

O PRESIDENTE E AS *FAKE NEWS*: UMA ANÁLISE DO TRABALHO DOS SITES AOS FATOS E FATO OU FAKE NA VERIFICAÇÃO DE NOTÍCIAS E DECLARAÇÕES ENVOLVENDO O PRESIDENTE JAIR BOLSONARO

Dayanne Rodrigues¹

Resumo

A prática de espalhar notícias falsas durante uma campanha eleitoral para atacar adversários políticos se tornou comum durante nas eleições gerais no Brasil em 2018, a exemplo do que ocorreu nas eleições americanas em 2016. Com isso, as redações de empresas jornalísticas passaram a focar mais no *fact-checking*, assim como as agências especializadas passaram a divulgar mais o trabalho de verificação de notícias. Esse trabalho, porém, não ficou apenas no período de disputa política. As notícias falsas envolvendo a polaridade que paira no país continuam a encher as *timelines* de dúvidas e desinformação. E não são espalhadas apenas por usuários anônimos da *web*. Partem também de atores políticos. Esse artigo analisa de forma quantitativa e qualitativa o trabalho de dois sites de *fact-checking* brasileiros num período de dois meses. O foco foi investigar a forma como é feita a verificação de notícias e declarações de Jair Bolsonaro, presidente do Brasil. Além disso, esse artigo trata dos papéis do jornalista, conceito de *fake news* e de *fact-checking*.

Palavras-chave: *fake news*; *fact-checking*; desinformação; jornalismo; declarações falsas.

Abstract

The practice of spreading false news during an election campaign to attack political opponents became common during the general elections in Brazil in 2018, as occurred in the 2016 US elections. As a result, news organizations began to focus more on fact-checking, as specialized agencies began to focus on. disseminate more news verification work. This work, however, was not only in the period of political dispute. False news involving the polarity hanging in the country continues to fill the timelines with doubt and misinformation. And it's not just spread by anonymous web users. They also come from political actors. This article quantitatively and qualitatively analyzes the work of two brazilian fact-checking sites over a two-month period. The focus was to investigate the way of verification about the news and Jair Bolsonaro's claims, brazilian president. In addition, this article deals with the journalist's roles, concept of fake news and fact-checking.

Keywords: *fake news*; *fact-checking*; *dis-information*; *journalism*; *false statements*.

¹ Jornalista formada pela PUCRS. Mestre em Ciências da Comunicação – Estudo dos Media e de Jornalismo pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa- UNL. dayannerodrigues@yahoo.com.br

1 Introdução

São quase 211 milhões de habitantes. A cada quatro casas, três têm acesso à Internet. Um índice de conexão com a web de 74,9% em todo o país. Esse é um dos retratos do Brasil de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística. Os dados que mostram a porcentagem de pessoas conectadas são de 2017, quando foi feita a última pesquisa específica sobre esse assunto pelo Instituto. É bem provável que esse número tenha aumentado até 2019, mas só essa porcentagem representa mais de 116 milhões de brasileiros.

Os números exponenciais são destaque no relatório do Brasil no *Digital News Report 2019*, que aponta o país com o maior número de usuários pesados de mídia social do mundo. E esse comportamento online massivo nas redes sociais e em aplicativos de mensagens teve um papel fundamental para a campanha do então candidato Jair Bolsonaro, de acordo com o relatório. Bolsonaro, que ainda integrava o PSL, tinha apenas oito segundos no programa eleitoral gratuito e, após sofrer um atentado, no qual foi ferido com uma faca no abdome, acabou por não participar de nenhum debate de TV ou rádio. Mesmo assim, o candidato de extrema-direita venceu as eleições com 57,8 milhões de votos no segundo turno. Justamente pelo pouco tempo no espaço tradicional de campanha, veiculada em TV e Rádio, o ex-capitão do Exército usava as redes sociais assiduamente para falar com os eleitores.

Enquanto isso, nas redes sociais, toda sorte de notícias de outros candidatos se multiplicava. E em meio a milhares de compartilhamentos, os conteúdos falsos disseminados em larga escala via *Facebook*, *Twitter* e *WhatsApp*. Para tentar organizar tamanho volume de mensagens e tentar frear as *fake news*, veículos de comunicação criaram seções específicas para verificação de informações. De acordo com o *Digital News Report 2019*, só a equipa de *Fato ou Fake*, do G1 verificou “759 citações de políticos e várias centenas de boatos” (2018). Além disso, foi criado o Projeto Comprova, site para checagem de notícias em parceria com 24 veículos de comunicação do Brasil, incluindo Folha de São Paulo e Estadão, dois importantes jornais do país. As agências de *fact-checking* já existentes reforçaram o trabalho durante o período eleitoral para esclarecer o público do que era falso ou verdadeiro.

Passadas as eleições, o trabalho não terminou. Muito menos a disseminação de notícias falsas envolvendo a política brasileira. E o que o presidente brasileiro fala, muitas vezes, é objeto de verificação das agências de *fact-checking*. Bolsonaro usou as redes sociais para se eleger e usa também para governar. Ainda no período de transição, no fim de 2018, antes da posse, o político anunciou 14 ministros via *Twitter*². Essa estratégia de utilização das redes sociais para falar com o público, em detrimento da mediação pela imprensa tradicional é abordada por Peters e Witschg (2014). Os autores afirmam que as novas mídias sociais foram responsáveis por derrubar o monopólio da informação dos veículos de comunicação de massa e assim os políticos conseguem se comunicar diretamente com seu público (Peters e Witschg, p. 06).

No primeiro ano de mandato, além de usar a rede social para anunciar medidas, também usou para fazer duras críticas a quem considera inimigo, incluindo alguns setores da imprensa. A relação não amigável de Bolsonaro com jornalistas, em especial do Grupo Globo e da Folha de São Paulo, também é uma preocupação no relatório da Reuters.

Tal conduta fez com que os jornalistas ficassem sempre atentos à movimentação de Jair Bolsonaro nas redes sociais. E, justamente pela relação não amistosa com parte da imprensa, surgiu um questionamento – existe uma polaridade entre jornalistas e o presidente do Brasil? Há uma perseguição ou um escrutínio em excesso em relação à figura do presidente? As agências de *fact-checking* estão apenas a cumprir seu papel dentro do jornalismo? O que se sabe é que, além de críticas e declarações polêmicas, Jair Bolsonaro também dissemina desinformação. Para citar apenas dois exemplos envolvendo as queimadas na Amazônia, no segundo semestre de 2019: dia 19 de agosto, o presidente publicou um vídeo em suas redes sociais no qual aparecem baleias mortas. Na legenda, a alegação de que a prática havia acontecido na Noruega, país que anunciou bloqueio de contribuições ao Fundo Amazônia e criticou a inação do governo para combater os incêndios na floresta. Os vídeos não eram na Noruega e sim num território dinamarquês. Em novembro, o

² O Globo. (2018, dezembro 23). *Bolsonaro anunciou 14 de 22 ministros no Twitter*. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-anunciou-14-de-22-ministros-no-Twitter-23324123>).

presidente disse em dois momentos diferentes que o ator Leonardo Di Caprio financiou ONGs que teriam provocado queimadas na Amazônia para então pedir recursos para combater as chamas³.

Essas declarações são baseadas em inverdades. Não são apenas notícias falsas compartilhadas nas mídias sociais ou via *WhatsApp*. São declarações do presidente, líder máximo da nação. E quem pode frear isso? Se os jornalistas esclarecem tais declarações com acusações sérias e sem provas, é uma perseguição à figura do presidente? Ou é o trabalho jornalístico feito na essência? Para tentar responder, pelo menos em parte, essa questão, esse estudo tem como objetivo vai comparar o trabalho de uma agência *de fact-checking* independente, *Aos Fatos*, e o trabalho de verificação dentro de um portal de notícias tradicional, o G1, por dois meses, no período de acontecimentos importantes e que colocaram o Brasil, inclusive, na agenda internacional. O foco da investigação é a verificação de notícias envolvendo Jair Bolsonaro ou discursos e declarações do presidente.

2 Fundamentação teórica

2.1 O papel do jornalista

Michael Schudson (2008) destaca seis papéis fundamentais do jornalista que ajudam a fortalecer a democracia: 1) informação – jornalista é fonte das informações do que está acontecendo no mundo, para que os cidadãos possam então tomar suas próprias conclusões a respeito de algum assunto; 2) investigação, principalmente em relação aos atos políticos e à máquina pública. O autor diz que “O trabalho da mídia, nesse sentido, é fazer tremer os poderosos” (2008, p. 11); 3) análise, quando os jornalistas fornecem interpretações sobre um caso específico a fim de esclarecer o assunto; 4) empatia social, ao mostrar histórias com novos pontos de vista, principalmente com viés social; 5) fórum público, quando o jornalismo abre espaço para discussões por parte do público sobre o que está acontecendo (hoje as redes

³ Jornal da Globo. (2019, novembro 29). *Presidente Bolsonaro acusa Leonardo DiCaprio de financiar queimadas criminosas na Amazônia*. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8128976/>

sociais servem de palco para esse fórum) e 6) mobilização, quando a imprensa advoga a favor de alguma causa.

Embora a forma como esses papéis são exercidos hoje, com o jornalismo digital e a forte participação do público, principalmente via redes sociais, o jornalismo ainda cumpre (ou pelo menos tenta cumprir) tais funções que fazem da atividade uma profissão. Acontece que o jornalista hoje não detém mais a informação, não é mais a principal fonte de notícias. A mídia tradicional (jornal impresso, TV e Rádio) perdeu espaço para as mídias sociais, um campo coletivo, com acesso irrestrito e sem hora nem limitação de espaço para a circulação de informações. De acordo com Bruns (2014), a função de *gatekeeping*, aquele que escolhe o que vai ser publicado (muito em razão do pouco espaço ou tempo de publicação/veiculação para um número muito maior de informações) dá espaço ao papel de *gatewatcher*. Ao citar Bardoel e Deuze (2001), Bruns (2014) aborda que com a explosão de informações a nível mundial por milhares de fontes diferentes, existe a necessidade de fornecer informações sobre o que está sendo informado. Mais uma função para o jornalista, ou, se usarmos os papéis definidos por Schudson (2008), o papel de análise do jornalista se tornou mais forte. Burns (2014), portanto, descreve o papel de *gatewatcher* como curador da notícia:

Naturalmente, os usuários envolvidos em organizar e fazer a curadoria da torrente das matérias noticiosas disponíveis e das informações que têm valor como notícias que estão atualmente disponíveis em uma multidão de canais, não têm condições de guardar – de controlar – os portões de quaisquer destes canais; entretanto, o que eles têm condições de fazer é de participar em um esforço distribuído e folgadoamente organizado de observar – de acompanhar – quais as informações que passam por estes canais; quais são os comunicados para imprensa que são feitos pelos atores públicos, quais são os relatórios que são publicados pelos pesquisadores acadêmicos ou pelas organizações da indústria, quais são as intervenções que são feitas pelos lobistas e políticos. (BURNS, 2014, p. 230)

É importante destacar que essa curadoria ou análise também passa pela enorme quantidade de conteúdo falso que circula, principalmente, nas mídias sociais. As empresas jornalísticas têm destacado profissionais para essa missão – verificar as informações, discursos de políticos, saber, afinal, qual tipo de informação que as pessoas estão consumindo e se essas informações são verídicas.

2.2 *Fake news* e desinformação

As notícias falsas não são exclusividade de uma comunidade altamente conectada como a de agora. Não surgiu com a Internet e nem com as mídias sociais. De acordo com Canavilhas e Ferrari (2018) o termo “pasquim” usado para denominar uma publicação de baixa qualidade, tem origem na estátua Pasquino “local onde os romanos afixavam escritos difamatórios anônimos” (p. 30). O relatório de 2018 do *OberCom* também traz um pouco da origem do termo *fake news* para tratar do assunto:

Ora, sendo que as *fake news* – na essência mais alargada do termo – poderão existir, teoricamente, desde o primeiro processo político da humanidade (englobando a produção e recepção de mensagens para fins políticos), foi no séc. XX, com o surgimento dos meios de comunicação em massa, que se criaram condições para que este fenômeno se tornasse uma dimensão fundamental da vida social e política. (CARDOSO *et al.*, 2018, p. 16).

O texto define as *fake news* como: “um conjunto de práticas pseudojornalísticas ou baseadas na distorção mais ou menos voluntária de informações jornalísticas (chamadas de “verdades alternativas”), voltadas à desinformação e à deslegitimação dos saberes e atores institucionalizados” (CARDOSO *et al.*, 2018, p. 17). O relatório ainda aponta que não existe apenas uma maneira de praticar a desinformação e sim sete: conexão falsa – quando manchetes, imagens ou legendas não apoiam o conteúdo; contexto falso – quando o conteúdo verdadeiro é compartilhado com informações contextuais falsas; contexto manipulado – quando informações ou imagens verdadeiras são manipuladas para enganar; sátira ou paródia – sem intenção de causar danos, mas com potencial de ludibriar; conteúdo enganoso – uso enganoso para culpar uma questão ou um indivíduo; conteúdo impostor – quando fontes verdadeiras são personificadas; contexto fabricado – conteúdo novo, 100% falso, criado para enganar e prejudicar.

Canavilhas e Ferrari (2018, p.31) também usam essas mesmas definições ao abordar as *fake news*. A fonte de ambas as publicações é a mesma: *First Draft*, organização sem fins lucrativos que apoia jornalistas e acadêmicos na busca pela

confiança e verdade na era digital. A Reuters⁴ define notícias falsas de três formas: notícias maquiadas ou inventadas para ganhar dinheiro ou desacreditar outras pessoas; notícias que têm uma base de fato, mas são modificadas para se adequar a uma agenda específica; e notícias com as quais as pessoas não se sentem confortáveis ou com as quais não concordam. A Comissão Europeia destaca que as *fake news* são: "informação verificável falsa ou enganosa que é criada, apresentada e divulgada para ganho econômico ou para enganar intencionalmente o público e, de qualquer forma, causar dano ao público". (MARTENS *et al.*, 2018, p. 9)

Canavilhas e Ferrari (2018) destacam, ainda, que as notícias falsas podem tomar o lugar de notícias verdadeiras e assim afetar o papel do jornalismo na democracia. De fato, se já era possível difamar alguém ou espalhar mentiras em época tão remota, hoje esse comportamento não precisa mais que um clique, um botão de compartilhar ou mesmo um bom programa para editar fotos. É possível espalhar *fake news* em larga escala e rapidamente. Segundo um estudo de 2018 do *Massachusetts Institute of Technology* as *fake news* têm 70% mais chances de se tornarem virais do que as notícias verdadeiras⁵. E como os jornalistas trabalham em meio a tanta informação falsa? Existe uma maneira de conter essa avalanche de informações?

2.3 As agências de *fact-checking*

Diante do aumento da circulação de conteúdo falso em rede, numa proporção difícil de contabilizar, o jornalismo tem de mobilizado para trabalhar com uma ferramenta já existente na profissão, mas que foi destacada em seções diferentes dentro das redações: verificação de notícias, informações, dados e declarações de agentes públicos. Aqui, podemos citar mais uma vez que o papel do jornalista passa de fonte de informação para curador da informação. O jornalista assume também o

⁴ Definição extraída de: *Euroepan Comission - The Digital Transformation of News Media and the Rise of Disinformation and Fake news* (2018, p.9).

⁵ Estadão. (2018, março 08). *'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo*. Disponível em: <https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>

papel de vigiar o que está sendo informado. Mas esse papel não surgiu apenas com a popularização do termo *fake news*, após as eleições americanas.

De acordo com Ireton e Posetti (2018) tradicionalmente, profissionais eram contratados como verificadores nas redações. Nesse caso, a revisão era feita nos artigos produzidos por repórteres, como uma forma de controlar a qualidade das publicações. Essa prática, de acordo com o texto, era adotada ainda no início dos anos 1920 pelas revistas semanais como a Times (IRETON e POSETTI, 2018, p. 82). Com o tempo, a prática se fundiu com o departamento de edição nas redações. Esse tipo de *fact-checker*, porém, analisava o conteúdo antes de ser veiculado. Essa função agora faz justamente o contrário – analisa o que já foi publicado.

Para Canavilhas e Ferrari (2018, p. 25) a velocidade da produção e da disseminação de notícias falsas potencializa a crise de credibilidade das notícias e de empresas jornalísticas. Dessa forma, segundo os autores, o jornalismo buscou novas práticas para “assegurar a credibilidade e a relevância do conteúdo noticioso e, ao mesmo tempo, garantir a sobrevivência das instituições midiáticas”.

Graves (2013) mostra que essa tendência começou lá em 2001, quando foi fundada a *Spinsanity*, primeira agência de *fact-checking* que se tem notícia nos Estados Unidos. O site encerrou as atividades em 2005, mas segundo o autor, o portal trabalhou com a verificação de fatos nas eleições de 2004 e produziu mais de 400 artigos sobre o assunto na época (GRAVES, 2013, p. 126).

Em 2003, teve início um dos principais sites de *fact-checking* do mundo, o FactCheck.org, fundado por Brooks Jackson. O jornalista americano havia trabalhado com checagem de informações ainda em 1991 pela CNN. A missão era verificar a veracidade das informações oriundas de políticos que estavam na corrida presidencial. Anos mais tarde é que fundou o FactCheck.org, que ainda está na ativa. Em um dos primeiros textos publicados, em 2003, Jackson tenta explicar um pouco o trabalho da agência, dizendo que o objetivo não pode ser o de encontrar a verdade. Para ele, “esse é um trabalho para filósofos e teólogos. O que podemos fazer aqui é classificar as declarações factuais feitas entre agora e o dia das eleições, usando as melhores técnicas de jornalismo e subsídio” (JACKSON, 2003).

De acordo com Ireton e Posetti (2018), a verificação de fatos não é uma ciência exata, e nem tem um método único e não é uma ciência exata, mas segue alguns passos até se chegar a um denominador comum. O processo, segundo o manual, é composto por três etapas:

1. Encontrar declarações verificáveis por fatos vasculhando registros legislativos, meios de comunicação e mídias sociais. Esse processo inclui a determinação de quais principais declarações públicas (a) podem ser verificadas e (b) devem ser verificadas.
2. Encontrar os fatos procurando as melhores evidências disponíveis sobre a declaração em questão.
3. Corrigir o registro avaliando a alegação à luz das evidências, geralmente em uma escala de veracidade. (IRETON e POSETTI, 2018, p.84).

Ao que parece, as agências de *fact-checking* ou mesmo as seções de verificação de fatos dentro de sites da mídia tradicional seguem essas etapas e, claro, adaptam metodologias ao seu próprio modelo editorial.

3 Metodologia

A motivação principal dessa pesquisa é analisar o trabalho das agências de *fact-checking* em relação às declarações do presidente brasileiro, Jair Bolsonaro, no primeiro ano de mandato. Para pesquisar parte de um universo imenso de notícias e declarações verificadas, este trabalho vai focar em apenas um período: de 01 de agosto a 30 de setembro de 2019, quando dois fatos importantes marcaram o Brasil: as queimadas na Amazônia e o primeiro discurso de Jari Bolsonaro na Assembleia Geral da ONU. Uma das agências escolhidas é a *Aos Fatos*, agência independente, dentro do formato ONG e não está diretamente ligada a nenhuma empresa jornalística. O outro site analisado é o *Fato ou Fake*, uma seção de checagem dentro do portal G1, que pertence ao Grupo Globo.

Primeiramente foi feita uma pesquisa quantitativa, com a contagem do número de notícias publicadas por cada agência. Após a contagem, as notícias foram separadas em categorias. Para a pesquisa qualitativa, foram selecionadas apenas as

notícias que envolvem a figura do presidente Jair Bolsonaro. Antes de abordar de que forma foi feita essa análise, uma breve explicação de como as agências trabalham.

3.1 O trabalho das agências de *fact-checking*

Graves e Cherubini (2016) definem dois modelos de agências de *fact-checking*: modelo ONG e modelo redação. O primeiro, segundo os autores é a maioria na Europa, mantém parcerias com agências de notícias e dependem, muitas vezes, de universidades. Além disso, os autores reforçam que esse modelo tem mais autonomia: “estão livres das restrições editoriais e comerciais das empresas de mídia estabelecidas e muitas se mostraram bastante duráveis” (p.10) e que esses projetos, em sua maioria, nasceram com a preocupação de reforçar a democracia.

O modelo redação é minoria na Europa, segundo Graves e Cherubini (2016), porém tem um grande alcance, talvez por carregarem o nome de instituições jornalísticas já conhecidas pelo público. De acordo com os autores, pesar precisar seguir normas editoriais já estabelecidas pela empresa jornalística, esse modelo tem a vantagem natural de acesso a mais recursos para exercer o trabalho. As duas agências de verificação de fatos escolhidas para este trabalho seguem esses dois modelos: uma é independente e outra está ligada ao maior grupo de comunicação do Brasil.

3.2 Aos Fatos

A agência de verificação de notícias *Aos Fatos* (aosfatos.org), que opera no modelo ONG, foi fundada em 2015 e se mantém por meio de projetos de tecnologia e parcerias de mídia. Além disso, existe um programa de apoiadores chamado *Aos Fatos Mais*. É a assinatura de uma *newsletter*, paga mensalmente, com informações exclusivas sobre os bastidores da redação de *Aos Fatos*. A agência mantém uma parceria remunerada com o portal de notícias UOL e com o *Facebook* (este por meio do programa de checadores independentes, segundo *Aos Fatos*). Todas as informações sobre o financiamento e lucros da agência estão abertas ao público no

site que ainda deixa claro que a página não usa publicidade como fonte de recursos e nunca recebeu apoio de fundações ou fundos de capital.

3.3 Método de *Aos Fatos*:

Todo o método de trabalho dos jornalistas também está no site. O público pode ter acesso ao processo da escolha das notícias que são verificadas até o final, quando a publicação ganha um selo específico. Na seção do site “Nosso Método” há o passo a passo de como é feita a checagem. Como é uma agência específica de verificação de notícias, os jornalistas de *Aos Fatos* praticamente não escrevem as notícias, mas sim textos sobre a verificação de uma notícia já publicada.

Segundo o site, a checagem é feita em sete etapas: 1) seleção de uma informação pública de acordo com a relevância; 2) consulta à fonte original para saber se é verdadeiro; 3) uso de fontes confiáveis como ponto de partida para a verificação (exemplo: empresas jornalísticas tradicionais); 4) consulta às fontes oficiais para confirmar ou descartar a informação; 5) consulta às fontes alternativas, que podem ajudar a verificar a informação com base em dados oficiais; 6) contextualização do conteúdo (explicação dos motivos pelos quais a notícia ou boato está a circular) e, por fim o passo de número 7, que é a classificação da notícia em uma das sete categorias convencionadas pela agência. São elas: verdadeiro, impreciso, exagerado, contraditório, insustentável, distorcido e falso. Para chegar a um destes sete selos, a equipa de *Aos Fatos* diz que a informação passa por um repórter e um editor. Caso haja alguma dúvida, passa por um terceiro profissional. Cada um destes selos tem um símbolo diferente (anexo 1). Os extremos – falso ou verdadeiro – são os mais simples para o leitor entender. Se uma notícia ou uma declaração (por parte de um político, por exemplo) é verdadeira, não é preciso contextualizar para que seja considerada verdadeira.

O selo de falso é utilizado quando, de acordo com o site, “uma afirmação ou uma notícia ou um boato têm informações sem qualquer amparo factual”. Nesse caso, os jornalistas utilizam dados disponíveis, que são checados e confrontados de forma objetiva para se chegar a um veredicto de que é falso. Ambos os selos, falso ou

verdadeiro, são usados tanto para a verificação de notícias como para declarações de figuras públicas.

A maioria dos sete selos usados pela equipe de *Aos Fatos* serve para classificar apenas declarações. São eles: impreciso (para *Aos Fatos*, necessita de um contexto para ser verdadeira e em alguns cenários a declaração não se aplica), exagerado (não é usado para informações falsas, mas quando há um exagero por parte do interlocutor em relação a números, por exemplo), insustentável (selo usado em declarações que não podem ser refutadas e nem confirmadas, pois não há dados suficientes para tal) e contraditório (quando as afirmações checadas são opostas ao que a pessoa – ou a instituição a qual ela representa - já fez ou já disse). E ainda tem o selo distorcido. Esse é usado para verificar boatos ou notícias com conteúdo enganoso.

Além de checar uma informação ou uma notícia específica, *Aos Fatos* também usa o método “investigamos”. A equipa seleciona assuntos que estão a circular nas redes sociais e faz uma reportagem sobre esse determinado tema.

3.4 Fato ou Fake (G1)

O portal de notícias G1 (g1.com.br) pertence ao grupo Globo, maior empresa de comunicação do Brasil. A seção exclusiva para verificação de fatos foi lançada em julho de 2018, antes das eleições presidenciais. À época, a quantidade de notícias falsas que circulavam via redes sociais e pelo aplicativo de mensagens *WhatsApp* era incontrolável. Mas a seção do site foi lançada com o propósito de continuar o trabalho após o pleito.

No dia do lançamento da seção, em 30 de julho de 2018, o portal G1 fez uma matéria para explicar o funcionamento de *Fato ou Fake*. As apurações de notícias são feitas por jornalistas de vários veículos do grupo Globo, como do próprio G1 e também do jornal O Globo, jornal Extra, Valor Econômico, revista Época, rádio CBN, Globo News (canal de notícias da Globo via TV a cabo), assim como pelos jornalistas da TV Globo. De acordo com o portal, o objetivo da seção é monitorar diariamente mensagens suspeitas compartilhadas nas redes sociais e também via *WhatsApp*. Por se tratar de um portal que pertence a um grande grupo de comunicação, é financiada

pelos recursos do site G1 e há publicidade em todas as publicações, inclusive no meio do texto. A equipe não é identificada na página de *Fato ou Fake*, pois, como já foi dito, não são profissionais destacados apenas para isso.

3.5 Método de *Fato ou Fake*

Além do monitoramento das redes sociais, os jornalistas dos diferentes veículos do Grupo Globo trocam informações sobre a que resultado chegaram em relação à verificação de dados. Depois da constatação de que uma mensagem pode ser falsa ou foi compartilhada muitas vezes, os jornalistas verificam a fonte, o contexto e as fotos da publicação. Depois disso, procuram as fontes que são citadas na notícia.

De acordo com essa reportagem de lançamento da seção *Fato ou Fake*, a equipa de jornalistas preza pela transparência nesse processo de checagem, que é baseada em três pilares: transparência das fontes (todas as fontes são identificadas no texto); transparência da metodologia (ou seja, *Fato ou Fake* deve deixar claro o processo de seleção da mensagem a ser checada e o que levou a notícia ser considerada verdadeira ou falsa) e ainda transparência das correções (caso a publicação com a checagem tenha que ser modificada, essa correção deverá estar clara no texto).

Fato ou Fake usa três selos para classificar as publicações verificadas: Fato, Fake e Não é Bem Assim - usado quando a notícia contém informações parcialmente verdadeiras, exageradas ou incompletas e ainda quando a informação precisa ser melhor esclarecida ou contextualizada (anexo 2).

3.6 Transparência

Segundo Humprecht (2019), a Rede Internacional de Verificação de Fatos (Poynter) aconselha que as agências de *fact-checking* apresentem os resultados da verificação e a forma como chegaram ao resultado de maneira transparente para o público. Mais do que apresentar a metodologia de trabalho e as fontes (confiáveis) usadas, os verificadores de fatos são aconselhados a deixarem claro de que forma

são financiados. Essa transparência é uma resposta à demanda de um público que se vê rodeado de notícias falsas e desinformação.

Os métodos de ambas as agências – *Aos Fatos* e *Fato ou Fake* - estão bem claras para o leitor. Porém, a forma de chegar a essa metodologia é diferente. Aliás, os formatos dos sites são completamente diferentes. Como já foi dito, *Aos Fatos* é um site exclusivo para verificação de notícias, enquanto que *Fato ou Fake* é uma seção dentro do G1. Para que o leitor conheça a metodologia de *Aos Fatos*, existe um menu para isso com os *links*: “Nosso método”, “Nossa equipe”, “Nosso financiamento”, “Nossos apoiadores”. Já na página de *Fato ou Fake*, existe um *link* na barra lateral à *timeline* com o título “Serviço checa conteúdos suspeitos e esclarece o que é real e o que é falso”. Esse *link* dá acesso à publicação do dia 30 de julho de 2018, matéria sobre o lançamento do serviço, já citada neste trabalho. Essa publicação é a forma de esclarecer a metodologia usada por *Fato ou Fake*. No caso da agência *Aos Fatos*, a forma de financiamento está exposta no site, com os valores arrecadados. Em *Fato ou Fake* esse dado não existe para o leitor.

4. A pesquisa:

Após a contagem de notícias publicadas em cada site no período de 01 de agosto de 2019 a 30 de setembro de 2019, as publicações foram categorizadas da seguinte forma:

- Amazônia – verificação de notícias a respeito das queimadas.
- Bolsonaro – apenas verificações sobre a figura do presidente ou sobre as declarações dele em discursos, *lives* e redes sociais.
- Governo Federal – verificações de declarações por parte da equipe do governo ou notícias a respeito do governo federal.
- Lula / PT/ Esquerda política - notícias sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sobre o Partido dos Trabalhadores (PT) e sobre a esquerda política.
- Política Nacional (geral) – notícias sobre política geral de âmbito nacional.
- Gerais – todas as notícias que não estejam enquadradas nas categorias acima (notícias falsas sobre cura do câncer, sobre Greta Thunberg, sobre vermes mortais em legumes, etc.).

As categorias foram assim separadas pela incidência com que aparecem nas *timelines* dos sites. Percebe-se um destaque maior para notícias sobre política porque a frequência de checagens envolvendo esse tipo de assunto é bem evidente. O objeto da análise desse artigo são as notícias da categoria “Bolsonaro”, porém são várias as notícias envolvendo política nacional e o governo federal, universo no qual o presidente brasileiro está inserido. Apesar disso, são notícias que não falam diretamente dessa figura política, por isso foram separadas em categorias diferentes para se ter uma visão mais detalhada de como a política é retratada nos dois sites.

A categoria Lula/PT/ Esquerda também é sobre política, mas está separada porque existe um número grande de notícias envolvendo o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o partido de esquerda do qual ele faz parte e é um dos fundadores – o Partido dos Trabalhadores (PT). Além disso, a “esquerda” é citada em notícias falsas como uma entidade, algo ou alguém. Além do número de notícias sobre o assunto nos sites de *fact-checking* analisados, existe uma polaridade no Brasil que tem como personagens justamente essas duas figuras políticas: Lula e Bolsonaro.

Também se fez necessária uma categoria de notícia apenas para Amazônia visto que o período analisado foi escolhido na época em que estavam acontecendo as queimadas na floresta.

4.1 Números

Logo que a contagem iniciou, a expectativa era de que notícias envolvendo exclusivamente a figura de Jair Bolsonaro dominassem a agenda das agências de *fact-checking*. Mas, nesse curto período, mesmo com tantos acontecimentos envolvendo o presidente, pode-se notar justamente o contrário.

Entre 01 de agosto e 30 de setembro de 2019, o site *Aos Fatos* publicou 90 matérias dos mais variados assuntos. Do total de matérias publicadas, grande parte se encaixa na categoria Geral, com índice de 40%. A tabela abaixo mostra a frequência com que cada categoria proposta por este trabalho aparece:

Tabela 1: Frequência dos fatos

Aos Fatos			
Período	Assunto	Quantidade	Porcentagem
01 de agosto de 2019 a 30 de setembro de 2019	Gerais	36 publicações	40%
	Amazônia – verificação de notícias a respeito das queimadas	18 publicações	20%
	Governo Federal – verificações de declarações por parte da equipe do governo ou notícias a respeito do governo federal	13 publicações	14,44%
	Lula / PT/ Esquerda política - notícias sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sobre o Partido dos Trabalhadores (PT) e sobre a esquerda política.	10 publicações	11,11%
	Política Nacional (geral) – notícias sobre política geral de âmbito nacional.	7 publicações	7,78%
	Bolsonaro – apenas verificações sobre a figura do presidente ou sobre as declarações dele em discursos, <i>lives</i> e redes sociais.	6 publicações	6,67%

Fonte: Elaborado pela autora.

Percebe-se que a incidência das publicações em relação à figura do presidente é a menor no período analisado – sei publicações. Mesmo assim, elas são o objeto de uma análise qualitativa sobre o conteúdo das publicações. A primeira publicação desse período foi no dia 05 de agosto de 2019 com o título: “É falso que Bolsonaro utilizou faixa presidencial em batizado de sobrinho”. A matéria desmente a notícia que estava a circular nas redes sociais de que o presidente havia ido a uma festa de família com a faixa presidencial. A equipa de *Aos Fatos* apurou que a foto, na verdade, foi tirada durante a posse do presidente, dia 01 de janeiro de 2019.

A segunda publicação sobre Bolsonaro foi no dia 08 de agosto de 2019. “É falso que Bolsonaro disse que pobres não devem ter diploma”. Tal afirmação estava a circular nas redes sociais, mas na matéria, os jornalistas de *Aos Fatos* afirmaram que não encontraram nenhuma declaração de Bolsonaro com esses dizeres nas redes sociais, entrevistas, discursos oficiais, transmissões ao vivo ou mesmo em pronunciamentos oficiais. Portanto, a publicação foi considerada falsa. Percebe-se que duas das seis notícias que tratam exclusivamente de Jair Bolsonaro foram publicadas para desmentir boatos compartilhados com o intuito de prejudicar a imagem do presidente da República.

As quatro publicações seguintes já têm um caráter diferente. A terceira contabilizada foi publicada dia 19 de agosto de 2019 com o seguinte título: “Bolsonaro

amplifica difusão de imagens fora de contexto de caça a baleias para atacar a Noruega”. Nesse caso, a reportagem busca esclarecer de quem são os vídeos compartilhados pelo presidente em suas contas no *Twitter* e no *Facebook*. As imagens mostram baleias mortas e foram compartilhadas milhares de vezes a partir da publicação de Bolsonaro. O presidente fez as publicações após a Noruega anunciar que iria bloquear suas contribuições para o Fundo Amazônia. O governo brasileiro foi criticado por líderes mundiais por falta de ações para o combate aos incêndios na floresta tropical. As críticas inclusive geraram discussões via redes sociais entre Jair Bolsonaro e o presidente francês Emmanuel Macron⁶. De acordo com *Aos Fatos*, os vídeos compartilhados pelo presidente foram gravados pela ONG Sea Shepherd nas Ilhas de Faroer, território da Dinamarca em 2018. Ou seja, a desinformação partiu da rede social oficial do presidente, que não apagou as publicações, mesmo após o fato ter sido desmentido pela ONG autora dos vídeos e pelos sites de *fact-checking*.

A quarta publicação sobre Bolsonaro no período não é sobre uma declaração específica. Foi publicada dia 22 de agosto de 2019 sob o título “Como Bolsonaro usa teorias da conspiração ao acusar ONGs por queimadas na Amazônia”. Nesse caso, *Aos Fatos* fez uma compilação de três declarações feitas pelo presidente Jair Bolsonaro sobre as queimadas na Amazônia:

O presidente Jair Bolsonaro (PSL) tem recorrido a teorias da conspiração ao afirmar que organizações não governamentais são responsáveis pelo aumento de queimadas na Amazônia. Entre as acusações, todas infundadas, está a de que as ONGs teriam patrocinado incêndios como vingança por verbas cortadas pelo governo, a de que essas instituições fariam parte de um plano internacional para tirar a soberania do Brasil sobre a floresta, à teoria do Triplo A, e a de que terras indígenas também serviriam a esse propósito. Tais argumentos não são novos, além de serem coerentes com o seu histórico: Bolsonaro os repete desde quando era deputado federal. Em três tópicos, *Aos Fatos* lista as informações falsas ou sem comprovação que têm sido citadas por Bolsonaro nos últimos dias ao culpar as ONGs pelas queimadas no país. (*Aos Fatos. Como Bolsonaro usa teorias da conspiração ao acusar ONGs por queimadas na Amazônia*. Publicado em 22 de agosto de 2019).

A matéria contextualiza todas as declarações feitas via rede social, entrevistas ou discursos e contém diversos *links* que remetem o leitor para reportagens de sites,

⁶ El País. *Os incêndios na Amazônia desatam críticas mundiais ao Governo Bolsonaro*. (2019, agosto 23). https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/22/politica/1566501636_486466.html

agências de notícias, sites oficiais do governo (onde é possível ver o discurso do presidente transcrito na íntegra).

No dia 23 de agosto, a equipe de *Aos Fatos* analisou o pronunciamento do presidente em relação às queimadas na Amazônia. O discurso foi transmitido em cadeia nas redes de TV e rádio em todo o país. Nesse caso, todo o discurso é transcrito na matéria e trechos são analisados com os selos do site. Três trechos do discurso continham informações verificadas como verdadeiras. O pronunciamento do presidente ainda recebeu dois selos de falso, um selo de contraditório e um de impreciso.

Logo no início deste texto, os jornalistas fazem uma contextualização para o leitor:

Após se amparar em teorias da conspiração para minimizar a crise motivada por queimadas na região amazônica nos últimos dias, o presidente Jair Bolsonaro voltou a usar informações enganosas para defender que o evento não é atípico. Em pronunciamento em cadeia de rádio e TV, Bolsonaro se contradisse ao condenar a divulgação de desinformação sobre queimadas no maior bioma brasileiro, além de citar informações incorretas sobre como o clima influencia na região. (*Aos Fatos. Checamos o pronunciamento de Bolsonaro sobre os incêndios na Amazônia*. Publicado em 23 de agosto de 2019).

Percebe-se que o assunto sobre a crise envolvendo as queimadas na Amazônia e a crise climática que se instaurou no país implicou duas checagens aprofundadas em dois dias seguidos. No dia 23 de agosto, *Aos Fatos* ainda checkou outras cinco notícias falsas sobre os incêndios. Por fim, um dos momentos mais importantes na agenda internacional do presidente: o discurso na Assembleia Geral da ONU. Vale dizer que houve um intervalo de mais de um mês para uma nova publicação exclusivamente sobre a figura do presidente pela agência. A matéria com a checagem foi publicada no mesmo dia do discurso, 24 de setembro de 2019. Logo no início do texto, os jornalistas avisam o leitor que a verificação do discurso foi feita em tempo real, portanto, haveria correções, caso fosse necessário.

A equipe de *Aos Fatos* separou o discurso em trechos. Foram 10 selos de falso, sete declarações com o selo verdadeiro, cinco trechos foram considerados imprecisos e dois considerados insustentáveis. A cada selo, uma espécie de caixa explicativa sobre a declaração e o motivo pela qual ela foi classificada de tal forma. As caixas

explicativas ainda contêm *links* que levam o leitor às fontes de informação ou ainda para que possa pesquisar melhor o contexto do assunto tratado.

Ao final de todas as publicações de *Aos Fatos*, há as referências de fontes usadas para verificação das informações. A maioria dessas referências é de empresas jornalísticas como Folha de São Paulo, ou agências internacionais, como Reuters, por exemplo. Sites oficiais, como do Palácio do Planalto (governo federal) também são usados como fonte para checagem de dados. Assim como as caixas explicativas, citadas acima, o texto em si das publicações também contém *links* que conduzem o leitor para outros materiais a respeito do assunto. E uma observação interessante: para contextualizar, é relevado ao leitor a publicação original que motivou a verificação. Porém a equipa conduz o leitor apenas para uma foto da publicação, ou seja, não há como o leitor ter acesso à *fake news* original. Além disso, a foto da página dessa publicação contém o selo específico da página (selo de falso, prioritariamente) para identificar que tal publicação foi checada (anexo 3). Uma maneira *da fake news* não ser compartilhada mais uma vez.

No mesmo período, a seção de verificação de notícias do portal G1, *Fato ou Fake*, publicou 39 matérias com checagem de informações. As publicações categorizadas como gerais estão também no topo da lista. Desta vez, são a maioria:

Tabela 2: Fato ou Fake

Período	Assunto	Quantidade	Porcentagem
01 de agosto de 2019 a 30 de setembro de 2019	Gerais	22 publicações	56,41%
	Amazônia – verificação de notícias a respeito das queimadas	8 publicações	20,51%
	Lula / PT/ Esquerda política - notícias sobre o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, sobre o Partido dos Trabalhadores (PT) e sobre a esquerda política.	4 publicações	10,26%
	Bolsonaro – apenas verificações sobre a figura do presidente ou sobre as declarações dele em discursos, <i>lives</i> e redes sociais.	3 publicações	7,69%
	Política Nacional (geral) – notícias sobre política geral de âmbito nacional.	2 publicações	5,13%
	Governo Federal – verificações de declarações por parte da equipe do governo ou notícias a respeito do governo federal	-- (não há registro no período)	--

Fonte: Elaborado pela autora.

A primeira matéria categorizada como “Bolsonaro” no período foi publicada no dia 19 de agosto de 2019 e não leva o nome do presidente no título: “É #FAKE que

imagens mostrem matança de baleias na Noruega”, porém entrou na categoria “Bolsonaro” porque no subtítulo há explicação de que tais vídeos foram compartilhados pelo presidente como sendo da Noruega e, na verdade, era de território dinamarquês. Assim como *Aos Fatos*, a matéria contextualiza a situação e conduz o leitor para outros *links* (incluindo a conta do *Twitter* da ONG Sea Shepherd, que expliquem o motivo do selo ser “fake”). A matéria explica que antes de Bolsonaro compartilhar os vídeos, a informação de que as imagens seriam da Noruega já circulavam pelas redes sociais. Ou seja, percebe-se que o comportamento do líder político foi de publicar uma *fake news* que já existia. Porém, a publicação de Bolsonaro impulsionou a desinformação, pois foi compartilhada milhares de vezes⁷, como já foi dito.

A segunda matéria foi publicada no dia 23 de agosto de 2019: “É #FAKE capa do Charlie Hebdo com sátira a Jair Bolsonaro”. Assim como *Aos Fatos*, *Fato ou Fake* explica aos leitores que o desenho existe, mas que não foi capa do famoso jornal francês. E, por fim, a terceira matéria publicada na qual Bolsonaro é o assunto principal é a verificação do discurso do presidente na abertura da Assembleia Geral da ONU. Neste caso, a equipe do site considerou cinco declarações como “Não é Bem Assim”, três trechos do discurso como “Fato” e apenas uma declaração recebeu o selo de “Fake”. Os selos das publicações de *Fato ou Fake* são bem evidentes.

4.2 Principais diferenças entre *Aos Fatos* e *Fato ou Fake*

Ao analisar as duas agências, é possível perceber que existem diferenças na forma como as notícias são verificadas. A começar pela pelos modelos. Uma é uma agência independente, a outra consiste no modelo de redação. Depois, percebe-se diferença na quantidade de selos que categorizam a informação checada. Enquanto *Aos Fatos* utiliza sete selos, *Fato ou Fake* possui três. No período analisado, apenas o selo #FAKE foi percebido nas manchetes de *Fato ou Fake*. Pode-se deduzir que as

⁷ Publicação no *Twitter* oficial de Jair Bolsonaro teve 10,3 retweets e 52,3 mil curtidas. Disponível em: <https://twitter.com/jairbolsonaro/status/1163242553837330432>

Publicação na página oficial de Jair Bolsonaro no *Facebook* teve 28.464 compartilhamentos. Disponível em: <https://www.Facebook.com/watch/?v=2227091337417500>

notícias verdadeiras ou que carregariam o selo #FATO já estão publicadas no site G1, na parte das notícias. O selo que classifica a notícia como falsa é bem evidente na matéria e, assim como *Aos Fatos*, não se trata de *link* que remete à *fake news* original, mas sim uma foto com a identificação de que foi checada (anexo 4).

Outra percepção é que no mesmo período, *Aos Fatos* publicou 90 matérias, ou seja, mais que o dobro de *Fato ou Fake*, que publicou 39. Isso se pode dar pelo fato de que não há uma equipa só para a verificação de fatos. *Fato ou Fake* é apenas uma seção do G1, dentro de tantas outras que existem no portal. Essa seção especial se fez necessária, segundo a reportagem que justifica o lançamento desse serviço, porque a quantidade de notícias falsas que estavam a circular no período eleitoral era preocupante.

As publicações em relação a Jair Bolsonaro também apresentam diferenças nos números. *Aos Fatos* verificou seis notícias ou discursos do presidente, enquanto que *Fato ou Fake* se dedicou a três publicações no mesmo período. As notícias sobre o presidente publicadas pela seção do G1 também estão em *Aos Fatos* e a título de comparação de análises, destaca-se as diferenças entre o escrutínio do discurso de Bolsonaro na ONU. A equipa de *Aos Fatos* atribuiu 24 selos ao discurso do presidente, sendo que destes, 10 trechos são considerados falsos. A equipa de *Fato ou Fake* atribuiu sete selos ao discurso, sendo que um trecho foi considerado falso: “Em 2013, um acordo entre o governo petista e a ditadura cubana trouxe ao Brasil 10 mil médicos sem nenhuma comprovação profissional”. Essa a declaração também foi considerada falsa por *Aos Fatos*.

Ambos os sites deixam bem claro ao leitor, principalmente o que é falso. Aliás, as notícias falsas checadas são as que parecem ter mais destaque no trabalho das agências. Ao ler a notícia checada, dificilmente o leitor poderia se confundir achando que se trata de uma notícia verdadeira.

5. Considerações finais

Quem pesquisa sobre *fake news* sabe que o objetivo de tal atividade é também financeiro. Títulos sensacionalistas e mentirosos ganham cliques e quem lucra com

isso não se importa com o impacto da desinformação na democracia. Entidades como UNESCO, ONU, Comissão Europeia, Reuters, Universidade de Oxford, entre tantas, elaboram relatórios para mostrar que o problema é grave no mundo. *Google* e *Facebook* já anunciaram medidas para tentar conter o problema nas suas plataformas. O Congresso Nacional brasileiro instaurou uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito para investigar as *fake news* propagadas nas eleições de 2018, principalmente via *WhatsApp*. E o Superior Tribunal Eleitoral determinou sanções mais rígidas a políticos que espalhem notícias falsas nas eleições de 2020. Soluções novas para um problema antigo. As notícias falsas hoje têm uma arma poderosa e praticamente incontrolável. A Internet esconde os atores da desinformação.

Se num período de dois meses, dois sites brasileiros (objetos de estudo desse artigo) analisaram 129 notícias falsas, quantas outras foram espalhadas? Impossível saber. E quando uma declaração falsa é transmitida por uma figura política, a identidade é evidente e tem a vantagem natural da legitimidade que o cargo proporciona. Ao analisar o trabalho desses dois sites no período de dois meses, é notória a preocupação dos jornalistas em relação às manifestações de políticos, em especial o presidente Jair Bolsonaro.

Esse trabalho trouxe o questionamento se a imprensa seria uma inimiga do líder brasileiro, como ele manifesta, inclusive, em suas redes sociais. Porém, o resultado da análise mostrou que o escrutínio do discurso e publicações do presidente se deu em momentos de grande repercussão, ou seja, quando as informações espalhadas por Bolsonaro tinham bastante impacto ou visibilidade. Para se ter uma noção mais ampla dessa relação não amistosa, seria necessária uma pesquisa aprofundada nos veículos de comunicação tradicionais e não apenas em agências ou departamentos de *fact-checking*.

Aliás, não se sabe ainda o futuro das agências verificadoras de notícias e se isso vai perdurar como uma nova forma de fazer jornalismo. Elas ainda não têm a tradição da imprensa tradicional. Mas, além de ser um respiro para a profissão e uma tentativa de manter a credibilidade no jornalismo, esclarecer sobre o que está sendo informado parece uma necessidade diante da enxurrada de informação falsa e

distorcida que circula. A desinformação tem uma força desleal em comparação com o jornalismo sério e comprometido. Na tentativa de chamar atenção do público, as *fake news* tomam lugar da imprensa e isso, de acordo com autores já citados, tem impacto forte na democracia.

E se há tantas tentativas de frear as *fake news*, espalhadas por robôs ou usuários anônimos, a solução encontrada para trazer a verdade diante de um discurso que contenha mentiras é justamente esmiuçar a fala dos atores políticos. Colocar à prova uma legitimidade conquistada muito mais pela posição no poder do que pela veracidade do discurso. Porém, a inverdade no meio político é comum ainda em tempos remotos, como esse artigo mostrou. Conter essa onda não é missão só do Jornalismo. É uma questão de literacia política e digital. E uma questão democrática também.

Referências

AOS FATOS. *Nosso Método*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/nosso-m%C3%A9todo/>

_____. (2019, agosto 5). *É falso que Bolsonaro utilizou faixa presidencial em batizado de sobrinho*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/e-falso-que-bolsonaro-utilizou-faixa-presidencial-em-batizado-de-sobrinho/>

_____. (2019, agosto 8). *É falso que Bolsonaro disse que pobres não devem ter diploma*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/e-falso-que-bolsonaro-disse-que-pobres-nao-devem-ter-diploma/>

_____. (2019, agosto 19). *Bolsonaro amplifica difusão de imagens fora de contexto de caça a baleias para atacar a Noruega*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/bolsonaro-amplifica-difusao-de-imagens-fora-de-contexto-de-caca-a-baleias-para-atacar-a-noruega/>

_____. (2019, agosto 22). *Como Bolsonaro usa teorias da conspiração ao acusar ONGs por queimadas na Amazônia*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/como-bolsonaro-usa-teorias-da-conspiracao-ao-acusar-ongs-por-queimadas-na-amazonia/>

_____. (2019, agosto 23). *Checamos o pronunciamento de Bolsonaro sobre os incêndios na Amazônia*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/checemos-o-pronunciamento-de-bolsonaro-sobre-os-incendios-na-amazonia/>

_____. (2019, setembro 24). *Checamos o discurso de Bolsonaro na abertura da Assembleia Geral da ONU*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://aosfatos.org/noticias/checemos-o-discurso-de-bolsonaro-na-abertura-da-assembleia-geral-da-onu/>

BURNS, A. (2014). Gatekeeping, Gatewatching, Realimentação em Tempo Real: novos desafios para o jornalismo. *Universidade de Tecnologia de Queensland*, 224-247.

BROOKS, J. (2003, dezembro 05). *Is this a great job, or what?*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://www.factcheck.org/2003/12/is-this-a-great-job-or-what/>

CANAVILHAS, J., FERRARI, P. (2018, setembro). *Fact-checking: o jornalismo regressa às origens*. *Universidade da Beira Interior*, 30-47

CARDOSO, G., BALDI, V., CALDEIRA Pais, P., PAISANA, M., LIMA Quintanilha, T., Couraceiro, P. (2018, junho). *As Fake news numa sociedade pós-verdade Contextualização, potenciais soluções e análise*. *Obercom*.

EL PAÍS. (2019, agosto 23). *Os incêndios na Amazônia desatam críticas mundiais ao Governo Bolsonaro*. Recuperado em dezembro de 2019, de: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/22/politica/1566501636_486466.html

ESTADÃO. (2018, março 08). *'Fake news' têm 70% mais chance de viralizar que as notícias verdadeiras, segundo novo estudo*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://ciencia.estadao.com.br/noticias/geral,fake-news-se-espalham-70-mais-rapido-que-as-noticias-verdadeiras-diz-novo-estudo,70002219357>

G1. (2019, julho 30). *G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>

_____. (2019, outubro 30). *Bolsonaro ofende a TV Globo em transmissão nas redes sociais*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2019/10/30/bolsonaro-ofende-a-tv-globo-em-transmissao-nas-redes-sociais.ghtml>

_____. (2019, agosto 19). *É #FAKE que imagens mostrem matança de baleias na Noruega*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/08/19/e-fake-que-imagens-mostrem-matanca-de-baleias-na-noruega.ghtml>

_____. (2019, agosto 23). *É #FAKE capa do Charlie Hebdo com sátira a Jair Bolsonaro*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/08/23/e-fake-capa-do-charlie-hebdo-com-satira-a-jair-bolsonaro.ghtml>

_____. (2019, 24 setembro). *Veja o que é #FATO ou #FAKE no discurso de Bolsonaro na ONU*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2019/08/23/e-fake-capa-do-charlie-hebdo-com-satira-a-jair-bolsonaro.ghtml>

- GRAVES, L. (2013) *Deciding What's True: Fact-checking Journalism and the New Ecology of News*. Columbia University.
- GRAVES, L. CHERUBINI, F. (2016). The Rise of *Fact-checking* Sites in Europe. *Reuters Institute e University of Oxford*.
- HUMPRECHT, E. (2019). How Do They Debunk “*Fake news*”? A CrossNational Comparison of Transparency in Fact Checks. *Digital Journalism*, 1-18.
- IRETON, C., POSETTI, J. (2018). *Journalism, ‘Fake news’ & Disinformation - Handbook for Journalism Education and Training*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – UNESCO.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>
- JORNAL DA GLOBO. (2019, novembro 29). *Presidente Bolsonaro acusa Leonardo DiCaprio de financiar queimadas criminosas na Amazônia*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://globoplay.globo.com/v/8128976/>
- MARTENS, B., AGUIAR, L., GOMEZ-HERRERA, E., MUELLER-LANGER, F. (2018, abril). The Digital Transformation of News Media And The Rise of Disinformation and *Fake news*. *JRC Digital Economy Working Paper 2018-02 – Europe Comission*.
- O GLOBO. (2018, dezembro 23) *Bolsonaro anunciou 14 de 22 ministros no Twitter*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <https://oglobo.globo.com/brasil/bolsonaro-anunciou-14-de-22-ministros-no-Twitter-23324123>).
- PETERS, C., WITSCHGE, T. (2014, julho). From Grand Narratives of Democracy to Small Expectations of Participation – Audiences, Citizenchip, and Interactive Tools in Digital Journalism. *Journalism Practice*, 1-16.
- SCHUDSON, M. (2008). News and Democratic Society: Past, Present, and Future. *The Hedgehog Review / Summer 2008*,7-21.
- SPINSANITY. (2005, janeiro 19). Goodbye from *Spinsanity*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <http://www.Spinsanity.org/>.
- REUTERS INSTITUTE & UNIVERSITY OF OXFORD. (2019). Urban Brazil. *Digital News Report 2019*. Recuperado em dezembro de 2019, de: <http://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/brazil-2019/>
- TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. (2019, dezembro 18). Eleições 2020: Corte Eleitoral aprova mais três resoluções. Recuperado em novembro de 2019 do site do TSE: <http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2019/Dezembro/corte-eleitoral-aprova-mais-tres-resolucoes>
- _____. (2019, dezembro). *INSTRUÇÃO Nº 0600751-65.2019.6.00.0000–CLASSE 11544–BRASÍLIA –DISTRITO FEDERAL* . Recuperado em dezembro de 2019 de: http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/minuta-de-resolucao-sobre-propaganda-eleitoral-instrucao-0600744-73/rybena_pdf?file=http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/arquivos/minuta-de-resolucao-sobre-propaganda-eleitoral-instrucao-0600744-73/at_download/file

Anexo 1 – selos de verificação do site *Aos Fatos*:



(Verdadeiro)



(Impreciso)



(Exagerado)



(Insustentável)



(Contraditório)



(Distorcido)



(Falso)

Anexo 2 – selos de verificação do site *Fato ou Fake*:

FATO ✓

Fato = verdadeiro

FAKE

Fake = falso

**NÃO É BEM
ASSIM**

Não é bem assim = há contradições

Anexo 3 - publicação de Aos Fatos com selos de falso. O site usa apenas foto e não o link da publicação.



Anexo 4 – publicação com selo “Fake” de *Fato ou Fake* do G1:

