falsas. A transparência das fontes de notícia e os métodos que as agências utilizam, é o que garantem credibilidade aos fatos checados.

O presente trabalho estrutura-se da seguinte forma: no capítulo dois apresentam-se as metodologias que serão utilizadas, como pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e análise de conteúdo; no terceiro capítulo apresenta-se uma revisão teórica sobre o Jornalismo, em sua perspectiva histórica, como forma de conhecimento e seus processos de produção, além de apresentar a classificação das fontes de notícias propostas por Schmitz (2011) e Cazetta e Reis(2019) ; o capítulo quatro dedica-se a apresentar o processo de *Fact-Checking*, seu surgimento em meio à campanha eleitoral de 2016 nos EUA, sua prática como ferramenta jornalística, bem como seus aspectos; o quinto capítulo traz uma apresentação do objeto de estudo, o projeto Comprova e a seleção das checagens selecionadas para análise na pesquisa, e o sexto capítulo traz a análise e os resultados e, por fim, no sétimo capítulo as considerações finais.

2 METODOLOGIA

O trabalho é desenvolvido a partir da utilização das metodologias de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e a análise de conteúdo. Neste capítulo pretende-se trabalhar teoricamente cada metodologia, explicando a sua aplicação na pesquisa.

A pesquisa bibliográfica tem como objetivo construir a explicação de um problema através de referências teóricas contidas em livros, artigos, dissertações e teses (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007). Os autores dizem ainda que “a pesquisa bibliográfica é meio de formação por excelência e constitui o procedimento básico para os estudos monográficos, pelos quais se busca o domínio do estado da arte sobre determinado tema” (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007, p. 61).

Para a pesquisa, foi realizada a revisão bibliográfica sobre o campo jornalístico, seus processos e história, e as fontes de notícias a partir dos estudos de Marques de Melo (2003), Marcondes Filho (1989), Meditsch (1998), König (2019), Pena (2005), Schmitz (2011) e Cazetta e Reis (2019). As características sobre o processo de *Fact-Checking* e as agências de checagem foram trabalhadas a partir dos autores Seibt (2019), Santos; Spinelli (2018), Canavilhas; Ferrari (2018) e Melo Diniz (2018).

Foram analisadas seis matérias checadas pelo projeto Comprova, durante o período de 25 de março à 24 de abril. A seleção das matérias se deu através das checagens publicadas no site do Comprova no período inicial da quarentena no Brasil, relacionadas ao tema Covid-19 e que estavam no filtro saúde. Nesse sentido, foi feita a pesquisa documental das informações checadas no primeiro momento da quarentena no país.

Na pesquisa documental, segundo o que propõem Cervo; Bervian e Silva (2006, p. 62) “são investigados documentos com o propósito de descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características”. Esse tipo de pesquisa, geralmente se utiliza de documentos e materiais que ainda não passaram por um tratamento analítico (DIEHL; TATIM, 2004).

Pádua (2018, p. 56) diz que “[...] além das fontes primárias, os documentos propriamente ditos, utilizam-se das fontes chamadas secundárias, como dados estatísticos, elaborados por institutos especializados e considerados confiáveis para a realização da pesquisa”.

A partir deste levantamento para o corpus, foi utilizada a análise de conteúdo como técnica de pesquisa qualitativa, baseada na proposta da professora francesa Laurence Bardin.

Segundo Bardin (2011) a análise de conteúdo:

[...] designa e orienta a um conjunto de técnicas de análise das comunicações e visa obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2011, p. 47).

Através desta análise busca-se compreender as particularidades, os modelos, estruturas que estão escondidos nas mensagens, textos, discursos. Câmara (2011) diz que o pesquisador deve “entender o sentido da comunicação, como se fosse o receptor normal, e, principalmente, desviar o olhar, buscando outra significação, outra mensagem, passível de se enxergar por meio ou ao lado da primeira” (CÂMARA, 2011, p. 182).

Nesse sentido, a análise de conteúdo compreende três etapas durante a pesquisa, que são: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Na primeira fase da pré-análise é feita a escolha dos documentos a serem analisados, bem como uma leitura superficial deles e a elaboração de hipóteses e dos objetivos. Devem ser seguidos alguns critérios como a transcrição total, sem

omitir nada da mensagem; representatividade universal; homogeneidade na escolha dos dados; pertinência dos documentos ao objetivo da pesquisa; e exclusividade dos elementos nas categorias (CÂMARA, 2013).

Na segunda etapa é realizada a codificação dos dados, que consiste nas unidades de registro, enumeração e classificação. Assim, são classificadas as categorias “que confirmam ou modificam aquelas, presentes nas hipóteses, e referenciais teóricos inicialmente propostos” (CÂMARA, 2013, p. 186). Nessa etapa, foi realizada a identificação das fontes de notícias usadas nas checagens e categorizadas com base nas fontes propostas por Aldo Schmitz (2011) e outras próprias do fact-checking, elaboradas por Jhonny Cazetta e Ana Reis (2019)

A terceira etapa, onde se faz a interpretação dos resultados, é quando esses serão validados, a fim de deixá-los mais significativos. Nessa interpretação dos resultados, deve-se ir além do conteúdo dos documentos, uma vez que o objetivo é encontrar a essência, escondida na mensagem (CÂMARA, 2013). Desta forma, nesta etapa foi realizada a análise em conjunto das checagens e a apresentação dos resultados.

3 JORNALISMO

Da tradição oral à escrita, a circulação de informações e notícias era uma realidade nas antigas sociedades. Conforme Pena (2005) foi somente com o desenvolvimento do comércio e da vida urbana, que houve um crescimento da divulgação de notícias pelas gazetas, que antecederam os jornais impressos. König (2019) cita Marcondes Filho (2002) ao discutir o começo do Jornalismo, que situa seu surgimento na Revolução Francesa (1788-1799), com influência do Iluminismo.

Os valores iluministas consistem em trazer o conhecimento à luz, desvelar o que havia de interesse público e que ainda não fosse conhecido. Imagine o tamanho do desafio dos jornalistas ao se confrontarem com os interesses dos proprietários de jornais que queriam lucrar com a venda dos jornais ou com os anúncios que dividem espaço com as notícias. (KÖNIG, 2019, p.21)

Do jornalismo que surge de forma artesanal e sem comercialização, aos padrões existentes de hoje, de produção em massa em empresas de comunicação, a atividade, passou por uma evolução em seu modo de fazer e nos recursos empregados.

Marcondes Filho (2000) traça uma evolução das cinco fases do jornalismo: A Pré-história do jornalismo (1631 a 1789) era caracterizada por uma produção artesanal e forma semelhante ao livro. Já no chamado Primeiro Jornalismo (1789 a 1830) havia um conteúdo mais literário e político, com texto crítico comandado por escritores, políticos e intelectuais. É o Segundo Jornalismo (1830 a 1900) que marca o início da profissionalização dos jornalistas, na chamada imprensa de massa, com a criação de reportagens e manchetes e a consolidação como negócio. Em 1900 a 1960, ocorre o Terceiro Jornalismo, marcado por um grande número de tiragens, influenciado pelas relações públicas e políticas e grupos editoriais que monopolizaram o mercado, sendo chamada de imprensa monopolista. E de 1960 em diante, o Quarto Jornalismo é marcado pela ampla utilização da tecnologia,

informação com grande velocidade na transmissão, valorização visual e o início da crise da imprensa escrita (MARCONDES FILHO, 2000, apud PENA, 2005, p. 34).

No Brasil, a imprensa se estabelece tardiamente e só se desenvolveu com a chegada de D. João VI, em 1808. Marques de Melo (2003) diz que os primeiros momentos foram tímidos, devido à censura real, e somente era reproduzido informações do governo. Porém, é no Segundo Reinado, de Pedro II, que a imprensa garante maior liberdade.

O primeiro jornal a circular em língua portuguesa na América, foi a Gazeta do Rio de Janeiro, no século XIX, editada por Frei Tibúrcio José da Rocha. Para Marques de Melo (2003) antes desse jornal oficial do governo, Hipólito José da Costa já havia lançado em Londres, em 1808, o Correio Braziliense, que era enviado de forma clandestina para o Brasil. Assim, o jornal foi “(...) considerado o mais antigo periódico brasileiro, pela sua natureza independente e pelo seu caráter noticioso” (RIZZINI, 1946 apud MARQUES DE MELO, 2003, p. 30).

Daí em diante, o jornalismo ganhou cada vez mais espaço, se consolidando como negócio no mundo todo. Mas com a revolução tecnológica que o mundo passou e a chegada da *Web*, no século XX, novas formas de se fazer e apresentar o jornalismo, surgiram. Pena (2005) comenta que o ambiente virtual que se formou, influenciou todos os tipos de veículos, e em todas as etapas de produção e recepção da notícia. As redações e os profissionais precisaram se adaptar às novas rotinas e ferramentas de trabalho. Ferrari (2003 apud Pena, 2005, p. 180) diz “ser preciso preparar as redações e os jornalistas para as transformações da profissão, desenvolvendo uma visão multidisciplinar e a capacidade de trabalhar com diversas mídias”.

A convergência midiática é uma realidade do século XXI e a principal é tecnológica, formando-se uma “tríplice convergência entre mídia, telecomunicações e informática” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 154). Para o autor, há também a convergência profissional, elencando que um dos grupos é o dos midiastas, composto por jornalistas, publicitários, radialistas, escritores, tele-educadores, agentes culturais etc; e o dos informatas, formado por bibliotecários, analistas de informação, documentalistas etc. Nesse sentido, o autor tece uma

crítica, dizendo que o grupo dos informatas está assumindo um grande espaço, nas mídias digitais, que deveriam ser dos midiastas; e que os conteúdos na rede, estão sendo produzidos pelos informatas e não pelos midiastas; que estão muito presos às mídias tradicionais. Outro fator, é que com as mídias sociais digitais, o público passou a se tornar também produtor de conteúdo, justamente o que preocupa Martinez Albertos (1997) quando fala sobre o interesse público nesses conteúdos.

Os cibernautas, os provedores de informação não são jornalistas: trabalham com mentalidade radicalmente distinta. E seus paradigmas para a coleta e a seleção dos dados não obedecem à lei do interesse geral do público massivo. Seus instrumentos de trabalho são a especialização temática dos serviços e a acumulação praticamente indiscriminada de todos os dados disponíveis.

(MARTINEZ ALBERTOS, 1997 apud MARQUES DE MELO, 2003, p. 183)

Com o avanço do jornalismo e a chegada da web, suas práticas foram se transformando, desde o estilo de texto até a forma de apresentação da notícia. A chegada das redes sociais digitais, também impactou o jornalismo, pelo fato de propiciar uma maior aproximação com o leitor, com mais espaços de distribuição e, por outro lado, pela capacidade do público se tornar produtor de informações também.

Essa facilidade de produção oriunda das redes sociais digitais, favoreceu o surgimento de informações falsas, distorcidas e até mesmo retiradas de contexto - as famosas *fake news*, que serão discutidas no próximo capítulo. Com o intuito de destruir reputações e confundir o público, essas notícias falsas acabam por movimentar a internet de tal maneira que, uma das forças para combatê-las, é o trabalho das agências de *fact-checking*, que será abordado no terceiro capítulo.

3.1 JORNALISMO COMO CONHECIMENTO

Como ferramenta de comunicação, o jornalismo tem na sua essência a informação como matéria prima e, conseqüentemente, isso gera um tipo de conhecimento ao público. Eduardo Meditsch (1998, p. 26) lembra a ideia de Paulo Freire “que todo conhecimento autêntico nasce de uma pergunta. Dizia mais: que não há conhecimento sem pergunta”. Desta forma, para conhecer, é necessário perguntar e responder a pergunta. Isso pode demonstrar, então, que o jornalismo também é fonte de conhecimento e ciência; porém para o intelectual austríaco Karl

Kraus, o jornalismo é tido como uma ciência mal feita e essa ideia de Kraus, influenciou outros pensadores da Escola de Frankfurt.

Diferente da ciência, o jornalismo tem suas especificidades e suas qualidades que o tornam único. Para Meditsch (1998, p.28) “o jornalismo não revela mal nem menos a realidade do que a ciência: ele simplesmente revela diferente” e que “ao revelar diferente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não são capazes”.

Na questão da reprodução do conhecimento quanto ao jornalismo, e no modo de fazer, ele também tem sua função no jornalismo científico de divulgar pesquisas e simplificar dados, tornando-os de fácil compreensão para o leitor, ouvinte ou telespectador. Ele reproduz o conhecimento que produz e também o que é produzido por outros órgãos (MEDITSCH, 1998).

Meditsch (1998, p. 31) cita Lage (1992) para explicar a origem da prática jornalística: “o jornalismo descende da mais antiga e singela forma de conhecimento – só que, agora, projetada em escala industrial, organizada em sistema, utilizando fantástico aparato tecnológico”.

O público consumidor da notícia traz consigo suas bagagens e aprendizados de vida, o que também é, de certa forma um conhecimento adquirido, tanto durante sua formação de valores, quanto sua formação profissional e escolar. Nesse sentido, Meditsch (1998) ressalta que a metodologia científica não é a única maneira que se tem de conhecer a vida para a sobrevivência. Assim, “diversos tipos de conhecimentos circulam em diversas redes sociais” (BERGER e LUCKMANN, 1966 apud MEDITSCH, 1998, p. 29).

Marques de Melo (2003) destaca que Robert Park foi um dos primeiros cientistas sociais que reconheceu o jornalismo como forma de conhecimento.

Como forma de conhecimento a notícia não cuida essencialmente nem do passado nem do futuro, senão do presente... Pode se dizer que a notícia só existe nesse presente. (...) A notícia só é notícia quando chega às pessoas... (...) Publicada e reconhecida a sua significação, o que era notícia se transforma em História (PARK, 1970, apud MARQUES DE MELO, 2003, p.191).

Assim, Marques de Melo diz que “o jornalismo é portanto a principal forma de conhecimento que permite aos cidadãos de qualquer sociedade acompanhar, participar e influir na História do seu tempo” (MARQUES DE MELO, 2003, p. 191).

Por outro lado, ao listar os problemas do jornalismo enquanto conhecimento, Meditsch (1998) ressalta que a notícia se apresenta ao público como a realidade por inteira, mas mesmo que o público perceba que é apenas uma face da realidade, “[...] dificilmente terá acesso aos critérios de decisão que orientaram a equipe de jornalistas para construí-la, e muito menos ao que foi relegado e omitido por estes critérios, profissionais ou não” (MEDITSCH, 2003, p.35).

Ele conclui, que ao considerar o jornalismo como modo de conhecimento, há de se exigir sólida formação profissional dos jornalistas, que se tornam produtores de conhecimento e, também, uma maior exigência sobre os conteúdos.

3.2 PRODUÇÃO JORNALÍSTICA - PROCESSOS E PRÁTICAS

Como matéria-prima, a informação só se torna notícia, quando é devidamente trabalhada nos processos de produção jornalística. Para isso, um fator determinante na hora de processar uma informação, é saber se ela atende aos critérios de noticiabilidade, que direcionam se um assunto deve ou não virar notícia. Segundo Chaparro (2007 apud König, 2019, p.70) o interesse, deve ser a primeira condição, pois “[...] só é notícia o relato que projeta interesses, desperta interesses ou respondem a interesses”. Pena (2005, p.92) cita a famosa descrição de notícia, de Amos Cummings, que “se um cachorro morde um homem, não é notícia; mas se um homem morde um cachorro, aí, então, é notícia, e sensacional”.

O conceito de valor-notícia, surgiu em 1960 e, em 1965, os teóricos noruegueses Johan Galtung e Marie Ruge, foram os primeiros a validar a existência de critérios de noticiabilidade (KÖNIG, 2019). Com base nesse estudo, os sociólogos elencam 12 fatores como valores-notícias:

frequência ou duração, amplitude, clareza, significância, consonância, inesperado, continuidade, composição, referência a países ricos, referência a pessoas de elite, personalização e negatividade (KÖNIG, 2019, p.71).

No processo de produção jornalística todas as fases são necessárias para se ter um bom produto final, e essas etapas têm de ser cada vez mais ágeis, visto a velocidade com que as informações chegam, a demanda industrial do jornalismo e o rápido envelhecimento das notícias. König (2019, p. 136) salienta que “apesar de não existir uma regra de planejamento no jornalismo, é preciso seguir uma linha de raciocínio para otimizar o tempo e fazer o melhor uso das informações [...]”. Com base nos estudos de Pena (2008), Pereira Júnior (2009), Erbolato (2008) e Lage (2008), o autor faz um quadro classificando essas etapas.

Quadro 1- Etapas de produção jornalística

ETAPA	ATIVIDADES
Pré-Produção	Informação ou pista inicial Sondagem Apuração Seleção dos fatos Seleção das fontes Preparação da pauta
Produção	Coleta de dados Entrevistas Captação de imagens Checagem Seleção das informações Redação do texto
Edição	Revisão Seleção e cortes de elementos do texto Redação de textos de destaque: títulos, subtítulos e manchetes
Pós-produção	Layout da notícia Diagramação ou “espelhamento” da edição Arte-final Envio para edição, publicação ou veiculação

Fonte: KÖNIG (2019, p.136-137)

Como definição, a notícia e a reportagem têm em comum o objetivo de transmitir informações de interesse público à população (KÖNIG, 2019). Para Marques de Melo (2003, apud König, 2019, p.50) “[...] a notícia é o relato integral de um fato que já eclodiu no organismo social. A reportagem é o relato ampliado

de um acontecimento que já repercutiu no organismo social”. König (2019, p. 52) diz que Lage (2005) “entende a reportagem como algo que possibilite uma compreensão mais abrangente de um assunto de interesse com o maior número possível de dados”. Enquanto mercadoria, a notícia é muito perecível, pois rapidamente “cai o seu valor de uso” (MARCONDES FILHO, 1989, p. 25).

Ainda para Marcondes Filho (1989) a notícia recebe um tratamento para se adaptar às normas do mercado, com todos os seus apelos estéticos e emocionais. Alguns assuntos que são apresentados na esfera pública, às vezes não são de interesse público, e sim, “forjados nos esquemas de marketing que visam moldar o gosto do público e agendar seus debates” (PENA, 2005, p. 31).

A objetividade é outro elemento-chave na construção do texto jornalístico, sendo utilizado no jornalismo, somente no século XX. A objetividade se firma como um valor por haver uma ideia de que os fatos eram subjetivos, sendo construídos por um sujeito, com base em suas ideologias, preconceitos, carências e interesses pessoais (PENA, 2005). O autor ainda lembra que, antes de ir ao assunto principal da notícia, os textos faziam “longas digressões relacionando-a com a linha de pensamento do veículo, o que hoje, os jornalistas chamam de nariz de cera” e que “só na metade do texto é que o leitor descobrirá quem foi assassinado e qual o local do crime” (PENA, 2005, p.43). Ele ainda comenta, que até o início do século XX, os jornais eram em grande parte opinativos. Nesse sentido, em 1951, o jornal Diário Carioca, revolucionou e implantou a técnica do *lead*, desenvolvida pelos norte-americanos e, que prometia trazer objetividade ao texto (MARQUES DE MELO, 2005). Além do *lead*, eles foram pioneiros também na implantação do manual de redação no Brasil.

A introdução do texto jornalístico sempre inicia relatando o fato mais importante e vai hierarquizando os fatos, do mais relevante ao menos importante. Os dois primeiros parágrafos devem responder às seis perguntas do *lead*, também conhecida como pirâmide invertida (KÖNIG, 2019). O manual de redação da Folha de São Paulo, explica que o jornalista deve “[...] descobrir, no conjunto de sua apuração, aquilo que é o ponto mais forte, atual e de mais amplo interesse em relação à realidade que está vivendo” (FOLHA DE S.PAULO, 2015 apud KÖNIG, 2019, p. 60).

Outro fator que também implica na escolha do que pode se tornar notícia ou não, é a seleção do editor ou editor-chefe e, a partir disso surgiu a teoria do *Gatekeeper*. Ela sugere que alguém detém o poder de decidir o que será noticiado ou não, numa espécie de porteiro (*gate*: portão e *keeper*: guardador), sendo usado o termo pela primeira vez em 1950, por David Manning White (PENA, 2005). Porém, ela perdeu prestígio, sendo substituída por padrões de construção da realidade, uma ideia da teoria do *Newsmaking*, que acredita que o jornalismo está longe de ser um espelho da realidade, mas também, um construtor dela.

Embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. As normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção das notícias. (PENA, 2005, p.128)

Dentre os processos de produção da notícia, a checagem é uma das práticas que garante a confirmação real dos fatos, assegurando sua confiabilidade, fazendo parte do jornalismo desde seus primórdios. Entretanto, com a internet, novas práticas surgiram e outras se transformaram. Na atualidade, a checagem se tornou uma nova prática, sendo chamada de *fact-checking* e possibilitando a criação de um novo nicho no mercado jornalístico. Essa prática - que surge nos Estados Unidos, ainda nos anos 1990, durante o período eleitoral de 1992 -, traz para o jornalismo contemporâneo, a ideia de combater informações falsas e verificar discursos de políticos e autoridades. Assim, reforça o papel fiscalizador e de interesse público do jornalismo.

3.3 FONTES DE NOTÍCIAS

As fontes no jornalismo servem como base de informações que auxiliam o jornalista na preparação da matéria ou reportagem jornalística. Contudo é importante distinguir fonte de informação de fonte de notícia, pois qualquer informação está disponível a alguém, já a fonte de notícia se utiliza de um mediador, pois ela precisa de alguém que transmita os seus conhecimentos (SCHMITZ, 2011).

Numa melhor definição do que é fonte de notícia, Schmitz (2011, p. 08) diz que “fontes de notícias são pessoas, organizações, grupos sociais ou referências;

envolvidas direta e indiretamente a fatos e eventos [...]”. Schmitz (2011) ainda diz que elas se comportam de maneira proativa, ativa, passiva e reativa, além de classificá-las em confiáveis, fidedignas ou duvidosas.

As fontes estão divididas em primárias e secundárias, de maneira que assim, se possa estabelecer um certo tipo de confiança em relação a elas. Pois as fontes primárias são aquelas que estão diretamente envolvidas com o fato, podendo informar dados de maneira exclusiva. Já as secundárias, são as que os jornalistas recorrem para contextualizar e complementar a notícia.

Para melhor sintetizar a classificação das fontes e que possam contribuir para a classificação na análise de conteúdo do trabalho, foi elaborado um quadro a partir dos estudos de Aldo Schmitz (2011).

Quadro 2- Classificação das fontes de notícias de acordo com Schmitz(2011)

GRUPO	DESCRIÇÃO
Oficial	Possui cargo público e representa órgão do governo. Visa manter a ordem pública e a imagem de políticos.
Empresarial	Representa empresas, indústrias e setor agronegócio. Tem interesse em visibilidade do negócio
Institucional	Está ligada a uma organização, ONG e geralmente defende ideias, sem interesses.
Popular	É uma pessoa comum, uma vítima ou reivindica algo.
Testemunhal	Alguém que é testemunha e presenciou um fato. Geralmente relatam os fatos importantes.
Especializada	Especialista em alguma área, com certo conhecimento técnico e colabora com informações para aprofundar a matéria ou reportagem.
Referências	São materiais físicos e digitais, como livros, artigos, teses, revistas, audiovisuais, sites e blogs que servem de fontes para consulta e cruzamento de dados. Porém podem ter distorções.

Fonte: o autor com base na classificação de Schmitz (2011)

Cazetta e Reis (2019) apontam outros três tipos de fontes que contribuem muito para o trabalho do *Fact-Checking*, sendo elas: “Redes Sociais” e “Internet” que levam em consideração o fato de que o *Fact-Checking* tem como missão combater as notícias falsas em circulação nesses ambientes digitais. E o outro tipo

de fonte de notícia é “outras mídias”, que é, segundo os autores, informações colhidas de outros veículos de comunicação pelos *Fact-checkers*.

Os autores lembram ainda que o uso desses tipos de fontes propostas por eles, servem muitas vezes como contraprova e suporte nas checagens.

Schmitz (2011) destaca que o jornalista se utiliza das fontes para dar um ar de pluralidade nas informações com o intuito de reforçar a autenticidade dos fatos. Fidalgo (2000, p. 322) comenta que o “acesso às fontes oficiais de informação, que diversos códigos consagram como um direito dos jornalistas e pressuposto fundamental para garantir aos cidadãos o seu direito a informação”. Nesse sentido, ele acredita que o processo informativo começa com as fontes e garante credibilidade aos fatos.

Para Kapferer (1993, apud Cazzeta; Reis, 2019, n.p) a falta de credibilidade das fontes oficiais (organizações públicas) e até mesmo o jornalismo, é que deram origens aos boatos, pois “para ser confiável, não basta dizê-lo, é preciso se ter atrás de si as provas de sua credibilidade”.

Assim, ao estudar as fontes de notícias, Schmitz (2011) comenta sobre a profissionalização que as fontes vêm ganhando, visto sua capacidade de interferência no jornalismo, ao pautar os jornalistas para divulgar seus interesses.

Segundo os americanos Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974) citados por Schmitz (2011, p. 11), “mesmo quando os jornalistas produzem as notícias, são pressionados pelas fontes a alterar o enfoque ou aceitar as notícias produzidas por elas, principalmente quando apresentadas no enquadramento de interesse público”.

Ao elencar alguns critérios sobre a relação fonte e jornalista, Fidalgo (2000) aponta sobre a responsabilidade que o jornalista deve ter em relação às fontes e as suas afirmações, pois o compromisso com o leitor é sempre do profissional de jornalismo. O autor também comenta sobre a importância da autonomia do jornalista, em não se envolver emocionalmente com as fontes e aceitar vantagens pessoais.

Em contrapartida, Tambosi (2007, apud Santos; Maurer, 2020, p. 4) critica a grande dependência de fontes para a busca da verdade, pois “o jornalista está exposto diariamente a afirmações cuja veracidade sequer pode investigar, notadamente na cobertura política. Em decorrência, facilmente se pode confundir afirmações (das fontes) com fatos”.

Fidalgo (2000) lembra que o profissional jornalista é responsável pelas informações que divulga, assim como pelas fontes escolhidas, pela autenticidade das informações, bem como pelos possíveis interesses que possam existir.

4 FAKE NEWS E FACT-CHECKING

É importante abrir esse capítulo antes de conceituar o que é *Fact-Checking* e sua prática, falando das *fake news*, um produto da chamada pós-verdade. O termo pós-verdade foi eleito a palavra do ano em 2016 pelo Dicionário Oxford, como “circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que emoções e crenças pessoais” (ENGLISH OXFORD, 2016 apud SANTOS; SPINELLI, 2018 p. 4), transformando em “um cenário propício para a formação de redes cujos integrantes confiam mais uns nos outros do que em qualquer órgão tradicional da imprensa” (SANTOS; SPINELLI, 2018, p.4). Foi nas eleições presidenciais americanas, em 2016, que a expressão *Fake News* ganhou notoriedade na imprensa internacional, e assim era tratada pelo então candidato Donald Trump, quando eram tecidas críticas à seu respeito. Taís Seibt (2019, p. 12) diz que “o estrangeirismo penetrou no vocabulário coloquial, só que vazio de sentido. Virou sinônimo para muitas coisas que ninguém sabe dizer exatamente o que significa. Perdeu-se o sentido do que é notícia – e do que é verdadeiro ou confiável”. Um estudo realizado pelo *BuzzFedd News* e publicado após a eleição americana, apontou que nos últimos três meses da campanha, as 20 notícias em destaque, divulgadas por sites e blogs partidários que fingem caráter jornalístico, renderam 8 milhões de compartilhamentos, reações e comentários; em contrapartida, as 20 notícias de veículos reconhecidos, obtiveram somente 7 mil compartilhamentos, reações e comentários (SEIBT, 2019).

Santos e Spinelli (2018, p. 6) usam a definição de Allcott & Gentzkow (2017) para conceituar *fake news* como “notícias que são intencionalmente e comprovadamente falsas, podendo enganar os leitores”. Mas, as autoras alertam que se deve criar uma fronteira, a fim de evitar uma associação de notícias falsas com “erros não intencionais, teorias da conspiração e sátiras, por exemplo” (SANTOS; SPINELLI, 2018, p. 6).

Canavilhas e Ferrari (2018) dizem:

[...] que devemos reconhecer que as ‘notícias falsas’, são na verdade, uma variedade de desinformações que inclui a correta utilização de dados manipulados, a utilização errada de dados verdadeiros, a incorreta

utilização de dados falsos e outras combinações [...] (CANAVILHAS; FERRARI, 2018, p. 31).

Eles ainda citam a análise de Albright (2017), mostrando que as *fake news* contam com uma forte engenharia das mídias digitais e dos robôs (*bots*) que aceleram sua distribuição. Um levantamento do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas de Acesso à Informação - USP, mostrou que durante a semana que a presidente Dilma Rousseff sofreu *Impeachment*, três, das cinco notícias com maior compartilhamento, eram falsas (SENRA, 2017 apud SANTOS; SPINELLI, 2019, p. 8).

Esse aparato tecnológico utilizado na indústria das notícias falsas, colabora para o crescimento do consumo de notícias em algumas redes sociais digitais, como lembra Seibt (2019), ao citar a pesquisa do Instituto Reuters de 2017, que apontou um crescimento de 15% no consumo de conteúdos no *WhatsApp*; entretanto, no *Facebook*, houve uma queda de 12% no consumo dessas notícias. Seibt (2019) diz que um dos motivos para isso, de acordo com os pesquisadores,

[...] é que no *WhatsApp*, por ser uma rede privada, o usuário se relaciona apenas com amigos e parentes. Isso reduziria constrangimentos na hora de compartilhar certos conteúdos e aumentaria a confiança do usuário nas mensagens recebidas, porque tende a acreditar mais nos amigos e familiares do que na mídia (NAVARRO, 2017 apud SEIBT, 2019, p. 13).

A autora ainda fala das mensagens pagas no *Facebook*, um serviço de impulsionamento para atingir um público maior ou específico. Para ela “[...] essa comunicação não é clara para o usuário da rede social, que visualiza esses conteúdos misturados a postagens de amigos e de portais jornalísticos, dificultando sua distinção” (SEIBT, 2019, p. 13). A pesquisa do Instituto Reuters, em 2019, trouxe um dado de que 85% dos brasileiros afirmaram estarem preocupados com a autenticidade das notícias na internet, sendo o maior índice dos países pesquisados; enquanto no Reino Unido, por exemplo, este índice é de 70% (GALHARDI, 2019). Esse comportamento de mudança, segundo a pesquisa, acontece em países que têm maior preocupação com a desinformação. Um total de 61% de entrevistados no Brasil, afirmaram que resolveram não compartilhar informações, com grande chance de serem falsas, em redes sociais (GALHARDI, 2019).

No Brasil, o termo *fake news* começou a ser abordado pela imprensa, em 2018, quando o Conselho Nacional de Justiça (CNJ) autorizou que o *Facebook* retirasse da rede, páginas e perfis que propagavam mentiras sobre a vereadora carioca Mariele Franco, assassinada em março do mesmo ano (SEIBT, 2019).

4.1 PRÁTICA DE FACT-CHECKING

No processo de produção jornalística, a checagem correta se torna a garantia de uma notícia bem apurada e que confirma a veracidade dos fatos. Porém, no mundo da realidade das mídias sociais digitais, cercado de opiniões e debates políticos acalorados, surge o *fact-checking* como reforço. Em sua tese de doutorado, Seibt (2019) diz que a prática do *fact-checking* - em português checagem de fatos- começou a se espalhar no mundo a partir de 2014, quando aconteceu o primeiro encontro internacional de *fact-checking*; mas sendo uma prática do jornalismo nos EUA desde os anos 2000. A autora pontua que o primeiro a experimentar essa prática foi o âncora da CNN, Brooks Jackson, durante as eleições americanas em 1992. Seibt (2019, p. 27) diz que “ele mantinha um quadro no qual desmascarava declarações falsas e enganosas dos candidatos”. A ideia se popularizou e, “[...] logo diferentes segmentos começaram a desafiar afirmações além da publicidade política, usando o nome *fact-check*” (GRAVES, 2016, apud SEIBT, 2019, p. 113). Mas em 2003, quando a CNN perdeu o interesse, Jackson e sua colega Jamieson, fundaram o site *FactCheck.org* (GRAVES, 2016, apud SEIBT, 2019).

O *FactCheck.org*, que se tornou pioneiro no segmento, ajudou outros veículos impressos e canais de TV, a criarem espaços para a prática, sendo eleito por analistas do jornalismo, o ano de 2004 como “o ano do *fact-check*” (GRAVES, 2016 apud SEIBT, 2019). Em seguida, o jornalista Bill Adair lançou uma seção no seu jornal *Tampa Bay Times*, intitulada *Politifact.com*, ganhando o prêmio Pulitzer em 2009, após a cobertura das eleições de 2008 (SEIBT, 2019).

No Brasil, os projetos pioneiros de *fact-checking* surgem a partir de 2015, como o Aos Fatos³, Truco⁴ e Lupa⁵ - esta, considerada a primeira agência de *fact-checking* no país. Segundo Santos e Spinelli (2018) são estas três agências no Brasil, que são certificadas pelo IFCN⁶, normatizando as mesmas a “estabelecer compromissos com apartidarismo e equidade, transparência das fontes e de financiamento da organização, detalhes sobre métodos utilizados e correções francas e amplas” (SANTOS; SPINELLI, 2018, p. 14).

Na prática, a atividade consiste em selecionar declarações feitas por “autoridades públicas, partidos políticos, candidatos, jornalistas, organizações de mídia, associações e outros grupos” e verificar sua autenticidade (ADAIR; STENCEL, 2016 apud MELO DINIZ, 2018, p. 5).

De acordo com Seibt (2019, p. 29) “o princípio comum a todas as iniciativas é etiquetar informações, apresentando dados que permitam comprová-las ou desmenti-las, indicando se são incompletas, imprecisas, distorcidas ou falsas”. Para ela, há também algumas alterações nas regras dos procedimentos “[...] já que o processo de verificação de informações prioriza fontes documentais, dados estatísticos e outros tipos de bases não humanas, diferentemente do processo convencional de reportagem, fortemente embasado em entrevistas” (SEIBT, 2019, p. 89-90).

O *Fact-Checking* ganha valor em tempos de *fake news* e pós-verdade, graças ao compromisso que tem com a credibilidade e transparência. Santos e Spinelli (2019) comentam que outro aspecto importante que garante maior excelência é a diversidade de figuras públicas checadas e também princípios claros de erros. Tal prática, vem ganhando cada vez mais espaço em conferências, palestras e debates, quando em 2018, no Congresso da Abraji⁷ foi debatido a desinformação e a verificação de notícias, contando com a presença de pesquisadores internacionais, como Claire Wardle e Jason Reifler (SEIBT, 2019).

³ [Aos Fatos](#)

⁴ [A Pública](#)

⁵ [Agência Lupa](#)

⁶ *Institute Fact-Checking Network*, fiscaliza as agências de fact-checking
<https://www.poynter.org/ifcn/>

⁷ [Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo](#)

As agências de checagem do Brasil, estão na lista dos projetos que foram chamados para ajudar desenvolvedores de políticas públicas contra *fake news*.

Segundo Seibt (2019, p. 123) a prática do *fact-checking* não está “madura” ainda para os jornalistas, nem para o público, mas na esfera de informações das redes sociais, as agências de checagem foram delegadas à função de “arbitrários da verdade”. Assim, “num mundo em que os jornalistas não controlam mais o acesso à esfera pública, eles perderam o domínio de decidir o que é notícia” (SEIBT, 2019, p. 122).

O mérito do *fact-checking* está mais na transparência dos métodos e fontes do que a classificação das informações, segundo o que propõe Seibt (2019).

Nesse sentido, ela diz que:

[...]a conclusão de uma checagem não é inquestionável ou infalível. Envolve interpretação, contextualização e, principalmente, argumentação. Ao escolher uma etiqueta, argumenta-se em torno daquela conclusão. Se o leitor discordar da interpretação, pode questionar tais conclusões a partir do percurso do repórter, o que nem sempre é possível no formato convencional das notícias (SEIBT, 2019, p. 125).

Com o alto volume de informações disponíveis nas redes sociais, dia a dia, se torna difícil os checadores conseguirem dar conta de verificar toda essa gama de possíveis informações falsas. No mundo todo é discutida a hipótese de que o *fact-checking* não fique restrito, somente aos jornalistas, mas sim, se estenda para outros profissionais, através de um letramento midiático (termo em inglês, *media literacy*); sendo “[...] a única saída para tornar o ecossistema de mídia contemporâneo mais saudável, já que os jornalistas há muito tempo perderam o posto de *gatekeepers* [...]” (SEIBT, 2019, p. 33-34).

Os estudos sobre o *fact-checking* são recentes, não tendo uma definição ainda precisa, bem como, sua prática e seus métodos. Porém, é inegável a relevância que ele trouxe para o jornalismo contemporâneo, contribuindo para conter o avanço desenfreado de informações na internet. Alguns autores, entendem ser necessário descobrir quais as novidades o *fact-checking* traz para o jornalismo, quando a checagem é parte fundamental no jornalismo desde o século XX.

5 PROJETO COMPROVA

O Comprova é um projeto de trabalho jornalístico coletivo, formado por uma coalizão entre 31 veículos de comunicação⁸, com o intuito de realizar a verificação de informações divulgadas em redes sociais digitais e sites na internet.

Ao trabalhar coletivamente para selecionar e apurar textos, vídeos, imagens e gráficos, os jornalistas do Comprova vão contextualizar e esclarecer informações que podem ser consideradas enganosas ou deturpadas e tomar providências para minimizar o alcance e o impacto de mentiras comprovadas e deliberadas que tenham relação com políticas públicas no âmbito federal (COMPROVA, ONLINE, 2020).

Imagem 1- Home do site do Comprova



Fonte: site Comprova (2020)

O projeto foi idealizado pelo *First Draft* em 2018, no âmbito das eleições presidenciais de 2018 e conta com apoio de iniciativas jornalísticas como Abraji, Projor, *Google News Initiative* e *Facebook's Journalism Project*.

No site, consta que eles tem o “objetivo do Comprova é identificar e enfraquecer as sofisticadas técnicas de manipulação e disseminação de conteúdo enganoso que vemos surgir em sites, aplicativos de mensagens e redes sociais” (COMPROVA, 2020). Eles tem como princípios que orientam o trabalho, o rigor na apuração, a integridade e imparcialidade, independência e transparência, além da responsabilidade ética. A seleção das checagens do projeto Comprova para análise são estas:

⁸ Veículos jornalísticos parceiros do projeto Comprova
<https://projeto comprova.com.br/about/partners/>

Imagem 2- Checagem 1 para análise⁹



Fonte: site Comprova (2020)

Imagem 3- Checagem 2 para análise¹⁰



Fonte: site Comprova (2020)

⁹ [É falso que Itália tenha registrado 232 mortes de crianças pela covid-19](#)

¹⁰ [É falsa a corrente que afala em etapa máxima de infecção pelo novo coronavírus até 03 de abril](#)

Imagem 4- Checagem 3 para análise¹¹



Fonte: site Comprova (2020)

Imagem 5- Checagem 4 para análise¹²



Fonte: site Comprova (2020)

¹¹ [É falso que enfermeira tenha sido demitida após filmar leitos vazios em hospital na Bahia](#)

¹² [É falso que pesquisadores de Harvard concluíram que isolamento pode piorar a situação](#)

Imagem 6- Checagem 5 para análise¹³



Fonte: site Comprova (2020)

Imagem 7- Checagem 6 para análise¹⁴



Fonte: site Comprova (2020)

¹³ [Reportagem de TV italiana sobre vírus criado em laboratório chinês não tem relação com a covid-19](https://projeto.comprova.com.br/publicacoes/reportagem-de-tv-italiana-sobre-virus-criado-em-laboratorio-chines-nao-tem-relacao-com-a-covid-19)

¹⁴ [Estudo do médico Vladimir Zelenko com hidroxycloquina não tem comprovação científica](https://projeto.comprova.com.br/publicacoes/estudo-do-medico-zelenko-com-hidroxycloquina-nao-tem-comprovação-científica)

6 ANÁLISES E RESULTADOS

Classificaremos e analisaremos neste trabalho seis matérias checadas pelo projeto Comprova no período de um mês – 25 de março a 24 de abril - início da quarentena no Brasil, em função da pandemia de Covid-19. As checagens para o corpus da pesquisa foram escolhidas a partir do site do Comprova, das checagens publicadas no período, relacionadas com o tema Covid-19, no filtro saúde.

As matérias do corpus serão estudadas para identificar as fontes utilizadas pelo Projeto Comprova para embasar o trabalho de verificação. Assim, as checagens serão analisadas com base na classificação de fontes de notícias proposta por Schmitz (2011) e outras particulares do *Fact-Checking* elaboradas por Cazetta e Reis (2019). O Comprova utiliza quatro tipos de etiquetas para confirmar ou não a autenticidade das checagens, sendo a etiqueta falsa para conteúdos alterados do seu modo original e divulgadas para espalhar uma mentira; Enganoso, quando é retirado do contexto; Sátira, para memes e imitações que estão sendo consideradas verdadeiras e Comprovado, quando o conteúdo é realmente verdadeiro e confirmado (COMPROVA, 2020).

6.1 CHECAGEM PUBLICADA EM 25 DE MARÇO

A checagem feita pelo Comprova no dia 25 de março de 2020, verificou um boato de que pelo menos 232 crianças morreram de Covid-19 na Itália. Intitulada no site da agência como “É falso que Itália tenha registrado 232 mortes de crianças pela covid-19” (COMPROVA, 2020), a equipe classificou a informação com a etiqueta de falsa, após consultar documentos oficiais de instituições italianas.

Na checagem, eles pontuam que “para fazer a verificação, o Comprova procurou, inicialmente, os dados oficiais publicados pelo Ministério da Saúde da Itália”; de maneira a ficar claro que trata-se da utilização, em um primeiro momento, de fonte oficial.

Junto a esse boato envolvendo as mortes de crianças, houve a associação de que as 232 mortes de crianças estavam relacionadas a 793 mortes ocorridas em um único dia. O Comprova atestou que “como mostram os relatórios diários da pasta, de fato houve um dia em que o país teve 793 mortes provocadas pelo novo coronavírus” (COMPROVA, 2020), tendo ocorrido no dia 20 de março, mas nada havia em relação às crianças.

No passo seguinte, os checadores realizaram “uma rápida pesquisa no Google com os termos ‘793 mortes Itália’ mostra diversos links semelhantes com o registro desse fato” (COMPROVA, 2020), evidenciando o uso da fonte “outras mídias” proposta pelos autores Cazetta e Reis (2019), como o acesso e consulta de materiais jornalísticos em outros veículos de comunicação.

Em outra parte do texto afirma-se que “em seguida, o Comprova foi atrás do número de mortes de crianças italianas por conta da covid-19” (COMPROVA, 2020), buscando assim, por fim, informações em fonte oficial no Instituto Superior de Saúde, do Serviço Nacional de Saúde da Itália.

6.2 CHECAGEM PUBLICADA EM 30 DE MARÇO

A checagem publicada pelo Comprova no dia 30 de março, tratava-se de uma corrente de *WhatsApp* pedindo para as pessoas ficarem totalmente isoladas em casa, pois nas duas próximas semanas aconteceria o pico das infecções e, que até 3 de abril seria a etapa máxima de infecção. Ao investigar o boato, a agência publicou no site o seguinte título: “É falsa a corrente que fala em ‘etapa máxima de infecção’ pelo novo coronavírus até 3 de abril”, etiquetando a informação como falsa (COMPROVA, 2020).

Para explicar o boato como falso, os jornalistas conversaram com especialistas, como explicado no texto. “De acordo com especialistas consultados pelo Comprova, o Brasil ainda está no início da curva de crescimento da covid-19 e não há previsão de pico no número de infecções” (COMPROVA, 2020). No texto, ainda consta que para realizar a verificação foi consultado o Núcleo de Operações e Inteligência em Saúde (NOIS), que é formado por especialistas do Departamento de Engenharia Industrial e Instituto Tecgraf (PUC-Rio); Barcelona *Institute for Global Health* (ISGlobal); Divisão de Pneumologia do InCor (Hospital das Clínicas

da Universidade de São Paulo); Secretaria de Estado de Saúde do Rio de Janeiro; Instituto D'Or de Pesquisa e Ensino; e Instituto Nacional de Infectologia Evandro Chagas da Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz).

Conforme Schmitz (2011), as fontes especializadas são aquelas que possuem certo conhecimento técnico sobre o assunto em questão. Nesse contexto de pandemia, as fontes especializadas se tornam essenciais na cobertura jornalística, informando o público com base em evidências científicas e práticas clínicas.

Os checadores ainda procuraram as fontes oficiais, como o Ministério da Saúde, “além de recomendações de quarentena em diferentes localidades” e também “reportagens com projeções de evolução de casos da covid-19” (COMPROVA, 2020). Pode-se dizer que se tratam de fontes de referência, que são aqueles materiais que podem ser físicos ou digitais, estando em sites e blogs (SCHMITZ, 2011) e também a fonte “outras mídias” elaborado por Cazetta e Reis (2019) conforme já pontuamos anteriormente.

6.3 CHECAGEM PUBLICADA EM 31 DE MARÇO

A checagem publicada pelo Projeto Comprova no dia 31 de março como “*Reportagem de TV italiana sobre vírus criado em laboratório chinês não tem relação com a covid-19*” dava conta de um boato, que estava em circulação pelas redes sociais, de que uma reportagem italiana, exibida em novembro de 2015 pela RAI TV, mostrava que o vírus da Covid-19 havia sido produzido em um laboratório chinês.

Os checadores classificaram como enganosa, uma vez que a reportagem foi tirada de contexto, pois “na verdade, fala sobre um grupo de cientistas que criou uma versão híbrida de um coronavírus de morcego na China cinco anos atrás e foi baseada em um estudo da revista científica *Nature*” (COMPROVA, 2020).

Ao verificar essa informação, os jornalistas da coalizão do Comprova utilizaram fonte de referência e fonte “outras mídias” na tentativa de encontrar outros conteúdos já publicados a respeito, para cruzar as informações.

Para esta verificação foram consultadas reportagens da mídia italiana, a plataforma digital de vídeos da emissora de TV RAI e estudos publicados pelo periódico científico britânico *Nature* (COMPROVA, 2020).

Eles citam ainda que o site da Organização Mundial da Saúde (OMS) foi usado como fonte também. Assim, por fim, coletando dados de fonte especializada que segundo Schmitz (2011) representa uma organização que defende ideias. No caso do assunto da Covid-19, a OMS se torna também uma fonte oficial.

6.4 CHECAGEM PUBLICADA EM 06 DE ABRIL

A checagem publicada no dia seis de abril, trazia informações de que um estudo do médico Vladimir Zelenko, de Nova York, mostrava “*resultados positivos tremendos*” usando a combinação de hidroxicloroquina, azitromicina e zinco no tratamento da Covid-19.

O boato que foi publicado no canal “Embaixada da Resistência” no *Youtube*, foi classificado pela agência como enganoso, pois de acordo com o texto, o estudo “não foi publicado em nenhum periódico de saúde. Pesquisas divulgadas até agora são inconclusivas” (COMPROVA, 2020). A postagem traz ainda partes editadas de uma entrevista concedida pelo médico Zelenko a Rudolph Giuliani, um importante apoiador do presidente dos EUA, Donald Trump. O Comprova diz que até o dia dois de abril, o vídeo contabilizava 47 mil visualizações.

No processo de verificação, os jornalistas buscaram orientações do Ministério da Saúde, da Anvisa e da Organização Mundial de Saúde (OMS) para os protocolos de tratamento da Covid-19. Essas podem ser classificadas como fontes oficiais e fonte especializada. Eles procuraram também, estudos recentes sobre o tratamento com hidroxicloroquina e azitromicina, e o vídeo original da entrevista do médico para o canal de Rudolph Giuliani. Estas, portanto, são fontes de referência.

6.5 CHECAGEM PUBLICADA EM 15 DE ABRIL

A verificação publicada no site do Comprova em 15 de abril desmentia uma publicação feita no site Mix Misturado e republicado no site Agora Notícias Brasil; de que pesquisadores de Harvard concluíram um estudo de que as

medidas de distanciamento social impostas no mundo todo, poderiam piorar a situação da pandemia.

Após investigar as informações publicadas no site e em circulação no *Facebook* e *Twitter*, o Comprova etiquetou-a como falsa, concluindo que “segundo o estudo em questão, a rápida implementação de medidas duras de distanciamento social é essencial para ajudar a controlar a epidemia do novo coronavírus” (COMPROVA, 2020). No processo de verificação

O Comprova apurou a origem do boato ao pesquisar diferentes trechos do texto no Google. A investigação prosseguiu com a verificação do conteúdo do artigo usado como base pelo site “Mix Misturado. O link do estudo original leva para um arquivo em formato PDF publicado na página do programa Dash, mantido pela biblioteca da Universidade Harvard (COMPROVA, 2020).

Em seguida, os jornalistas realizaram uma leitura do estudo e a equipe “constatou diversas discrepâncias entre o que concluem os pesquisadores e o que diz o site Mix Misturado” (COMPROVA, 2020). A partir disso, poderíamos dizer que estas pesquisas serviram como fonte de referência, por apresentar material textual na internet.

6.6 CHECAGEM PUBLICADA EM 24 DE ABRIL

A checagem publicada em 24 de abril, intitulada “É falso que enfermeira tenha sido demitida após filmar leitos vazios em hospital na Bahia” (COMPROVA, 2020), averiguava um boato no *Facebook* de que uma enfermeira do Instituto Couto Maia (ICOM) - hospital baiano -, tinha sido demitida após filmar leitos da UTI com dois pacientes internados por coronavírus. Tais postagens, ainda traziam o vídeo de uma profissional do hospital gravando os leitos vazios, porém, segundo o Comprova, as imagens são de março.

A agência classificou a informação como falsa, porque as imagens mostravam, na verdade, “a ampliação de leitos na unidade para o tratamento de covid-19 do Instituto Couto Maia” (COMPROVA, 2020). Como fontes oficiais, o Comprova entrou em contato com a Secretaria de Saúde da Bahia, através da assessoria de imprensa, que negou a demissão da enfermeira; e conversaram também com a diretora do Instituto Couto Maia, Ceuci Nunes, pelo *Facebook*. Os posts do vídeo com a legenda falsa, tiveram mais de 43 mil visualizações no *Twitter*.

6.7 ANÁLISE GERAL

Ao identificarmos as fontes utilizadas nas checagens do Projeto Comprova relacionadas ao coronavírus, percebe-se que não há uma grande variedade de fontes noticiosas. Isto significa, que os jornalistas recorrem na maioria das vezes para fontes que possam fornecer dados precisos e legais, como no caso as oficiais; além da utilização frequente de buscadores de pesquisa, como por exemplo o *Google*.

As fontes que mais foram consultadas pelos jornalistas no processo de verificação, foram as oficiais e as de referência, detalhados no quadro 2. A preferência por essas oficiais, que estão ligadas ao governo e órgãos públicos, está relacionada ao fato da tentativa de buscar informações e posicionamentos dos órgãos de saúde que, num primeiro momento de pandemia, são as autoridades competentes para tal.

As fontes de referência que segundo Schmitz (2011) são aquelas que dizem respeito à bibliografias, documentos ou materiais em mídia online, foram encontradas também na maioria das checagens analisadas. Nesse contexto de investigação de boatos envolvendo uma crise sanitária mundial, essas fontes auxiliaram o Comprova com estudos, pesquisas e até mesmo os boletins diários de infecções. Contudo Schmitz (2011) lembra que essa fonte é passível de distorções.

Também, ao analisarmos as seis checagens escolhidas como amostra em um mês, quatro (04) foram etiquetadas como falsas e duas (02) como conteúdo enganoso; como veremos na tabela a seguir.

Quadro 2- Fontes e etiquetas identificadas nas checagens e total com percentual

CHECAGEM	QUANTIDADE DE FONTES	ETIQUETA
É falso que Itália tenha registrado 232 mortes de	02 fontes oficiais 01 fonte “outras mídias”	Falso

crianças pela covid-19		
É falsa a corrente que fala em tapa máxima de infecção pelo novo coronavírus até 3 abril	01 fonte especializada 01 fonte oficial 01 fonte "outras mídias" 01 fonte referência	Falso
Reportagem de TV italiana sobre vírus criado em laboratório chinês	01 fonte referência 01 fonte "outras mídias" 01 fonte oficial 01 fonte especializada	Enganoso
Estudo do médico Vladimir Zelenko com Hidroxicloroquina não tem comprovação científica	02 fontes oficiais 01 fonte especializada 01 fonte de referência	Enganoso
É falso que pesquisadores de Harvard concluíram que isolamento pode piorar a situação	01 fonte de referência	Falso
É falso que enfermeira tenha sido demitida após filmar leitos vazios em hospital na Bahia	02 fontes oficiais	Falso
Total de fontes predominantes: 17- 100%	Oficiais (08) – 47,06% Referência (04) – 23,52% Especializada (03) –17,64% "Outras mídias" (03) –17,64%	Falso (04) Enganoso (02)

Fonte: o autor, 2020

De maneira geral e padronizada, em todas as checagens, há um parágrafo detalhando como foi realizada a verificação de tais informações, com o título "Como verificamos", sendo descrita quais fontes foram consultadas e o passo a passo do processo jornalístico. Essa visibilidade e transparência sobre as técnicas adotadas na produção, dão ao produto final maior rigor na investigação e, passam ao leitor credibilidade. Pois como lembra König (2019, p. 246) "a busca pela confiança do público depende de uma série de critérios técnicos e valores éticos [...]". Ele lembra ainda, que essa busca por confiança, começa na ideia de uma pauta, passa pela atenção na relação com as fontes até o acabamento que será dado à informação (KÖNIG, 2019).

Ainda nesse parágrafo que explica as fontes e os métodos utilizados, são inseridos links externos de estudos, artigos publicados, documentos, notas e outros

materiais consultados, explicando e contextualizando o assunto. Assim, ao analisar os textos, fica clara a intenção da agência em permitir que o leitor percorra o caminho de verificação e consulte as fontes e os dados utilizados. Seibt (2019) enfatiza que a relevância do *fact-checking* está mais em torno dos métodos e das fontes do que nas classificações com etiquetas.

A autora ainda lembra que os *fact-checkers* não se preocupam em conservar suas fontes, e sim, expõem aquelas que ajudaram na verificação. “Para legitimar a confiabilidade dos dados e dos argumentos expostos na checagem, são citados os nomes das pessoas que fizeram a pesquisa e os que editaram a redação, bem como elencada a lista das fontes da pesquisa” (DOURADO, 2016 apud SEIBT, 2019, p.106).

Os textos sempre iniciam esclarecendo se as informações são verídicas, falsas ou retiradas de contexto, de acordo com as etiquetas utilizadas pelo Comprova. Essas etiquetas são explicadas ao leitor no texto da checagem; como por exemplo, a checagem publicada no dia 31 de março de uma reportagem de TV italiana que foi classificada como enganosa:

Enganoso para o Comprova é o conteúdo que foi retirado do contexto original e usado em outro com o propósito de mudar o seu significado; que induz a uma interpretação diferente da intenção de seu autor; ou que confunde, com ou sem a intenção deliberada de causar dano (COMPROVA, 2020).

Nesse sentido, as etiquetas sinalizam o resultado de todo trabalho de investigação com o apoio das fontes.

Observou-se que os checadores utilizaram em três (03) checagens analisadas, a fonte “outras mídias”, que são matérias e reportagens disponíveis em outros veículos jornalísticos. Pode-se dizer que esses materiais consultados pelo Comprova, ajudaram a identificar e controlar o que estava sendo mostrado pela mídia, servindo de subsídio para as verificações. Até mesmo por se tratar de um assunto novo e desconhecido. Para os autores Cazetta e Reis (2019) que propuseram esse tipo de fonte, sendo mais apropriada para o *fact-checking*, geralmente ela serve como suporte ou contraprova.

Voltando para a questão das fontes oficiais, ao contrário do que pensa Kapferer (1993 apud Cazetta; Reis, 2019) de que tais fontes ligadas aos órgãos públicos estão perdendo credibilidade, nesta análise das checagens sobre assuntos referentes à pandemia, elas tiveram muito espaço, principalmente o Ministério da Saúde e a Anvisa. O autor aponta ainda que isso favorece o surgimento de boatos e que para ser confiável não basta dizer a verdade, tem que se ter provas. No caso dessas checagens, as fontes oficiais se tornaram, de certo modo, a principal fornecedora de dados e estatísticas.

Outro tipo de fonte recorrida pelos jornalistas neste contexto de pandemia e, que nesta análise aparece com frequência é a especializada. Segundo Schmitz (2011) ela possui conhecimento técnico e geralmente ajuda com informações complementares em cobertura de temas complexos. Na checagem que desmentia uma corrente de *WhatsApp* que falava sobre a etapa máxima de infecção até abril, os checadores consultaram especialistas do Núcleo de operações e Inteligência em Saúde (NOIS).

Schmitz (2011) aponta, ainda, que organizações que possuem reconhecimento em alguma área, também, se encaixam nas fontes especializadas. Assim, a Organização Mundial de Saúde (OMS) foi consultada em duas checagens observadas: como em uma que falava de um estudo sem comprovação científica do médico Zelenko sobre a eficácia no tratamento com hidroxicloroquina e uma reportagem da TV italiana RAI que falava sobre a criação do vírus em laboratório chinês.

As outras fontes, presentes no quadro elaborado com base em Aldo Schmitz (2011), não apareceram nas checagens analisadas, bem como as outras etiquetas do Comprova descritas no início deste capítulo.

Podemos analisar por fim, que um dos fatores determinantes do que é investigado pela equipe do Comprova, é o que está em circulação nas redes sociais, principalmente no *Whatsapp* e *Facebook*. O público também tem participação constante nesse processo, uma vez que enviam *links* de supostos boatos, fotos e vídeos através de um número de *WhatsApp* (disponibilizado no site do Comprova) pedindo verificação.

Dessa forma, os jornalistas avaliam se existe uma relevância no material a ser checado, levando em consideração o contexto em que ocorre, como uma eleição presidencial, ou no caso aqui estudado, uma pandemia.

Observou-se também, a questão do compartilhamento dessas checagens nas redes sociais, e notou-se que elas não voltam para lá com a mesma intensidade que surgem. Em um estudo feito pela pesquisadora Raquel Recuero (2020), neste ano, onde ela aborda sobre a desinformação nas redes sociais neste momento de pandemia, ela fala justamente que

[...] a desinformação circula em espaços diferentes dos desmentidos. Assim, se temos uma teoria da conspiração explicitando que o coronavírus foi criado pela China para acabar com a economia mundial, esse discurso vai circular em um espaço onde o discurso científico – que prova que esse vírus não foi criado em laboratório – não vai andar (RECUERO, 2020, p. 42)

Nesse sentido, foi realizado um levantamento na página do Comprova no *Facebook*, do número de compartilhamento e curtidas que as checagens analisadas obtiveram; conforme está na tabela.

Quadro 3- Número de curtidas e compartilhamentos das checagens analisadas no *Facebook* do Comprova

CHECAGEM	CURTIDAS	COMPARTILHAMENTOS
Estudo do médico Vladimir Zelenko com Hidroxicloroquina não tem comprovação científica	581	472
É falso que pesquisadores de Harvard concluíram que isolamento pode piorar a situação	490	363
É falso que enfermeira tenha sido demitida após filmar leitos vazios em hospital da Bahia- dia 24 de abril	350	241
É falsa a corrente que fala em etapa máxima de infecção pelo novo coronavírus até 3 de abril	307	220
Reportagem de TV italiana sobre criação de vírus criado	306	201

em laboratório chinês não tem relação com covid-19		
É falso que Itália tenha registrado 232 mortes de crianças pela Covid-19	338	162

Fonte: o autor (2020)

Ao fazer esse levantamento no *Facebook*, percebe-se que o número de compartilhamentos pode ser muito pequeno, se comparado com o número de viralização da maioria dos boatos. Recuero (2020) diz que a lógica de circulação é diferente entre as redes e que o *Facebook* e *Twitter* por serem redes “mais públicas” facilitam a circulação das checagens; em contrapartida ao *WhatsApp*, em que o funcionamento das *fake news* se dá através dos grupos privados, e que se torna mais difícil de voltarem para lá desmentidas.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo central deste trabalho foi o de analisar o processo de verificação de notícias falsas relacionadas ao coronavírus, através das fontes de notícias utilizadas pelo Projeto Comprova. Também como objetivos específicos, analisamos como as checagens voltam a circular nas redes sociais de origem, bem como realizamos um levantamento do número de compartilhamentos e curtidas que estas obtiveram. Também objetivava-se entender a transparência dos processos e métodos utilizados por eles.

A análise feita nas checagens selecionadas, deixou evidente a transparência do Comprova em relação as fontes consultadas nas verificações dos boatos. Tal transparência se encontra logo nos primeiros parágrafos das checagens, onde explica-se o passo a passo do processo.

As fontes de notícias utilizadas pelos jornalistas não apresentaram grande diversidade, mas deixou claro a importância das fontes oficiais e como as instituições devem ser transparentes e honestas em relação aos dados que disponibilizam. As fontes de referência, por sua vez, contribuem na busca por estudos e materiais detalhados, principalmente em assuntos relacionados ao tema do covid-19.

A participação do público se torna importante no compartilhamento e repasse dessas checagens, uma vez que estas não circulam com a mesma intensidade e nos mesmos lugares, conforme aponta Recuero (2020). Portanto, a mesma iniciativa do público em solicitar a verificação de boatos pelo Comprova, deve ser de combater e ajudar no compartilhamento das verificações; pois passam por um rigoroso processo de apuração jornalística. E a essência do jornalismo é o de passar informação correta ao público.

Nesse sentido, espera-se que este trabalho tenha conseguido elucidar o problema exposto, bem como trazer um debate acerca do *fact-checking*, seus métodos, suas fontes de notícias e a repercussão das checagens nas redes sociais. A escolha do Comprova como objeto de estudo em pesquisa de comunicação, talvez seja pioneira, e isso torna a pesquisa ainda mais significativa. E que assim, possam surgir outros estudos para debater com profundidade o assunto.

A desinformação cresce a passos largos, mas mais forte é o trabalho dos jornalistas nas agências de checagem que mostram o valor e o poder de um jornalismo combativo e transparente.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições70, 2011.
- CÂMARA, Rosana Hoffman. Análise de conteúdo: da teoria à prática em pesquisas sociais aplicadas às organizações. **Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia**, Uberlândia, v. 6, nº 2, julho-dezembro, 2013, 179-191. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/gerais/v6n2/v6n2a03.pdf>>. Acesso em: 08 de set. de 2020.
- CAMPOS, M. Deivison; NECKEL, Ângelo. O lugar dos leitores na circulação dos conteúdos da cobertura política da Agência Pública: Um estudo a partir do fact checking da eleição para prefeito no RJ. **VII Compolítica**, Porto Alegre, 2017.
- CANAVILHAS, João; FERRARI, Pollyana. **Fact-checking: o jornalismo regressa às origens**. Porto Alegre: Sulina, 2018. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/10400.6/6892>>. Acesso em: 20 de ago. de 2020.
- CAPUTO, Victor. Programa do Facebook de checagem de notícias chegou ao Brasil. **Exame**, 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/tecnologia/programa-do-facebook-de-checagem-de-noticias-chega-ao-brasil/>>. Acesso em: 11 de abr. de 2020.
- CASTILHO, Carlos. O discurso jornalístico e as fake news. **Observatório da imprensa**, 2019. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-discurso-jornalistico-e-as-fake-news/>>. Acesso em: 10 de abr. de 2020.
- CASTRO, Fábio De. 'Fake News' tem 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo. **Estadão**, 2018. Disponível em: <<https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>>. Acesso em: 12 de abr. de 2020.
- CERVO, Amado Luis.; BERVIAN, Pedro A. ; SILVA, Roberto da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DIEHL, Astor Antônio; TATIM, Denise Carvalho. **Pesquisa em Ciências Sociais Aplicadas: métodos e técnicas**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.
- FIDALGO, J. A questão das fontes nos códigos deontológicos dos jornalistas. **Comunicação e Sociedade**, [S. l.], v. 2, p. 319-337, 2000. DOI: 10.17231/comsoc.2(2000).1404. Disponível em:

<https://revistacomsoc.pt/index.php/revistacomsoc/article/view/861>. Acesso em: 17 dez. 2020.

FONSECA, Bruno. O que é fact-checking ?. **Pública**, 2017. Disponível em: <<https://apublica.org/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/>>. Acesso em: 11 de abr. de 2020.

GALHARDI, Raul. Brasil é terreno fértil para fake news. **Observatório da Imprensa**. São Paulo, 2019. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/crise-na-imprensa/brasil-e-terreno-fertil-para-fake-news/>>. Acesso em: 24 de ago. de 2020.

CAZETTA, Jhonny Póvoa; REIS, Ana Isabel. As fontes dos serviços de fact-checking luso-brasileiros, **Comunicação Pública** [Online], Vol.14 nº 27, 13 de dez. 2019. Disponível em: <[//journals.openedition.org/cp/5348](http://journals.openedition.org/cp/5348)> Acesso em: 17/12/2020

KÖNIG, Mauri. **Processo de produção jornalística**. Curitiba: Intersaberes, 2019.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social de segunda natureza. São Paulo: Editora Ática, 1989.

MEDITSCH, Eduardo. Jornalismo como forma de conhecimento. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. XXI, nº 1, pág. 25-38, janeiro-junho, 1998.

MELO DINIZ, Amanda Tavares De. Fact-Checking no Ecossistema Jornalístico Digital: Práticas, Possibilidades e Legitimação. **Mediapolis**, Recife, v.1, nº 5, 2017, p. 23-73. Disponível em: <<https://impactum-journals.uc.pt/mediapolis/article/view/5321>>. Acesso em: 21 de ago. de 2020.

NIELSEN, Rasmus Kleis. Pesquisas sobre jornalismo se concentram no que acontece nas redações. **Poder 360**, 2018. Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/nieman/pesquisa-academica-sobre-jornalismo-se-concentra-no-que-acontece-nas-redacoes/>>. Acesso em: 12 de abr. de 2020.

PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia da pesquisa**: abordagem teórico-prática. Campinas: Papirus, 2018.

PAUL, Dairan; Becker, Denise (org.) **Ética jornalística e pandemia**: entrevistas com especialistas. Florianópolis: UFSC, 2020. Disponível em: <https://objethos.files.wordpress.com/2020/12/etica_e_pandemia_entrevistas_com_especialistas.pdf> Acesso em: 17 de dez. de 2020.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

SANTOS, C. R. P. DOS; MAURER, C. Potencialidades e limites do fact-checking no combate à desinformação. **Comunicação & Informação**, v. 23, 29 mar. 2020. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/57839>>. Acesso em: 17 de dez. de 2020.

SCHMITZ, Aldo Antônio. **Fontes de notícias:** ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil.** 265 p. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/handle/10183/193359>>. Acesso em: 29 de jul. de 2020.

SPINELLI, Egle. M.; SANTOS, Jessica de A. JORNALISMO NA ERA DA PÓS-VERDADE: fact-checking como ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, v. 4, nº 3, p. 759-782, 29 abr. 2018. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4629>>. Acesso em 20 de ago de 2020.

TARDÁGUILA, Cristina. Checagem de dados vive período de ouro na eleição americana de 2016. **Agência Lupa**, 21 outubro 2016. Disponível em: <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2016/10/21/checagem-de-dados-vive-periodo-deouro-na-eleicao-presidencial-americana/> > Acesso em: 29 de maio de 2020.