



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

***FACT-CHECKING: JORNALISMO DE CHECAGEM
DA POLÍTICA MIDIATIZADA***

ELISA CRISTINA SÁ FORTES CLAVERY

RIO DE JANEIRO

2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

***FACT-CHECKING: JORNALISMO DE CHECAGEM
DA POLÍTICA MIDIATIZADA***

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

ELISA CRISTINA SÁ FORTES CLAVERY

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego-Monteiro da Luz

RIO DE JANEIRO
2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia ***Fact-checking: jornalismo de checagem da política midiaticizada***, elaborada por Elisa Cristina Sá Fortes Clavery.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego-Monteiro da Luz
Doutora em Comunicação - UFRJ

Profa. Dra. Marialva Carlos Barbosa
Doutora em História - UFF

Profa. Dra. Gabriela Nóra Pacheco Latini
Doutora em Comunicação e Cultura - UFRJ

RIO DE JANEIRO

2015

FICHA CATALOGRÁFICA

CLAVERY, Elisa Cristina Sá Fortes.

Fact-checking: jornalismo de checagem da política midiaticizada.

Rio de Janeiro, 2015.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego-Monteiro da Luz

AGRADEÇO

À minha mãe, Lucia, que, com seu amor e dedicação, me ensina, todos os dias, a ser uma pessoa melhor,

Ao meu pai, Vanir, por acreditar nos meus sonhos e me ajudar a enfrentar os desafios,

Ao meu irmão Ivan, amigo, companheiro e inspiração de toda a vida,

À querida Mara, que, com sua doçura e sorriso, se transformou em família,

Aos familiares, que acompanham desde sempre meu crescimento pessoal e profissional,

Aos amigos e amigas, que me fortaleceram, me ensinaram e encheram minha vida de alegria, ao longo dessa trajetória,

A todos meus professores, do primário à universidade, que, por meio dessa bela profissão, contribuíram para minha formação e conhecimento,

À Cristina Rego-Monteiro da Luz, pelas orientações fundamentais para a elaboração deste trabalho e pela sua dedicação como professora, sempre carinhosa e atenta,

Ao Paulo Oneto, amigo e professor, que tanto contribuiu para o enriquecimento da minha experiência acadêmica nos últimos anos,

Ao Mario Toledo, pela paciência e pelas incontáveis conversas, que me ajudaram a amadurecer como jornalista,

À Cristina Tardáguila, que, além de ter contribuído com uma entrevista e conselhos imprescindíveis para este trabalho, é exemplo profissional a ser seguido,

E aos trabalhadores brasileiros, que financiaram minha formação em uma universidade pública e a quem espero, profissionalmente, retribuir o esforço.

Dedicado à vovó Ítala, que por toda a vida me encheu de amor e ensinamentos.

CLIVERY, Elisa Cristina Sá Fortes. ***Fact-checking: jornalismo de checagem da política midiaticizada***. Orientadora: Cristina Rego-Monteiro da Luz. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo.

Resumo

Este trabalho pretende abordar a propagação de uma atividade que ganha *status* de novidade a partir da aceleração dos processos de publicação de notícias em plataformas digitais: o exercício do *fact-checking*, isto é, “checagem de fatos”. O *fact-checking* é um trabalho realizado, geralmente, por jornalistas, que pretendem comprovar ou refutar, a partir da exposição de dados e análises, a veracidade de discursos de autoridades políticas ou personalidades com relevância na área, como empresários, jornalistas, líderes de movimentos sociais. Além de apresentar a origem do *fact-checking* e apontar alguns dos exemplos de espaços mais significativos dedicados a essa atividade – como os norte-americanos *PolitiFact* e *FactCheck.org* e o argentino *Chequeado.com* –, este trabalho pretende explorar as possibilidades deste modelo, abordando diferentes métodos e possibilidades de interação com o público, bem como a relevância dessa ferramenta e seus efeitos na política e nos (e)leitores. Para tanto, faz um estudo de caso do *fact-checking* brasileiro *Preto no Branco*, pertencente ao jornal *O Globo* e criado pela jornalista Cristina Tardáguila durante as eleições no país em 2014, e procura entender o motivo da redução da produção do blog após o fim da campanha eleitoral deste mesmo ano.

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO.....	1
2. A CHECAGEM FICA PARA DEPOIS: VELOCIDADE COMO REFERÊNCIA DO JORNALISMO ONLINE.....	6
3. <i>FACT-CHECKING</i>, O EXERCÍCIO DE CHECAGEM NO DISCURSO POLÍTICO.....	11
3.1. Termômetros para medir a verdade.....	14
3.2. A divulgação do método e o pacto de confiança com o leitor.....	19
3.2.1. A participação do público: uma ferramenta essencialmente virtual.....	22
3.3. “Checking” o <i>fact-checking</i>	26
3.4. O jornalismo de dados como aliado.....	30
4. <i>CHEQUEADO.COM</i>, A INSPIRAÇÃO QUE MORA AO LADO.....	34
4.1. As seções do site.....	35
4.2. O método de checagem.....	41
4.3. Financiamento, o nó górdio.....	43
5. <i>PRETO NO BRANCO</i>: A EXPERIÊNCIA DE CHECAGEM NAS ELEIÇÕES DE 2014 NO BRASIL.....	45
5.1. O método de checagem.....	48
5.2. A escolha do que será checado.....	49
5.3. Uma ferramenta só para o período eleitoral?.....	55
7. CONCLUSÃO.....	60
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	64
9. APÊNDICE	

1. Introdução

A produção de conteúdo ganhou novos desafios na era da internet. Se, por um lado, o universo online democratizou a informação – esta, agora, não está mais aprisionada às grandes empresas de comunicação –, por outro lado, ficou mais difícil separar as informações verdadeiras dos “boatos virtuais”, já que estes últimos aparecem em grande quantidade pela rede. A maioria dos internautas que possui uma conta no Facebook pode encontrar, diariamente, “notícias” falaciosas em sua linha do tempo – que são, inclusive, compartilhadas intensamente por seus próprios amigos. Com a facilidade da divulgação nas redes sociais, pela rapidez e pelo custo zero, qualquer pessoa que esteja conectada à internet pode produzir seu conteúdo próprio. A informação, neste caso, não está sendo transmitida por um profissional do jornalismo, comprometido com princípios éticos básicos da profissão, como veracidade, credibilidade e apuração adequada.

Se o jornalista já não possui a exclusividade no compartilhamento das informações, tampouco é o único intermediário na divulgação de conteúdos feitos por autoridades políticas e personalidades públicas, por exemplo. A internet tratou de popularizar, inclusive, o acesso aos discursos políticos: grande parte de candidatos a cargos políticos ou políticos eleitos, no campo Legislativo ou Executivo, possui conta em redes sociais, como o Twitter ou o Facebook, e utiliza estes espaços para falar diretamente com a população. Mas quem disse que os políticos estão falando a verdade, seja dentro ou fora da internet? Como acreditar no que é divulgado nas plataformas digitais, se qualquer um pode fazê-lo? Em paralelo a um emaranhado de informações encontradas na Web, surge uma necessidade: descobrir em quem – e em quem – se pode confiar.

Este trabalho pretende abordar o advento de uma prática que surgiu para suprir a necessidade de chamar a atenção para os discursos mentirosos e valorizar os discursos verdadeiros. Esta prática – ainda recente – é chamada de *fact-checking*, ou “checagem de fatos”, em tradução livre, e é utilizada por jornalistas para ponderar a veracidade de certas informações, através da exposição de dados e análises que comprovem ou refutem os fatos. De acordo com o ideal do *fact-checking*, todo conteúdo deve ser comprovado e as provas devem ser mostradas ao leitor, para que se estabeleça uma relação de confiança mútua. No *fact-checking*, o jornalista não é mais o profissional que aponta as verdades, mas aquele que mostra o caminho para o leitor reconhecer o que é

verdadeiro. Embora esta prática possa ser utilizada para comprovar a veracidade de informações em qualquer área, este trabalho limitou-se a estudar os efeitos do *fact-checking*, exclusivamente, no ramo político.

Na primeira parte, o objetivo do trabalho é descrever uma das prioridades que movem as atuais redações jornalísticas: a velocidade. Ainda sem saber lidar completamente com o surgimento da internet, a maioria dos veículos de comunicação parece “vender” a velocidade como sinal de eficácia na divulgação de informações. Aqui, a autora utiliza um exemplo deste “consumo da velocidade” pregado pelos veículos de comunicação, durante uma coletiva mensal de divulgação de dados para a imprensa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), presenciada por ela no dia 28 de abril de 2015.

Uma das intenções do trabalho, neste capítulo, é analisar, ainda, como a apuração jornalística pode acabar prejudicada para que uma matéria seja publicada antes que o veículo concorrente o faça. Para tanto, a autora utiliza um exemplo recente de “barriga” – que, no jargão jornalístico, significa a publicação de uma informação falsa –, cometido por dois veículos de relevância no jornalismo brasileiro, o *Estadão* e o *R7*.

A noção utópica de “tempo real” é discutida neste capítulo, a partir de conceitos encontrados no livro “Jornalismo em ‘tempo real’: o fetiche da velocidade”, escrito por Moretzsohn (2002). Apesar de mais de dez anos terem se passado desde a publicação do livro, a obra de Moretzsohn foi escolhida por tão bem descrever a busca incansável dos editores dos jornais pelo tempo real, fragilizando, muitas vezes, a checagem dos fatos e expondo os profissionais ao erro. Ao fim deste capítulo, o trabalho destaca as pesquisas de Vieira (2014) para fazer uma breve observação sobre a necessidade de reestabelecer o pacto de confiança com o público leitor, através do reconhecimento de erros em um jornal online, em vez de, simplesmente, corrigi-los sem deixar rastros.

O surgimento da prática de *fact-checking* como checagem dos discursos políticos, as possibilidades desta recente atividade, alguns dos métodos existentes e seus prováveis efeitos na política e nos eleitores são os pilares básicos do terceiro capítulo deste trabalho. A partir de exemplos de alguns dos principais *fact-checkings* do mundo – como os estadunidenses *PolitiFact*, *FactCheck.org* e *The Washington Post’s Fact Check*, o argentino *Chequeado.com*, o europeu *FactCheckEU* e outros –, este trabalho pretende traçar os primeiros passos desta nova prática, bem como suas possíveis consequências.

Por se tratar de uma atividade relativamente recente – já que o primeiro blog formalmente constituído com os princípios do *fact-checking*, o *FactCheck.org*, surgiu ainda em 2003 nos Estados Unidos e foi se popularizar apenas nas eleições de 2008 no país – ainda não existem muitas pesquisas que falem sobre a sua eficácia. Esta atividade ainda está sendo estudada e pesquisada por alguns acadêmicos, como o estadunidense Lucas Graves, que é frequentemente citado neste trabalho, pela relevância de seus estudos na área.

Outro tema colocado em questão é a eficácia dos *fact-checkings*, em um subcapítulo da segunda parte do trabalho, chamado “‘Checking’ o *fact-checking*”, um nome que elucida a necessidade de verificar, também, os resultados práticos desta nova atividade, mesmo que as pesquisas existentes sobre o assunto sejam ainda prematuras. Afinal, os políticos param de mentir devido às checagens? Os (e)leitores podem mudar seus votos por conta de verificações nos discursos políticos? E, mais: a posição partidária dos eleitores invalidaria os resultados de checagens realizadas sobre seus candidatos de preferência política? Para investigar a temática, o trabalho levanta as dúvidas do blogueiro e escritor norte-americano Waldman (2011), um crítico que não acredita na relevância do *fact-checking*, e propõe um diálogo com os resultados de duas pesquisas que buscaram compreender a possível eficácia dos blogs de checagem do discurso político: a primeira é conduzida por Nyhan e Reifler (2012) e a segunda por Thorson (2013).

Aqui, é importante ressaltar que a maior parte dos artigos e pesquisas utilizadas para entender o *fact-checking* é oriunda de fora do Brasil, uma vez que não há, ainda, referências bibliográficas nacionais que tratem sobre a nova prática. Por isto, deve-se levar em consideração que os cenários tratados nas pesquisas utilizadas por este trabalho falam, principalmente, de um contexto sociopolítico norte-americano, embora muitos resultados possam ser adequados ao contexto brasileiro.

A interação do público e sua percepção sobre o exercício do *fact-checking* também são abordados. Procura-se destacar, aqui, como os blogs de checagem buscam um pacto de confiança mútua com o leitor, seja através da divulgação do método utilizado na verificação; da inclusão de *hiperlinks* que direcionam o leitor às fontes dos dados utilizados na checagem; ou do espaço dedicado a checagens sugeridas pelos leitores – algo que alguns *fact-checkings* souberam fazer, como o *The Washington Post’s Fact Checker* e o *FactCheckEU*. Através destes exemplos, o trabalho tenta investigar como a internet permite que o jornalista, enquanto *fact-checker*, desloque-se

da função de “dono da verdade” para um profissional que mostra ao leitor possíveis caminhos para descobrir as mentiras ou identificar as verdades, através da exposição de dados. A proximidade entre emissor (jornalista) e receptor (leitor) é destacada aqui, através de exemplos que mostram como o leitor, em muitos blogs de *fact-checking*, passa a ser visto, também, como fonte de apuração.

Uma breve análise sobre o jornalismo de dados é feita para entender como esta competência da profissão jornalística é utilizada no *fact-checking*, que tem como princípio primordial a comprovação dos fatos a partir de dados. Se a internet permitiu a divulgação desenfreada de informações não necessariamente confiáveis, ela também possibilitou ao jornalista o acesso a dados e fontes, com maior velocidade e facilidade. Nesta breve introdução ao jornalismo de dados, baseada, principalmente, nos livros “*The Data Journalism Handbook*” (GRAY, BOUNEGRU & CHAMBERS, 2011) e “*Facts are sacred: the Power of data*” (ROGERS, 2013), é posto em discussão este novo “fazer jornalístico”, em que o profissional constrói suas pautas a partir da interpretação de dados, destacando-os e contextualizando-os para o público.

No quarto capítulo, pretende-se compreender o modelo de um *fact-checking* criado na Argentina em 2010, o *Chequeado.com*, que serviu de inspiração para outros blogs de checagem na América Latina, inclusive no Brasil. A escolha de analisar um *fact-checking* latinoamericano é proposital, para que a discussão não se limite ao cenário norte-americano e aproxime-se, ainda que não completamente, do contexto vivenciado no Brasil. Para tomar conhecimento do modelo de funcionamento do *Chequeado.com*, a autora planeja fazer uma análise das sete seções de checagem que dividem o site – “*Chequeos*”; “*El Explicador*”; “*Mitos y Fraudes*”; “*Chequeador*”; “*Hilando Fino*”; “*Qué fue de...*”; e “*Investigaciones*” –, além de averiguar a frequência com que o site é atualizado, entender seu método de checagem e perceber como ele funciona fora do período de eleições na Argentina. As formas de financiamento de um projeto independente de *fact-checking* também são abordadas neste capítulo, a partir do exemplo do *Chequeado.com*, que se mantém financeiramente através de doações individuais, apoio de empresas e lucros provenientes de atividades próprias.

A experiência de checagem do discurso político durante as eleições de 2014 no Brasil – que compreendia eleições para deputados estaduais e federais, senadores, governadores e presidente da República – também é avaliada neste trabalho, a partir da análise do blog *Preto no Branco*, pertencente ao jornal *O Globo* e pioneiro na prática de *fact-checking* no país. Aqui, contudo, cabe uma ponderação – apesar de ser o primeiro

blog de checagem criado no Brasil, o *Preto no Branco* foi seguido, alguns dias depois, pelo *Truco!*, *fact-checking* criado pela agência de notícias Agência Pública. Contudo, este trabalho limitou-se a analisar o conteúdo do pioneiro na prática, já que a autora acompanhou de perto, como leitora, o trabalho do *Preto no Branco* durante as eleições e teve, através dele, o primeiro contato com o *fact-checking*.

Para a compreensão do modelo escolhido pelo *Preto no Branco*, bem como seu formato de trabalho, a autora pretende analisar todas as checagens realizadas pelo blog desde sua criação, no dia 6 de agosto de 2014, além de fazer um estudo sobre o método escolhido pelo blog brasileiro, em comparação com o de outros *fact-checkings*. O trabalho também põe em questão o critério subjetivo na hora da escolha das falas a serem checadas – um debate permanente entre os *fact-checkers* do mundo inteiro – e, para tanto, é feita uma análise quantitativa das checagens realizadas pelo *Preto no Branco* para cada candidato, além de levantar, proporcionalmente, quantas checagens positivas e negativas foram dadas para cada político checado.

Por fim, o trabalho procura entender os motivos para o *Preto no Branco* ter diminuído significativamente sua produção de checagens após o término das eleições. A autora considera de extrema importância levantar um debate sobre a permanência das checagens do discurso político mesmo em períodos não-eleitorais, já que tudo leva a crer que os políticos não param de mentir depois que são eleitos. Além de analisar todas as checagens realizadas pelo primeiro *fact-checking* brasileiro, este trabalho deve se apoiar, também, em uma entrevista exclusiva realizada no dia 25 de março de 2015 com a criadora e editora do *Preto no Branco*, Cristina Tardáguila, que pode ser encontrada no Apêndice desse trabalho.

2. A checagem fica para depois: velocidade como referência do jornalismo online

Com o advento da internet, os editores de grandes veículos passaram a ter uma obsessão: a velocidade. O mais importante deixa de ser necessariamente informar com verdade – buscando apuração adequada e conteúdo mais abrangente –, para informar cronometricamente antes que o concorrente. Como evidencia Sylvia Moretzsohn, “a velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar à frente’ torna-se mais importante do que ‘dizer a verdade’: a estrutura industrial da empresa jornalística está montada para atender a essa lógica” (MORETZSOHN, 2002: 120).

A lógica do furo também existia antes da internet: os veículos impressos sempre buscaram vantagem sobre seus concorrentes e, se as informações não podiam chegar em “tempo real” aos seus leitores, ao menos garantiam edições extras dos jornais. Mesmo que, por uma limitação tecnológica, as notícias não fossem divulgadas instantaneamente nos jornais impressos, sempre foi importante para o veículo estar um passo a frente do concorrente, seja para dar um furo no dia seguinte ou para mandar um carro de reportagem mais cedo para o local. A diferença é que, se no jornal impresso o repórter tinha um *deadline* – isto é, sabia que horas seria o fechamento do jornal e, portanto, sabia até que horas teria tempo para checar as informações ou aperfeiçoar seu texto –, no jornal online não há esse descanso, “a profissão vive com o fim do *deadline*, ou melhor, o *deadline* contínuo” (BERGONSI, 2014)¹, uma vez que a informação tem que ser transmitida assim que chega aos ouvidos do repórter, que, imediatamente, precisa fornecer *flashes* para o serviço de “tempo real”.

A orientação para o repórter é nunca ficar com informação “parada”: ao receber uma notícia, deve automaticamente repassá-la. O repórter pode ir atrás dos detalhes depois, mas, antes, deve divulgar o material que acabou de receber. É muito frequente, no entanto, que isto [a busca de detalhes e mesmo a checagem] não aconteça. Para se apurar uma notícia é preciso um mínimo de tempo – e, muitas vezes, o volume de *releases*, balanços de empresas e documentos que chegam à mesa do repórter e cuja divulgação tem de ser feita o mais rapidamente possível, não permite a apuração de mais detalhes sobre a notícia divulgada anteriormente. (GOMES *apud* MORETZSOHN, 2002: 132)

Um exemplo deste “consumo da velocidade”, em que a informação perde seu valor em si para atender ao valor do “quem informa mais depressa”, está nas coletivas

¹ BERGONSI, Melissa. A ditadura do tempo real. Observatório da Imprensa, 2014. Disponível em: http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed813_a_ditadura_do_tempo_real/. Acesso: 02/05/2015.

de divulgação de dados para a imprensa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Mensalmente, o instituto divulga a Pesquisa Mensal de Emprego (PME)², em que, dentre outras análises, é informada a taxa de desemprego equivalente ao último mês.

Durante a coletiva, jornalistas de diversos veículos se reúnem ao redor de uma mesma mesa, onde são distribuídos os papéis contendo as informações, virados para baixo, sem que se possa ver nada. Ao lado da mesa, a assessora de imprensa do IBGE faz a contagem regressiva para indicar quando o papel pode ser virado pelos jornalistas – que, nesse momento, já estão em contato com alguém da redação, pelo celular, para passar o número que interessa, o percentual de desocupação do mês anterior. Na contagem regressiva, a assessora informa “cinco segundos, três segundos, podem virar” e, imediatamente, os jornalistas viram os papéis, com grande euforia, e gritam no celular o percentual relevante, para o editor ou outro repórter que esteja na redação. Das redações, alguém acrescenta o dado que faltava a uma matéria pronta desde o dia anterior, para que esta possa ser publicada, de preferência, antes do concorrente.

A corrida pela velocidade existe por si só, para publicar a matéria alguns minutos – ou, quem sabe, segundos – antes de outro veículo. “Se a fonte era a mesma para todas as redes, então não se tratava de uma corrida pela notícia, mas uma corrida pela corrida, uma corrida pela velocidade” (MORETZSOHN, 2002: 135). A informação, nesse caso e em tantos outros, é transmitida a todos os jornalistas ao mesmo tempo, mas persiste o pensamento de que “ganha” o veículo que for mais veloz e que alimente o site em “tempo real”.

O ciberespaço, ou, mais exatamente, o espaço-tempo cibernético, surgirá dessa constatação, cara aos homens de imprensa: a informação só tem valor pela rapidez de sua difusão, ou melhor, a velocidade é a própria informação (VIRILIO *apud* MORETZSOHN, 2002: 125).

O termo “tempo real” tem sido utilizado entre aspas neste trabalho, pois ainda é entendido como uma utopia (MORETZSOHN, 2002). A transmissão em tempo real pode, sim, ser realizada, por meio de vídeos ou áudios disponibilizados ao vivo, recursos utilizados pela televisão e a rádio há muito tempo. Contudo, a análise do repórter – isto é, a veiculação de informações verificadas e contextualizadas – jamais alcançará o fluido tempo real, que deixa de ser “real”, ou instantâneo, no momento em que é traduzido em palavras para informar o público. O que existe é a tentativa de

² Descrição da coletiva de imprensa do IBGE sobre a divulgação da PME, em que esteve presente a autora, realizada no dia 28 de abril de 2015, na sede do IBGE no Rio de Janeiro.

simular a realidade instantânea para passá-la ao espectador o mais próximo possível do tempo real. O problema, porém, é que, com o surgimento do online, as redações não se cansam de buscar o tempo real, mesmo que este seja utópico, e, com isso, fragilizam a apuração, expõem os profissionais ao erro e comprometem a credibilidade do veículo. Pelo medo de “perder” o furo para o concorrente, muitas vezes o jornal lança a notícia sem que esta esteja bem escrita ou, pior, sem que esta tenha sido confirmada. Diante dessas condições, o veículo está cada vez mais sujeito às “barrigas”, que, no jargão jornalístico, significam a “publicação de uma informação falsa, geralmente por desleixo e falta de compromisso maior com o que se noticia”³.

Erros (...) são mais passíveis de acontecer no veículo online porque a pressão imediata sobre o repórter é maior do que no impresso: pensa-se duas vezes antes de dar um telefonema para checar uma informação (...) porque se sabe que a consequência desse cuidado será instantaneamente refletida na tela do assinante, em forma de um “vazio” de notícias. (GOMES *apud* MORETZSOHN, 2002: 132)

Neste cenário de corrida contra o tempo, em que é preciso alimentar o site do jornal com mais notícias que o concorrente, o repórter já não tem tempo para correr atrás das informações e, muitas vezes, é colocado em uma postura de inércia, porque as informações passaram a chegar até ele sem muito esforço através de assessorias de imprensa, agências de notícias conveniadas, redes sociais, etc. Através da tela do computador, o repórter deixou de ser “testemunha ocular” dos fatos para tornar-se um “empacotador de notícias” (FERRARI, 2004: 44).

O exercício de “empacotar” notícias significa, apenas, receber um material produzido por terceiros e transformar o texto para que este se torne palatável em um universo online. A investigação do conteúdo, contudo, afasta-se cada vez mais do repórter, que sai menos às ruas, mantém-se recolhido dentro do espaço fechado das redações. Com essa mudança no processo de produção, o jornalista tornou-se refém de conteúdos alheios e passou a confiar, irresponsavelmente, em informações que não foram produzidas por ele, só foram repassadas. “A urgência surge como justificativa para isentar a imprensa de responsabilidade ou mesmo conivência na divulgação de notícias sem fundamento, atribuindo-se toda a responsabilidade à fonte” (MORETZSOHN, 2002: 146).

³ OTTOBONI, Júlio. Barriga em jornalismo também é ‘business’. Observatório de Imprensa, 2013. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed774_barriga_em_jornalismo_tambem_e_business. Acesso: 05/04/2015.

Em 5 março de 2015, um boato sobre o estado de saúde do ator Jack Nicholson se tornou alvoroço na mídia brasileira – e, por consequência, nas redes sociais. A informação não comprovada de que o ator estaria em estado avançado de Mal de Alzheimer foi divulgada por veículos importantes, como a versão online d’*O Estado de São Paulo*⁴ e o portal *R7*⁵, e se tornou um dos dez assuntos mais comentados no *Twitter*, ao longo daquele dia. Os veículos brasileiros que anunciaram a notícia decidiram confiar na revista americana de fofoca *Star*⁶ – que, segundo pesquisa feita pelo site *Gawker*⁷, ocupa o último lugar no quesito credibilidade entre tabloides nos Estados Unidos, com apenas 12% de publicações verídicas – e ignoraram o fato de nenhum outro veículo americano de relevância ter dado esta notícia.

A matéria do *Estadão* – que foi publicada originalmente às 09h24, mas foi atualizada às 13h, sem que se possa ver quais mudanças foram feitas – escolheu o título “Jack Nicholson enfrenta estágio avançado de Alzheimer, diz revista”, em uma tentativa clara de se eximir da culpa de transmitir uma informação não comprovada, colocando o peso da apuração em outro veículo, mas, pelo medo de ficar “atrás” da concorrência, o jornal brasileiro decidiu publicar a notícia antes de checar sua credibilidade. Apenas ao pé da matéria, o *Estadão* indica que a notícia pode ser um boato, já que Jack Nicholson foi entrevistado quatro dias antes pelo portal norte-americano *TMZ Sports*, após assistir a uma partida de basquete pela liga norte-americana. Contudo, não se sabe se o parágrafo final, que levanta a possibilidade da notícia ser um boato, foi incluído na atualização da matéria, uma vez que não é possível, para o leitor, ter acesso à primeira versão feita pelo jornal às 09h24. Nota-se, portanto, outro problema de credibilidade nos veículos online: em vez de publicar uma “errata” ou “erramos”, como precisaria ser feito em um jornal impresso, os jornais online têm a possibilidade de apenas corrigir a matéria, apagando o erro sem informar ao leitor do acontecido.

Se, por um lado, o jornalismo online tem a vantagem de poder retificar constantemente as notícias equivocadas – já que o jornalismo impresso precisa esperar a

⁴ Jack Nicholson enfrenta estágio avançado de Alzheimer, afirma revista. Estadão. Disponível em: <http://cultura.estadao.com.br/blogs/radar-cultural/jack-nicholson-enfrenta-estagio-avancado-de-alzheimer-afirma-revista/>. Acesso: 02/05/2015

⁵ Jack Nicholson pode estar com Alzheimer, diz revista americana. R7. Disponível em: <http://entretenimento.r7.com/pop/jack-nicholson-pode-estar-com-alzheimer-diz-revista-americana-05032015>. Acesso: 02/05/2015

⁶ EXCLUSIVE: Jack Nicholson retiring due to memory loss. Star Magazine. Disponível em: <http://starmagazine.com/2013/09/04/exclusive-jack-nicholson-retiring-due-to-memory-loss/+&cd=8&hl=pt-BR&ct=clnk&gl=BR>. Acesso: 02/05/2015.

⁷O’CONNOR, Maureen. Wich tabloids lie the most. Gawker, 2010. Disponível em: <http://gawker.com/5638480/which-tabloids-lie-the-most>. Acesso: 02/05/2015

edição do dia seguinte para fazê-lo –, por outro lado, é mais fácil corrigir a informação de matérias na internet sem deixar rastros, seja modificando o texto ou excluindo a notícia. Porém, para Vieira (2014), o reconhecimento dos erros de uma matéria, ao publicar uma errata, pode funcionar como um pacto de confiança com os leitores, além de ser um diferencial em questão de qualidade. “A não admissão do erro ou sua ocorrência deliberada afetam a qualidade e a credibilidade do produto jornalístico junto ao público leitor ou a outros grupos interessados” (VIEIRA, 2014: 63).

Um estudo de Nemeth e Sanders (*apud* VIEIRA, 2014: 25) demonstrou que os erros corrigidos pelo *The New York Times* dobraram entre 1997 e 2007 e, de acordo com os autores, essa seria uma postura ligada à vontade de reforçar a reputação do jornal como justo, equilibrado e mais transparente. Em 2010, o Comitê de Aconselhamento Ético da Associação Canadense de Jornalistas estabeleceu práticas para precisão de informações e retificação em sites que podem ser resumidas em três princípios: a) “Conteúdo digital publicado é parte do registro histórico e não deve ser apagado”; b) “Se errar ou se novos fatos relevantes surgirem, devem ser publicadas correções e/ou atualizar com as novas informações”; c) “A transparência exige que sejamos claros com o público sobre as mudanças que foram feitas para corrigir/alterar/atualizar o conteúdo digital” (*apud* VIEIRA, 2014: 25).

Reestabelecer o pacto de confiança com o leitor é algo essencial neste momento, em que há muita desconfiança diante do que se publica na internet. De acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015⁸, 48% dos brasileiros estão conectados à internet e 67% usam a rede para buscar notícias, contudo, respectivamente, 71%, 69% e 67% dos entrevistados disseram confiar pouco ou nada nas notícias veiculadas nas redes sociais, blogs e sites. Com a internet, o poder de mediação das notícias já não é exclusivo do jornalista profissional, isto é, a rede abre possibilidades para que qualquer internauta publique informações e interpretações, que correm o risco de serem confundidas com a atividade jornalística, mesmo que, muitas vezes, não abriguem o que há – ou deveria haver – de mais importante na profissão – a pesquisa, a análise, a investigação, a apuração, a credibilidade.

⁸ Pesquisa Brasileira de Mídia 2015: Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira. Secretaria de Comunicação. Disponível em: <http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>. Acesso: 02/05/2015.

3. *Fact-checking*, o exercício de checagem no discurso político

Na internet, a tarefa de distinguir informações verdadeiras das falsas é um desafio cada vez maior, para leitores e jornalistas. A instantaneidade do meio virtual, bem como sua potência em oferecer a todo internauta o direito de voz, podem gerar um grande número de “boatos eletrônicos”. Em redes sociais, como o *Facebook* e o *Twitter*, há grande compartilhamento de informações falsas ou descontextualizadas, que acabam alcançando os internautas mais crédulos, que, por excesso de confiança, decidem não verificar as fontes. Nas eleições presidenciais de 2014 no Brasil, por exemplo, foi intensa a circulação de notícias irreais, que acusavam os, então, candidatos à presidência da República – como uma imagem com uma suposta fala do candidato tucano Aécio Neves de que não precisava de voto de professores da rede pública, ou a morte fictícia, na véspera das eleições, do doleiro Alberto Youssef, que teria denunciado a presidente petista Dilma Rousseff e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva em um escândalo de desvio de dinheiro da Petrobrás, segundo a revista *Veja*⁹.

Apesar da grande quantidade de notícias infundadas em tempos de compartilhamentos virtuais desenfreados, a internet pode, ao mesmo tempo, ser uma importante aliada à tarefa de verificar informações. Como disse o artigo publicado na versão online do jornal *The Washington Post*:

O jornalismo tradicional permitia que políticos fizessem declarações sem que houvesse apuração, em parte porque antes da explosão dos recursos da internet era difícil verificar com rapidez o que dizia um orador, rastrear relatórios do governo ou encontrar os livros certos. Agora, transcrições instantâneas, vídeos e documentos do governo estão disponíveis online. (KESSLER, 2014)¹⁰

Tudo leva a crer que foi na tentativa de suprir a demanda por notícias confiáveis que surgiu a prática do *fact-checking*, isto é, checagem de fatos. O *fact-checking* – exercício, majoritariamente, realizado por jornalistas que, ao exercerem essa função, são

⁹ BONIN, Robson. Dilma e Lula sabiam de tudo, diz Alberto Youssef. *Veja*, 2014. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/dilma-e-lula-sabiam-de-tudo-diz-alberto-youssef-a-pf/>. Acesso: 14/06/2015.

¹⁰ KESSLER, Glenn. The global boom of political fact checking. *The Washington Post*, 2014. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking/>. Acesso: 15/03/2015. Livre tradução da autora. “Traditional news journalism would allow politicians to make claims or statements without much scrutiny, in part because, before the explosion of information resources on the Internet, it was difficult to quickly verify what the speaker said, track down government reports, or find the right books. Now, instant transcripts or videos are available and government documents and books are on online. As some fact checking organizations have demonstrated, readers themselves can participate and contribute to the debate.”

chamados de *fact-checkers* – dedica-se a checar pronunciamentos de autoridades públicas, verificando sua autenticidade, com o objetivo final de levar essa informação ao público. Mais do que apenas apontar se a declaração é baseada em fatos verdadeiros ou não, os *fact-checkings* expõem a análise feita, bem como os dados utilizados para chegar a tal conclusão. O foco da checagem é a compilação de discursos com conteúdo político, os *fact-checkings* não trabalham em cima de opiniões das autoridades. No site de um dos mais confiáveis *fact-checkings* americanos, o *PolitiFact*, há uma breve explicação sobre esta recente prática:

Serve como um observatório político imparcial, que classifica a verdade de autoridades ou vozes irreverentes que estejam envolvidas em política ou políticas públicas, e ajuda a manter os meios de comunicação responsáveis por questões de ordem pública, que se tornam parte da conversa política nacional.¹¹

O número de *fact-checkings* no mundo cresceu 32,6% em comparação ao ano passado. A informação é do site *Duke Reporters' Lab*¹², da Universidade de Duke, na Carolina do Norte, que informa que há 95 *fact-checkings* em funcionamento no mundo hoje, sendo 39 na Europa, 35 na América do Norte e Central, seis na América do Sul – dois deles no Brasil, o *Truco!*, da agência de notícias Agência Pública, e o *Preto no Branco*, do jornal *O Globo* –, seis na Oceania, seis na Ásia e três na África. A explicação para o “boom” do *fact-checking*, segundo Brooks Jackson, criador do *FactCheck.org*, está ligada ao fluxo intenso de informação, na era da internet.

Até pouco tempo atrás, não havia internet, não havia canais de TV 24 horas, *Twitter*, nem redes sociais. As pessoas recebiam informações filtradas pelos meios de comunicação, que trabalhavam como guardiões, detentores da notícia. Agora as pessoas são bombardeadas por informação. Quem nunca recebeu um e-mail dizendo que (Barack) Obama nasceu no Quênia? Ou que o 11 de Setembro foi obra de George W. Bush? E é aí que a imprensa precisa se reinventar, virar uma espécie de filtro para tantas histórias descabeladas. O jornalista é o árbitro. (BROOKS, 2014)¹³

¹¹ Advertise with us. PolitiFact. PolitiFact. Disponível em:

<http://www.politifact.com/advertise/>. Acesso: 16/03/2015. Livre tradução da autora. “(It) Serves as an impartial online political news watchdog that sorts out the truth in an authoritative, sometimes irreverent voice for people passionate about politics and public policy. It helps to hold key players in government and the media accountable by addressing issues of public policy that become part of the national political conversation”.

¹² Fact-checking. Duke Reporters' Lab. Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso: 02/05/2015.

¹³ JACKSON, Brooks. Palestra realizada no encontro #LatamChequea, entre 6 e 8 de novembro, em Buenos Aires. Transcrição do blog Preto no Branco. O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/11/16/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.asp>. Acesso: 02/05/2015.

De acordo com a pesquisa de GRAVES (2013), acadêmico da Universidade Columbia, o primeiro *fact-checking* em jornais teria surgido em um artigo de 27 de agosto de 1985 do jornal *The Washington Post*. No artigo, intitulado “*Reagan confused on South African changes*” (“Reagan confuso com mudanças na África do Sul”), o então correspondente em Johannesburg Glenn Frankel checou informações sobre o discurso feito pelo presidente americano da época, Ronald Reagan, sobre o *apartheid* na África do Sul. Para cada uma das quatro “mudanças substanciais” citadas por Reagan em uma entrevista de rádio, concedida um dia antes da publicação do artigo no *The Washington Post*, Frankel sinalizou “*The president is correct, however...*” (“O presidente está correto, no entanto...”); “*The president erred on both counts*” (“O presidente errou em ambas as contagens”); “*The president is incorrect*” (“O presidente está equivocado”); e “*The president is correct*” (“O presidente está certo”). As sinalizações de Frankel foram acompanhadas de explicações detalhadas sobre os motivos das imprecisões do presidente ou de seu acerto, no caso em que estava correto – aos moldes de como os *fact-checkings* são realizados hoje em dia.



Formalmente, porém, o pioneiro no exercício de *fact-checking* com a configuração de nova prática profissional foi o jornalista americano Brooks Jackson,

que hoje é diretor do site *FactCheck.org*, nos Estados Unidos. Em 1991, Jackson foi contratado pela *CNN* para checar cliques das propagandas televisivas dos candidatos à presidência dos Estados Unidos, o republicano George H. W. Bush e o democrata Bill Clinton, e taxá-los como verdadeiros ou falsos. O projeto foi batizado de *ad police* (algo como “polícia de anúncios eleitorais”) e se expandiu para a checagem dos debates entre os candidatos, que anteciparam as eleições presidenciais de 1992 no país.

A iniciativa de Jackson foi bem recebida pelo público americano e arrancou elogios da editoria de jornalismo político da *CNN*, mas, no ano seguinte às eleições, foi abandonada (MYERS in MC BRIDE & ROSENSTIEL, 2014: 64). Em 2003, Jackson foi contratado pela *Anneberg Public Policy Center* (APPC), um centro de estudo de políticas públicas americanas da Universidade da Pensilvânia, localizada em Washington. Lá, o jornalista criou o *FactCheck.org*, primeiro site dedicado exclusivamente à checagem de discurso, que estourou durante as eleições presidenciais de 2004, entre o democrata John Kerry e o republicano George W. Bush, o filho. Em um artigo que inaugurou o *FactCheck.org*, escrito em dezembro de 2003, Jackson explica os objetivos do projeto.

Nossa intenção não é descobrir a verdade – isso é um trabalho para filósofos e teólogos. O que nós podemos fazer é classificar os discursos e afirmações dos presidencialistas, até o dia das eleições, usando as melhores técnicas de jornalismo. Eu não posso pensar em um trabalho melhor para um jornalista do que fazer com que os políticos se responsabilizem pelo que dizem – independentemente do partido ou filosofia política. Como o falecido senador Daniel Patrick Moynihan dizia: ‘Toda pessoa tem direito à sua própria opinião – mas não a ter seus próprios fatos’. (JACKSON, 2003)¹⁴

3.1. “Termômetros” para medir a verdade

Em 2007, o jornalista Bill Aldair criou o site *PolitiFact*, pertencente ao jornal *Tampa Bay Times* e que logo se tornou tão relevante quanto o *FactCheck.org*, nos

¹⁴ JACKSON, Brooks. Is this a great job, or what?. *FactCheck.org*. Disponível em: <http://www.factcheck.org/2003/12/is-this-a-great-job-or-what/>. Acesso: 14/03/2015. Livre tradução da autora. “Our goal here can’t be to find truth — that’s a job for philosophers and theologians. What we can do here is sort through the factual claims being made between now and election day, using the best techniques of journalism and scholarship. And I can think of no better job for a journalist than holding politicians accountable for getting the facts right, regardless of their party or political philosophy. As the late Sen. Daniel Patrick Moynihan was fond of saying, “Everyone is entitled to their own opinion — but not their own facts.”

Estados Unidos. A novidade lançada pelo *fact-checking* de Aldair foi a criação de termômetros e medidores de mentira, uma forma de sinalizar o discurso verificado, o que ajudou a popularizar a checagem. A partir da verificação dos fatos, o *PolitiFact* os classifica como: 1) “*True*” (“Verdadeiro”), que ilustra uma declaração precisa, que não deixou nada de significativo de lado; 2) “*Mostly True*” (“Quase Verdadeiro”), em que a declaração é precisa, mas necessita de esclarecimentos ou informações adicionais; 3) “*Half True*” (“Metade Verdadeiro”), em que a declaração é parcialmente precisa, mas deixa de lado detalhes importantes ou descontextualiza alguns fatos; 4) “*Mostly False*” (“Quase Falsa”), em que a declaração contém elementos verdadeiros, mas ignora fatos importantes que dariam uma impressão diferente; 5) “*False*” (“Falsa”); em que a declaração não condiz com a realidade; 6) “*Pants on Fire*” (“Calças em Chamas”), uma referência à expressão, geralmente utilizada por crianças, “*Liar, Liar, Pants on Fire!*”¹⁵, que seria quando uma declaração é tão mentirosa que alcança o ridículo. Acompanhado dessas análises está um medidor, chamado *Truth-O-Meter*, que ilustra, através de uma balança, os níveis da classificação.



Em janeiro de 2009, o *PolitiFact* lançou outra ferramenta que se popularizou: o *Obameter*, que monitora as mais de 500 promessas feitas pelo presidente Barack Obama durante a campanha presidencial em 2008 e, mais recentemente, em 2012. O *Obameter* é dividido em seis categorias: 1) “*Promise Kept*” (“Promessa Cumprida”), quando a promessa original é cumprida em grande parte ou integralmente; 2) “*Compromise*” (“Compromisso”), quando a promessa é cumprida de forma menos consistente que a

¹⁵ Definição: Liar Liar Pants on Fire!. Urban Dictionary. Disponível em: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Liar+Liar+Pants+On+Fire>. Acesso: 28/06/2015.

promessa original, mas ainda há uma realização significativa; 3) “*Promise Broken*” (“Promessa Quebrada”), quando a promessa não foi cumprida, seja por falta de ação do Executivo ou falta de apoio, tanto do poder Legislativo quanto de outro grupo fundamental para a sua realização; 4) “*Stalled*” (“Estagnada”), quando a promessa não avança, seja por limitações financeiras, oposição no Congresso ou mudança nas prioridades; 5) “*In the Works*” (“Em andamento”), quando a promessa já foi proposta ou está sendo considerada; e 6) “*Not Yet Rated*” (“Ainda não foi avaliada”), nível que abrange todas as promessas no início, até que a equipe do *PolitiFact* note evidências de progresso ou provas de que foi paralisada.

Além do *Truth-O-Meter* e do *Obameter*, o site *PolitiFact* também apresenta outro termômetro, o *Flip-O-Meter*, que faz avaliações quando um candidato é “acusado” de mudar de ideia. Para esse termômetro, são utilizadas as categorias: 1) “*No Flip*” (“Sem Mudanças”); quando o candidato não apresenta mudança substancial de posição e tem sido consistente; 2) “*Half Flip*” (“Algumas Mudanças”), quando o candidato apresenta mudança parcial de posição ou declarações inconsistentes; e 3) “*Full Flop*” (“Mudança Completa”), quando o candidato apresenta mudança radical de posição. De acordo com o site:

Nós não estamos fazendo julgamento de valor sobre candidatos que mudam de opinião. Algumas pessoas dizem que isso indica falta princípios, outras acreditam que faz parte do pragmatismo político. Do mesmo modo que fizemos com o *Truth-O-Meter*, nosso objetivo é oferecer uma ferramenta útil para que o eleitor esteja bem informado quando votar.¹⁶

O *PolitiFact*, contudo, não é o único que utiliza um sistema interativo de símbolos para facilitar o entendimento dos leitores. O *The Washington Post’s Fact Checker*, blog criado, em 2007 pelo jornal norte-americano *The Washington Post*, para cobrir as eleições presidenciais do ano seguinte nos Estados Unidos e que adquiriu permanência no site do jornal a partir de 2011, ilustra suas checagens com uma escala de um a quatro “Pinóquios” – o boneco de madeira da literatura italiana que ficou famoso por ver o nariz crescer ao contar uma mentira – ou com o *The Geppetto Checkmark*, símbolo de aprovação do carpinteiro Gepeto, personagem do mesmo objeto

¹⁶ About PolitiFact. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/about/>. Acesso: 14/03/2015. Livre tradução da autora. “We are not making a value judgment about flip-flopping. Some people say it shows inconsistent principles and lack of backbone. Others say it's just pragmatism and willingness to compromise. As we did with the Truth-O-Meter, our goal with the Flip-O-Meter is to provide you with a helpful tool so you can make a more informed decision when you vote.”

literário, quando a declaração trata-se de uma verdade absoluta. No Chile, a ONG *Ciudadano Inteligente* lançou, em 2012, o site “*Del Dicho Al Hecho*”¹⁷ (em português, “Do Dito ao Feito”) para medir o cumprimento das promessas feitas pela presidente chilena Michele Bachelet. Para isso, também utiliza termômetros que indicam a porcentagem das promessas que já foram cumpridas e três símbolos, que representam 1) “*Promesa Completa*” (“Promessa Completa”); 2) *Promesa Incompleta* (“Promessa em andamento”); e 3) “*Sin Progreso*” (“Sem progresso”). O *fact-checking* do Egito, *MorsiMeter*¹⁸, criado em 2012 para verificar as 64 promessas feitas pelo presidente Mohammed Morsi em seus 100 primeiros dias de mandato, utilizou um sistema de metragem semelhante ao exemplo chileno, separando as promessas em temas: Segurança, Transporte, Alimentação, Limpeza e Combustível.

No entanto, há controvérsias sobre a utilização desses termômetros ou sinalizadores. Durante o Primeiro Encontro Regional da Rede Global de *Fact-Checkers* (Latam Chequea)¹⁹, que aconteceu entre 6 e 8 de novembro de 2014 em Buenos Aires, Brooks Jackson, criador do *FactCheck.org*, disse que esses artificios “facilitadores” para o entendimento de checagens poderiam causar a impressão de que se trata de um assunto banal, simples demais, e que sinalizar “níveis” de verdade através de símbolos poderia causar erros de interpretação. Algumas palestras do Latam Chequea foram transcritas pelo *fact-checking* brasileiro *Truco!*, que esteve presente no evento, inclusive a palestra em que Jackson falou sobre o tema:

Classificações para frases são inerentemente subjetivas. E há um problema que você não pode evitar: se você tiver cinco categorias, haverá algumas frases que simplesmente não vão caber nessas categorias. O que fazer no caso de uma declaração que é literalmente verdadeira, mas o sentido é totalmente enganoso? (BROOKS, 2014)²⁰

O criador do *PolitiFact*, Bill Aldair, em contrapartida, é um grande defensor dos símbolos que popularizam a checagem de fatos – afinal, seu site é pioneiro em investir nessa ferramenta. Para Aldair, que também participou do Latam Chequea, onde falou sobre o assunto, a categorização da checagem permite que a informação seja percebida por um maior número de pessoas:

¹⁷ Del Dicho al Hecho. Disponível em: <http://deldichoalhecho.cl/>. Acesso 28/06/2015.

¹⁸ MorsiMeter. Disponível em: <http://morsimeter.com/en>. Acesso: 18/06/2015.

¹⁹ Latam Chequea: el primer evento regional de fact-checking del mundo. La Nacion, 2014. Disponível em: <http://blogs.lanacion.com.ar/data/data-eventos/latam-chequea-el-primer-evento-regional-de-fact-checking-del-mundo/>. Acesso: 28/06/2015.

²⁰ Brooks Jackson. Transcrição de trechos do encontro Latam Chequea. Agência Pública, 2014. Disponível em: <http://apublica.org/2014/11/um-turbilhao-de-trucos/>. Acesso: 14/03/2015.

Classificações são uma coisa positiva porque elas não substituem o jornalismo aprofundado, mas resumem o tema de uma maneira que ajuda o leitor. Pessoas que não leriam textos de 20 centímetros de comprimento vão dar uma olhada no seu termômetro. (ALDAIR, 2014)²¹

Em 2014, foi realizado um estudo nos Estados Unidos para entender a eficácia dos dois formatos – aquele que faz checagens apenas analisando e contextualizando o discurso, como o *FactCheck.org*, e o que, além da contextualização, utiliza escalas, símbolos ou termômetros para a compreensão das checagens, como faz o *PolitiFact*. O estudo resultou em um artigo (AMAZEEN, THORSON, MUDDIMAN & GRAVES, 2015) que concluiu que os dois formatos de *fact-checking* foram igualmente bem-sucedidos em ajudar os participantes na compreensão da veracidade de um discurso político. Contudo, o artigo mostrou que, a maioria dos participantes (56%) afirmou preferir *fact-checkings* que utilizam escalas ou termômetros. Essa escolha, segundo a pesquisa, não seria determinada por fatores demográficos (idade, sexo, raça, educação), políticos (identificação partidária, ideologia política, interesses políticos) ou psicológicos (necessidades cognitivas), mas poderia ser influenciada por preferências conservadoras dos participantes que escolheram as checagens feitas apenas com contextualização, sem a utilização de escalas ou “termômetros”. Apesar de não demonstrar evidências de que o formato influencia na compreensão de uma checagem, o estudo aponta uma vantagem para a existência de ambos os formatos, nos Estados Unidos: as pessoas podem escolher qual tipo de checagem preferem ler.

Esta possibilidade de escolha sugere que o momento atual do *fact-checking* – onde as pessoas são capazes de escolher entre organizações como *FactCheck.org* e *PolitiFact* – pode ser o cenário ideal para maximizar a confiança nas instituições de checagem. Em uma época de exacerbada polarização política, a multiplicidade de *fact-checkings*, com diferentes formatos de verificação, pode servir para atenuar algumas reputações negativas. (AMAZEEN, THORSON, MUDDIMAN & GRAVES, 2015: 18)²²

²¹ Bill Aldair. Transcrição de trechos do encontro Latam Chequea. Agência Pública, 2014. Disponível em: <http://apublica.org/2014/11/um-turbilhao-de-trucos/>. Acesso: 14/03/2015.

²² Livre tradução da autora. “This benefit of choice suggests that the current state of fact-checking—where people are able to choose between organizations like FactCheck.org and PolitiFact—may be the ideal scenario for maximizing trust in fact-checking institutions. However, the other side of the coin is that people who are not able to choose the format are less favorable toward the fact-checking organization.(...) In an era of heightened political polarization, the multitude of fact-checking organizations with varying correction formats may serve to mitigate some of the reputational negativity.”

3.2. A divulgação do método e o pacto de confiança com o leitor

Divulgar o método utilizado para as checagens no site não é apenas uma decisão para aliviar a curiosidade dos leitores, mas parece ser um exercício de confiança mútua, princípio básico do *fact-checking*. É como se os sites dissessem: “eu, jornalista, fiz esse caminho para alcançar a checagem, mas você, leitor, também pode fazê-lo e alcançar o mesmo resultado”. De modo geral, as checagens de discurso nos mais variados sites de *fact-checking* seguem um caminho parecido – escolher um discurso que seja relevante em escala pública, especialmente na área política; checar fontes diversas, começando pela fonte original, isto é, pela pessoa que fez a declaração; verificar dados e informações, em sites abertos ao público ou em bancos de dados pagos; contextualizar a situação, a partir de declarações de especialistas na área; e qualificar a declaração, de acordo com o resultado alcançado através da comparação de dados.

No caso do *PolitiFact*, há uma página em seu site chamada “7 steps to better fact-checking” (“Sete passos para checar melhor”), onde a intenção é apresentar “uma versão adaptada de verificação para ser usado em qualquer tipo de checagem jornalística de fatos”²³. De acordo com o *fact-checking* americano, a checagem deveria seguir sete passos. O primeiro passo seria buscar evidências com a pessoa que fez a declaração. Por mais que seja algo “básico”, como diz o site, é o melhor caminho: primeiro, porque a pessoa que deu a informação pode explicar qual foi sua intenção com a declaração e, segundo, “é justiça básica avisar a alguém que você está fazendo um *fact-checking* de sua declaração, para que a pessoa possa apresentar a sua versão da história”²⁴.

Posteriormente, o segundo passo seria procurar o que outros *fact-checkers* acharam antes. Segundo a página do *PolitiFact*, é comum que outra pessoa já tenha procurado ou escrito sobre o que você está investigando – ou, pelo menos, algo similar. Nesse tópico, o site explica que, para a realização de cada checagem, verifica seu arquivo com mais oito mil checagens, além de “dar uma olhada no trabalho de nossos amigos no *Factcheck.org*, *The Washington Post’s Fact Checker*, *Snope* e outros sites

²³ 7 steps to better fact-checking. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>. Acesso: 02/05/2015. Livre tradução da autora. “Here, then, is an adapted version of our checklist for use with any type of journalistic fact-checking”.

²⁴ 7 steps to better fact-checking. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>. Acesso: 02/05/2015. Livre tradução da autora. “It’s basic fairness to tell someone you’re fact-checking them, so they can give their side of the story”.

fact-checkings”²⁵, para descobrir o que a concorrência encontrou e, então, verificar as evidências por eles mesmos – sempre dando os créditos adequadamente, informa. O terceiro passo, segundo o site, seria procurar no *Google*. Aqui, o site explica que o algoritmo do *Google* é poderoso e indica fazer uma “busca avançada”, disponível nas configurações do *Google*, para buscar em sites e períodos específicos. “Procure usando o máximo de combinações diferentes que você puder”²⁶, sugere o *PolitiFact*.

O quarto passo sugere uma ação mais específica: procurar na “*Deep Web*”, isto é, áreas da internet que não estão abertas para “pesquisas superficiais” e que incluem bancos de dados importantes. De acordo com *PolitiFact*, eles utilizam bancos de dados pagos, como o *Lexis Nexis*, o *CQ* e o *Critical Mention*, para procurar votos no Congresso, comentários públicos e notícias de tempos atrás, e o gratuito *Wayback Machine*, um arquivo virtual para encontrar informações mais antigas.

Para o quinto passo, o *PolitiFact* sugere que o jornalista procure especialistas com diferentes pontos de vista, que possam contextualizar o assunto e explicar importantes tópicos a serem abordados.

Na política, (...) muitas vezes nós reduzimos os problemas em dois pontos de vista. Mas o mundo é mais complicado do que isso, e você deve olhar por mais de dois lados para qualquer controvérsia ou questão específica. Os especialistas podem ajudá-lo a mover-se para além de pontos de vista em “preto-e-branco”, para retratar a complexidade de um tema.²⁷

O sexto e penúltimo passo pode parecer mais tradicional para alguns internautas: checar em alguns livros. No entanto, o *PolitiFact* explica que, mesmo que não haja tempo para ler um livro inteiro, o jornalista pode procurar, na internet, autores de bons livros que possam conceder entrevistas. O site também dá dicas sobre ferramentas usadas na *Amazon*, como o “*search inside the book*” (“busque dentro dos livros”), que

²⁵ 7 steps to better fact checking. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>. Acesso: 15/03/2015. Livre tradução da autora. “We also look at the work of our friends at Factcheck.org, TheWashington Post’s Fact Checker, Snopes and others fact-checking sites - and we credit appropriately.”

²⁶ 7 steps to better fact checking. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>. Acesso: 15/03/2015. Livre tradução da autora. “Search using as many different combinations as you can”.

²⁷ 7 steps to better fact checking. PolitiFact. Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checking/>. Livre tradução da autora. “In politics, because we have a two-party system, we often reduce issues to two sides. But the world is more complicated than that, and you should look for *more* than two sides to any specific controversy or issue. Experts can really help you move beyond black-and-white views of issues to portray a spectrum of complexity.”

fornece prévia de citações e explicações do livro, e indica que o jornalista faça *download* de *e-books* gratuitos.

Por fim, o sétimo passo indaga o jornalista: “*Anything else?*” (“Mais alguma coisa?”). Após passar por esse processo de *fact-checking*, o jornalista, provavelmente, vai saber muito mais sobre o tópico que está investigando e é nesse momento, segundo o *PolitiFact*, que deve fazer uma pausa e se perguntar: “O que mais eu ainda não procurei?”, “Com quem eu ainda posso falar?”, “Que outro ângulo eu devo considerar?”. De acordo com o site, essa “pausa” para pensar o processo pode abrir portas para uma importante informação que faltava para garantir o sucesso no *fact-checking*.

Já o *fact-checking* ucraniano *StopFake* não se limita a dicas de como verificar discursos políticos, mas também em como “desmascarar” fotos enganosas, por exemplo. Em sua página na Web, há uma aba chamada “*How to identify a fake*” (“Como identificar uma mentira”), onde o site explica ao usuário como identificar imagens que tenham sido manipuladas digitalmente. “Este é um tipo popular de boato na internet, mas é também mais fácil de ser desmascarado. Usando a Internet, é possível reconhecer a credibilidade de uma foto em questão de segundos”²⁸, diz o site.

Para exemplificar, o *Stop Fake* mostra uma foto, alterada digitalmente, de uma cidade do leste da Ucrânia, Donetsk, em chamas, e mostra o passo a passo de como identificar se a foto é verdadeira. Para aqueles que usam o navegador *Google Chrome*, explica o site, basta clicar com o botão direito do mouse e selecionar a opção “Pesquisar esta imagem no Google”. Se o usuário usar um navegador diferente, existe a opção de instalar um plug-in especial – e, aqui, o site sugere o plug-in “*Who Stole My Pictures*” que, depois de instalado, fornece a mesma função que o navegador *Google Chrome*.

Com este método, você pode examinar dois aspectos muito importantes. Primeiro, se a imagem é original ou se foi modificada em um *software* de edição de fotos. No nosso exemplo, é evidente que a imagem tenha sido modificada para incluir chamas, para parecer que a cidade acabou de ser bombardeada. O segundo aspecto que deve ser verificado é a data da imagem da publicação. Assim, você pode ver se alguém está tentando retratar os acontecimentos da guerra na Síria como os da Ucrânia.²⁹

²⁸ How to identify a fake. StopFake. Disponível em: <http://www.stopfake.org/en/how-to-identity-a-fake/>. Acesso: 02/05/2015. Livre tradução da autora. “This is a more popular type of fake, but also it is easier to dispel. Using the Internet, it is usually possible to establish the credibility of any photo within a matter of seconds.”

²⁹ How to identify a fake. StopFake. Disponível em: <http://www.stopfake.org/en/how-to-identity-a-fake/>. Acesso: 09/05/2015. Livre tradução da autora. “As a result of this method you can examine two very important aspects. The first is whether the image is original, or if has been subject to photo-editing

A partir destes passos básicos, segundo o site, o usuário pode verificar se aquela imagem já tinha sido publicada anteriormente sem alterações em programas de edição de imagem, bem como descobrir se a foto está descontextualizada – isto é, se passa em outro local ou é de um período anterior.

3.2.1. A participação do público: uma ferramenta essencialmente virtual

A essência do *fact-checking* exige que esta seja uma ferramenta do meio virtual, principalmente, pois depende da participação e interação do público – e mais, de sua confiança. O *fact-checker* não é o “dono de uma verdade irrefutável”, como muitas vezes se acha o jornalista tradicional, mas o profissional que mostra ao leitor o caminho para descobrir as mentiras ou identificar as verdades. Um exemplo de como o meio virtual é mais capacitado para abarcar o *fact-checking* é a frequente inclusão de *hiperlinks* no texto, que irão “transferir” o leitor para páginas que apresentam os dados oficiais que embasaram a checagem. Graças à utilização de *hiperlinks*, o leitor pode ter acesso, em poucos segundos, a todo o conteúdo informativo utilizado pelo *fact-checker* para comprovar suas verificações. É criada uma nova proposta de repasse de informação. Com o *fact-checking*, já não é suficiente que o repórter transfira a responsabilidade de uma informação incorreta a um entrevistado, como acontece em meios tradicionais, onde o jornalista se isenta da culpa ao utilizar frases como “segundo o entrevistado...”, “de acordo com o que disse o ministro...”, “como informou a assessoria...”. É preciso apurar e, principalmente, passar essa apuração para o leitor e criar um laço de confiança com o mesmo.

Qual é a graça do *fact-checking*? Eu, jornalista, ponho aquilo lá, mas se você, leitor, está duvidando de mim, você também vai fazer o mesmo caminho e vai chegar à mesma conclusão que eu. Isso não dá no papel. O leitor vai ter que engolir de novo aquela informação que o repórter está dando como verdadeira. (...) do *fact-checking* está em “não duvide de mim, venha comigo e você vai chegar à mesma conclusão se você clicar em todos os lugares que eu cliquei”. É uma posição diferente do repórter. (...) O leitor vem de mão dada com o repórter e chega à conclusão junto com ele. É de internet mesmo. (TARDÁGUILA, 2015)³⁰

software. In our example it is evident that the image has been modified to include enlarged flames, so as to depict a post-bombardment City of Donetsk. The second aspect is the image’s date of publishing, and its true subject matter. For example, you can see whether someone is trying to portray the war events in Syria as those of Ukraine.”

³⁰ Entrevista concedida à autora em 25 de março de 2015.

Com a internet, a relação entre emissor (jornalista) e receptor (leitor) tornou-se mais próxima e democrática, além de ter se tornado uma via de mão dupla – o leitor, agora, é também fonte de informação. Cristina Tardáguila, editora do jornal *O Globo* e criadora do primeiro blog de *fact-checking* brasileiro, o *Preto no Branco*, ilustra essa afirmação com um acontecimento durante a cobertura das eleições presidenciais no Brasil, em 2014. Segundo ela, um dos erros cometidos pelo *Preto no Branco*, e corrigido em uma errata, foi percebido após comentários feitos no *blog*, isto é, devido à participação do público.

No dia 19 de outubro de 2014, o *Preto no Branco* uma checagem sobre a fala da presidente e candidata à reeleição Dilma Rousseff, durante um debate presidencial transmitido pelo canal de televisão Record. A presidente recebeu do blog a etiqueta “Falso”³¹ após afirmar que não havia delegacias civis em 410 municípios mineiros, o que contrariava a lista oficial fornecida no site da Polícia Civil em Minas Gerais, que indicava que o número de municípios sem delegacia era muito menor. Minutos depois da checagem, o blog recebeu comentários de moradores do interior do estado de Minas Gerais, dizendo que em seus municípios não havia delegacias, ao contrário do que informava o site da Polícia Civil. Segundo Tardáguila, como o debate presidencial foi transmitido à noite e a checagem era simultânea, não foi possível consultar diretamente a Polícia Civil, que já estava fechada, e por isso o site do órgão foi consultado – mas estava desatualizado. “É óbvio que quem mais sabe sobre o que está acontecendo, se tem delegacia ou não no interior de Minas Gerais, é quem mora ali. O comentário das pessoas fez com que a gente voltasse atrás. A gente consertou a checagem por conta disso” (TARDÁGUILA, 2015).

Embora o *fact-checking* brasileiro *Preto no Branco* ainda não o faça, boa parte dos sites de *fact-checking* oferece espaço específico em seu site para que leitores contribuam com as checagens. O *The Washington Post’s Fact-Checker*, por exemplo, oferece um formulário ao fim de cada checagem, convidando o leitor para contribuir para próximas verificações. “Ajude o Fact-Checker a encontrar declarações, discursos, citações e dados que não foram verificados ainda. Sinalize-os para que possamos

³¹ Dilma e Delegacias em MG. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/10/19/dilma-delegacias-em-mg-552739.asp>. Acesso: 18/04/2015

verificá-los preenchendo este formulário”³², diz a página “*Fact check this*” (“Cheque isso”), do *The Washington Post’s Fact Checker*. Nela, o leitor precisa escrever a declaração que merece ser checada, indicar a data da mesma e apontar qual autoridade que a disse, podendo complementar com um *link* para um vídeo do momento em que essa declaração foi feita.

O sucesso deste projeto depende, em grande parte, do seu envolvimento – o leitor. Contamos com nossos leitores para enviar sugestões de temas que merecem ser verificados e dicas de falsas declarações de candidatos políticos, grupos de interesse e meios de comunicação. Os leitores podem, inclusive, votar em quais tópicos devem ser abordados. Uma vez que tenhamos postado um artigo sobre um assunto, nós convidamos seus comentários e contribuições.³³

O belga *FactCheckEU*, que faz monitoramento dos discursos políticos na União Europeia, também tem uma maneira interativa de abrir espaço para a participação do público. Em seu site, há uma página chamada “*You factcheck*” (“Você checa o fato”) onde o leitor se vê convidado a participar das checagens de quatro formas diferentes: 1) “Sente-se inspirado? Cheque você mesmo uma declaração: inclua links para fontes oficiais”; 2) “Sente-se poliglota? Traduza uma declaração e faça com que ela fique disponível em outros idiomas”; 3) “Sente-se preguiçoso? Vote em uma declaração: escolha de ‘*True*’ (‘Verdade’) a ‘*Insane whopper*’ (‘Grande mentira’)”; 4) Sente-se intelectual? Deparou-se com uma declaração em uma de suas leituras? Poste você mesmo”.³⁴

A página expõe declarações de personalidades políticas que ainda não foram verificadas pela equipe do *FactCheckEU*, oferecendo ao usuário a possibilidade de participar de diversas formas e contribuir para uma futura checagem. Por exemplo, no

³² Fact check this. The Washington Post’s Fact Checker. Disponível em: <https://washingtonpost.wufoo.com/forms/fact-check-this/>. Acesso: 21/04/2015. Livre tradução da autora. “Help The Fact Checker find statements, speeches, quotes and figures that don’t quite pass muster. Flag them for us to review by filling in this form.”.

³³ About the Fact Checker. The Washington Post’s Fact Checker. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/about-the-fact-checker/>. Acesso: 18/04/2015. Livre tradução da autora. “The success of this project depends, to a great extent, on the involvement of you—the reader. We will rely on our readers to send us suggestions on topics to fact check and tips on erroneous claims by political candidates, interest groups, and the media. Readers can even vote on what topics they need to have addressed. Once we have posted an item on a subject, we invite your comments and contributions.”.

³⁴ You Fact Check. FactCheckEU Disponível em: <https://factcheckeu.org/youfactcheck>. Acesso: 21/04/2015. Livre tradução da autora. “1) Factcheck a statement yourself. Include links to official sources. Translate a statement and make it available in other languages; 2) Feeling polyglot? Translate a statement and make it available in other languages; 3) Feeling lazy? Give a vote to a statement. Choose from True to Insane whopper; 4) Feeling intellectual? Came across a statement in one of your readings? Upload it yourself.”

dia 7 de maio de 2015, o *FactCheckEU* publicou nessa página a declaração do primeiro-ministro da Grécia, Alexis Tsipras, que dizia que “A oposição contava com 90 milhões de euros para construir centros de acolhimento da União Europeia e não absorveu um único euro”³⁵. O usuário que quiser pode contribuir fazendo sua própria checagem, em um espaço onde pode realizar uma análise da declaração – aqui são aceitas análises em inglês, francês, alemão, espanhol, polonês e italiano – e estabelecer seu veredicto ao final, que pode ser: “*True*” (“Verdadeiro”), quando a declaração é verdadeira; “*Almost*” (“Quase”), quando a declaração é verdadeira, mas apresenta contradições; “*50/50*”, quando a declaração apresenta verdades e mentiras; “*Rather Daft*” (“Desnorteada”), quando a declaração é mentirosa; e “*Insane Whopper*” (“Grande mentira”), quando a declaração é tão mentirosa que beira ao ridículo.

Além disso, o usuário também pode traduzir a declaração e torná-la disponível em francês, alemão, espanhol ou polonês – algo bastante relevante para um site que cobre as decisões políticas dos países da União Europeia e que, portanto, possui um público de diversas línguas – ou, ainda, votar e dar a sua opinião sobre a veracidade da declaração. Aqui, cabe uma ressalva: a ferramenta que permite ao usuário votar na veracidade de uma declaração pode ser perigosa, uma vez que o usuário pode não se basear em fatos, mas apenas em suas preferências. Embora a página *You Fact Check* não seja propriamente um espaço de checagens da equipe do *FactCheckEU* – portanto não apresenta como objetivo a checagem, mas sim a colaboração dos usuários –, esta possibilidade pode ser problemática, já que qualquer usuário cadastrado tem a permissão de votar e as declarações, nesta página, recebem o veredicto com maior número de votos. Por fim, o site também permite que os usuários cadastrados sugiram uma declaração para ser checada – para isso, o usuário precisa apresentar o *link* para a fonte original da declaração e a data em que esta foi feita.

Através destas páginas abertas para a participação do público, os *fact-checkings* falam, de uma maneira quase íntima e sempre direta, com seus leitores, estabelecendo um pacto de confiança mútua. O espaço para o público não se limita mais aos comentários no final da matéria, um sinal de que a contribuição de quem lê não apenas é bem-vinda, como é significativa e importante para uma melhor apuração.

³⁵ Alexis Tsipras. You FactCheck. FactCheckEU. Disponível em: https://factcheckeu.org/youfactcheck/show_unverified/850/alexis-tsipras. Acesso: 29/06/2015.

3.3. “Checking” o *fact-checking*

Como é uma atividade jornalística relativamente recente, ainda é difícil responder com segurança a uma questão: quais são os efeitos do *fact-checking*? Por se tratar de uma ferramenta que checa os discursos dos principais atores dos debates públicos, apontando suas mentiras e destacando suas verdades, o objetivo de um *fact-checker* é “valorizar a verdade e elevar o custo da mentira”³⁶, como informa a descrição no site do *fact-checking Chequeado.com*. Os *fact-checkings* – que focam principalmente em políticos eleitos ou candidatos – poderiam permitir, então, que a transparência política chegasse mais facilmente aos eleitores. No entanto, ainda não se tem certeza se os políticos passam a mentir menos devido à monitoração dos *fact-checkings*. Outra dúvida levantada sobre a eficácia dessa ferramenta é se os eleitores, de fato, passam a prestar atenção criticamente nos candidatos mais falaciosos e se isso surte efeito no resultado das eleições. As poucas pesquisas que já foram realizadas sobre o assunto tratam, exclusivamente, do cenário estadunidense, portanto é difícil adequá-las à realidade brasileira ou ao contexto político latinoamericano, tão diferente dos Estados Unidos.

O blogueiro e escritor americano Paul Waldman (2011) é cético sobre a eficácia do *fact-checking* e expõe isso em seu artigo “Does Fact-Checking Work?” (“O Fact-Checking Funciona?”) publicado na revista digital *The American Prospect*.

Por “funcionar” eu quero dizer muitas coisas. O primeiro é: isso realmente muda o comportamento dos políticos? Um candidato que foi pego mentindo em um *fact-check* para de dizer aquilo? Eu levantei essa questão para Bill Adair, que criou o *PolitiFact* (...) e sua resposta foi que não é seu trabalho mudar o comportamento dos políticos; ele e sua organização fazem uma apuração dos fatos e a publicam – o que acontece depois está basicamente fora de suas mãos. (WALDMAN, 2011)³⁷

Para Waldman, dois aspectos invalidariam a eficácia do *fact-checking*. Sua primeira ressalva é que as consequências de uma checagem negativa dentro de um site

³⁶ Acerca de Chequeado. Chequeado.com. <http://chequeado.com/quienes-somos/>. Acesso: 02/05/2015. Livre tradução da autora. “Trabajamos para revalorizar la verdad y elevar el costo de la mentira”.

³⁷ WALDMAN, Paul. Does Fact-Checking work?. *The American Prospect*, 2011. Disponível em: <https://prospect.org/article/does-fact-checking-work>. Acesso: 18/04/2015. Livre tradução da autora. “By ‘work’ I mean a couple of things. The first is, does it change politicians' behavior? Is a candidate who gets called out for a lie in a fact check going to stop saying it? I posed that question to Bill Adair, who runs PolitiFact, when I interviewed him for a story about this topic that never actually found its way into print (long story). Adair's response was that changing politicians' behavior isn't his job; he and his organization put their best assessment of the facts on the record, and then whatever happens next is basically out of their hands.”

de *fact-checking* dependeriam de quem está contando a mentira – enquanto um candidato à presidência, por ser alvo dos holofotes da mídia, estaria preocupado com sua reputação em um site de *fact-checking*, um político com menor repercussão, como um deputado estadual ou um vereador, não se importaria tanto em ter uma checagem negativa. “Quanto menor é seu eleitorado, mais chances o político tem de continuar mentindo descaradamente, mesmo depois de ser chamado de mentiroso”³⁸, escreve Waldman, que exemplifica seu argumento dizendo que Michele Bachmann, representante, no Congresso, do sexto distrito de Minnesota pelo Partido Republicano, pouco se importa de ser chamada de mentirosa no *PolitiFact*, enquanto Mitt Romney, candidato do Partido Republicano à presidência dos Estados Unidos nas eleições de 2012, preocupava-se com sua reputação e, por isso, estaria mais inclinado a parar de dizer alguma coisa que pudesse condená-lo como mentiroso em um site de *fact-checking*.

A segunda crítica de Waldman diz respeito aos leitores das checagens. Para o blogueiro, eleitores com posições partidárias definidas dificilmente são persuadidos com as checagens negativas sobre seu partido ou candidato de preferência, mesmo que o blog de *fact-checking* em questão se declare neutro e apartidário.

Pessoas são resistentes em aceitar que aquilo em que elas acreditam é, na verdade, falso – mesmo que aqueles que digam isso sejam aparentemente neutros. Quando você escuta um político ou uma figura midiática que você confia dizendo alguma coisa e, logo, um *fact-checker* diz que aquilo não é verdade, seu impulso é ficar do lado da pessoa que você acredita, particularmente em um cenário em que fatos estão constantemente em disputa. Em algumas situações, uma correção pode até fazer com que alguns partidários acreditem ainda mais em suas falsas crenças.³⁹

Em contrapartida, em 2012, uma pesquisa conduzida pelos professores Brendan Nyhan e Jason Reifler e realizada pelo *New America Foundation* propôs-se a avaliar essa questão, partindo do pressuposto que os políticos eleitos se preocupam com

³⁸ WALDMAN, Paul. Does Fact-Checking work?. The American Prospect, 2011. Livre tradução da autora. Disponível em: <https://prospect.org/article/does-fact-checking-work>. Acesso: 18/04/2015. Livre tradução da autora. “The narrower their constituency, the more likely they are to continue on unashamed even after being called out for lying.”

³⁹ WALDMAN, Paul. Does Fact-Checking work?. The American Prospect, 2011. Disponível em: <https://prospect.org/article/does-fact-checking-work>. Acesso: 18/04/2015. Livre tradução da autora. “People are remarkably resistant to accepting that the things they believe are actually false, even when the people telling them so appear to be neutral. When you hear a politician or media figure you trust tell you something, then a fact-checker tells you it's untrue, your impulse is going to be to side with the person you trust, particularly in an environment where facts are constantly in dispute. In some cases, a correction can actually make some partisans hold even tighter to their false beliefs.”

ameaças a sua reeleição – principalmente, quando há repercussão midiática. Para testar essa hipótese, a fundação realizou, durante as eleições de 2012 nos Estados Unidos, um estudo de caso comparando o comportamento de 1169 deputados estaduais de nove estados americanos – Florida, New Jersey, Ohio, Oregon, Rhode Island, Texas, Tennessee, Virginia e Wisconsin –, que foram, aleatoriamente, divididos em três grupos distintos: o primeiro grupo, com 392 deputados, foi alertado sobre as consequências eleitorais do *fact-checking* e a possível ameaça à reputação política que checagens negativas no site *PolitiFact* poderiam trazer; um segundo grupo, com 389 deputados, foi incluído em uma “situação placebo”, em que eram avisados sobre a realização de um estudo, por parte da fundação, que avaliava a veracidade das declarações dos políticos, sem citar a ferramenta *fact-checking*, nem as possíveis consequências de declarações imprecisas; por fim, o terceiro grupo, composto por 395 deputados não foi alertado ou contatado em nenhum momento. A escolha de criar o grupo placebo foi para perceber se o comportamento dos políticos não mudaria apenas pela consciência de estarem participando de um estudo da fundação.

Antes de apresentar o resultado da pesquisa, Nyhan e Reifler atentam para uma questão: como é rara a checagem de discurso de deputados estaduais. Dos 1169 deputados que foram incluídos no estudo de caso, apenas 23 tiveram seus discursos checados no *PolitiFact*, entre 24 de agosto e 6 de novembro de 2012 – sendo que um deputado foi checado cinco vezes –, o que corresponde a 2% da parcela total. A distribuição de checagens variou de acordo com os estados e nos estados em que há uma maior competição na corrida presidencial – Florida, Ohio e Virginia – não foi publicada nenhuma checagem de deputados estaduais durante o período estudado, o que sugere que o foco dos *fact-checkers* desses estados estava, de fato, nas eleições presidenciais.

No que diz respeito ao resultado alcançado pela pesquisa, dois pontos devem ser destacados. O primeiro é que a maioria das checagens era negativa: dos 27 discursos verificados pelo *PolitiFact*, 19 receberam a etiqueta “*Half True*” (“Metade Verdadeiro”) ou etiquetas piores, o que indica que 70% das checagens foram negativas. A segunda – e significativa – conclusão alcançada pela pesquisa é que houve uma grande diferença entre os deputados estaduais que foram alertados sobre as consequências de checagens negativas no *PolitiFact* e os deputados que faziam parte do “situação placebo” ou que não foram contatados. Apenas três deputados do primeiro grupo tiveram checagens negativas, enquanto 13 deputados que não sabiam das consequências do *fact-checking* receberam checagens negativas em seus discursos. A conclusão alcançada nesse estudo

é que, apesar das checagens de discursos de deputados estaduais ainda ser rara, há mudanças nos comportamentos dos políticos que têm consciência sobre o potencial midiático do *fact-checking*.

Outra pesquisa que contradiz os questionamentos céticos de Waldman sobre a eficácia do *fact-checking* foi realizada, em 2013, pela professora Emily Thorson, da Universidade da Pensilvânia, e descrita em POMARES & GUZMÁN. Nesse experimento, também realizado nos Estados Unidos, participaram 606 eleitores americanos, Democratas ou Republicanos, divididos em três grupos distintos. A todos os participantes foi entregue um artigo com uma falsa acusação feita pelo candidato republicano Eric Hall sobre o candidato democrata John McKenna, durante a campanha para governo do estado de Iowa. No entanto, cada grupo recebeu esse artigo de forma diferente.

No artigo do primeiro grupo, a acusação falsa estava presente, sem nenhuma explicação ou correção a respeito. O segundo grupo leu o mesmo artigo, mas, além da acusação do candidato republicano, havia uma correção feita por um *fact-checking*. Já o terceiro grupo recebeu o artigo com a acusação do oponente seguida por uma correção feita pela própria campanha de McKenna. O resultado da pesquisa, de fato, mostrou o que Waldman previa: os participantes estavam mais inclinados a aceitar as correções que reforçavam seus pontos de vista e suas posições partidárias, já que os que discordavam de McKenna não foram convencidos pela correção feita pela campanha do candidato e, ao contrário, os que concordavam com McKenna não se importaram com a falsa declaração feita por Hall. Contudo, Thorson observou que a maioria dos participantes que leram o artigo com a correção realizada por um *fact-checking* não acreditou na falsa acusação do oponente, provando que correções realizadas por jornais e organizações *fact-checking* apartidárias são, sim, eficazes.

Para Jackson (*in* WEMPLE, 2012), o papel do *fact-checker* não é mudar o comportamento dos políticos, já que esta seria uma função utópica demais:

Não existe a possibilidade de algum site fazer com que os políticos passem a falar a verdade. Qualquer *fact-checker* que acredite que ele ou ela estão induzindo os políticos a mudarem seus comportamentos é um ingênuo. E qualquer um que acredite que é isso que nós (*fact-checkers*) estamos tentando fazer está tomando conclusão errada. (JACKSON, *in* WEMPLE, 2002)⁴⁰

⁴⁰ WEMPLE, Erik. Fact-Checking makes voter harder to fool. The Washington Post, 2012. Disponível em: http://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/post/fact-checking-makes-voters-harder-to-fool/2012/11/07/4336fe98-2919-11e2-96b6-8e6a7524553f_blog.html. Acesso: 06/06/2015. Livre tradução da autora. “No way a few Web sites are going to keep politicians from stretching the truth. Any

Jackson acredita que a eficácia da checagem do discurso político deve ser percebida através do impacto nos (e)leitores, que encontram nos blogs de *fact-checking* uma maneira de se manterem mais informados sobre questões políticas e o comportamento dos candidatos a sua escolha. “Nós mostramos as evidências e fazemos com que os eleitores sejam mais difíceis de enganar – esta é nossa real missão” (in WEMPLE, 2012)⁴¹.

3.4. O jornalismo de dados como aliado

O *fact-checking* provavelmente não existiria da maneira que é conhecido se não fosse pelo jornalismo de dados. Afinal, a proposta desta nova ferramenta é que as checagens de declarações públicas sejam baseadas em fatos que possam ser comprovados em dados, de preferência acessíveis ao público. Exemplo disto pode ser visto na checagem realizada pelo *fact-checking* argentino *Chequeado.com*, publicada no dia 4 de maio de 2015, sobre a declaração do secretário de Segurança da Argentina desde 2012, Sergio Berni, que afirmou, em uma entrevista para a rádio argentina *Radio Del Plata*, que “Durante o meu mandato, eu prendi e enviei para a prisão mais de dez mil traficantes de drogas”⁴². Além de oferecer um *link* para que o usuário possa ouvir a entrevista concedida por Berni, o *Chequeado.com* – que deu ao secretário a etiqueta “Falso” para esta declaração – apresenta em sua checagem dados disponibilizados pela *Dirección Nacional de Política Criminal*, órgão dependente do Ministério da Justiça da Argentina, que reúne as informações em um informe anual chamado *Sistema Nacional de Estadísticas sobre la Ejecución de la Pena*, disponível para os anos de 2012 e 2013 – atentando para o fato de que a cifra oficial final de 2014 ainda não está disponível.

Ao apresentar os dados estatísticos, disponibilizados por uma fonte oficial, o *Chequeado.com* conclui que a declaração do secretário é falsa – já que, entre 2012 e

fact-checker who imagines that he or she can induce politicians to change their behavior is on a fool's errand. And anyone who thinks that's what we're trying to do has jumped to the wrong conclusion.”

⁴¹ WEMPLE, Erik. Fact-Checking makes voter harder to fool. The Washington Post, 2012. Disponível em: http://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/post/fact-checking-makes-voters-harder-to-fool/2012/11/07/4336fe98-2919-11e2-96b6-8e6a7524553f_blog.html. Acesso: 06/06/2015. Livre tradução da autora. “We do have evidence that we're making voters harder to fool — and that's our real mission.”.

⁴² DI SANTI, Matias. Berni: ‘He detenido y enviado a la cárcel a más de 10 mil narcotraficantes’. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/ultimas-noticias/berni-he-detenido-y-enviado-a-la-carcel-a-mas-de-10-mil-narcotraficantes/>. Acesso: 09/05/2015. Livre tradução da autora. “Durante mi gestión he detenido y enviado a la cárcel a más de diez mil narcotraficantes”.

2013 foram realizadas 630 prisões ligadas ao narcotráfico e as cifras não finalizadas sobre os presos de 2014 estão muito abaixo do que descreveu Berni. A checagem também atenta para a imprecisão na frase de Berni, um funcionário do Poder Executivo, que diz ter sido o responsável direto pelas prisões, enquanto esta seria uma função do Poder Judiciário, de acordo com a *Ley Organica de los Ministerios del Poder Ejecutivo* (“Lei dos Ministérios do Poder Executivo”), que também é apresentada na checagem do *Chequeado.com*. A partir deste exemplo, é possível observar a importância dos dados para a sustentação de checagens realizadas pelos *fact-checkings* e, por isso, este trabalho compromete-se em fazer um breve reconhecimento sobre o exercício do jornalismo de dados.

Os desafios da revolução digital para o jornalista vieram acompanhados de novas oportunidades. Apesar do medo de o jornalismo tradicional afundar com as recentes possibilidades virtuais, é preciso concordar que a internet abriu espaço para novas – e boas – competências jornalísticas, como buscar informações específicas, visualizar novas fontes digitais, encontrar dados com maior velocidade e facilidade. Diante de uma era de abundância de informação, onde se noticia muito, mas, muitas vezes, se comunica pouco, o jornalista precisa se transformar em curador de material qualificado para suas reportagens. É nesse contexto de maior disponibilidade de informação digital que o jornalista se apegava cada vez mais aos dados para contar suas histórias. Assim, ganha força o jornalismo de dados.

Na era do *big data*, a crescente importância do jornalismo de dados reside na capacidade de seus praticantes de fornecer contexto, clareza e, talvez o mais importante, encontrar a verdade em meio à expansão de conteúdo digital no mundo. (...) Jornalistas são mais necessários que nunca para fazer a curadoria, verificar, analisar e sintetizar a imensidão de dados. Neste contexto, o jornalismo de dados tem uma importância profunda para a sociedade. (HOWARD in GRAY, BOUNEGROU & CHAMBERS, 2011)

A essência do jornalismo não se perde dentro do jornalismo de dados – ao contrário. O “faro jornalístico” é necessário na hora de buscar e utilizar os dados, que muitas vezes já haviam sido divulgados há muito tempo, mas não foram olhados com maior interesse antes. A corrida pelo furo pode ser deixada de lado para sobressair a vontade de dizer o que um fato pode, realmente, significar para aquele que lê. O papel do jornalista, aqui, é transformar algo abstrato, como números, em algo que o público entenda e se relacione. A partir de então, as pautas podem ser muitas: uma crise

financeira em formação, o impacto do desemprego em pessoas com determinada idade, as declarações falsas dos políticos e tantas outras.

Quem soube utilizar os dados ao seu alcance para criar uma boa reportagem foi David Barbosa, correspondente do jornal *The New York Times* em Shangai e vencedor do prêmio *Pulitzer* de 2013, pela reportagem “*Billions amassed in the shadows by the family of China’s premier*” (“Bilhões acumulados nas sombras pela família do primeiro-ministro chinês”)⁴³, em que denuncia que muitos parentes do primeiro-ministro chinês à época, Wen Jiabao, se tornaram extremamente ricos durante sua liderança na China. A reportagem de Barboza se construiu a partir de uma investigação em diversos cartórios chineses para levantar os bens em nome de Jiabao e sua família.

O jornalismo de dados é capaz, também, de personalizar as notícias, explicando como uma reportagem se relaciona com um leitor específico, como faz o *Financial Times* com sua “calculadora de orçamentos” interativa, em que o leitor pode descobrir como o orçamento público o afeta diretamente, em vez de, como seria em uma reportagem tradicional, saber como isso afetaria uma “pessoa comum”⁴⁴. O jornalismo de dados, na verdade, é um presente para os jornalistas atuais, que podem embasar suas reportagens em fatos, expostos em dados – algo que, dificilmente, pode ser desconstruído.

É importante que o jornalista tenha em mente que os dados, sozinhos, não formam uma notícia. “Jornalismo de dados não é sobre gráficos ou visualizações, mas sobre contar histórias da melhor maneira possível” (ROGERS, 2013: 91)⁴⁵. O valor da notícia no jornalismo de dados está em encontrar uma situação relevante, a partir dos dados disponíveis e destacá-la para o público, contextualizando-a. Nesse novo “fazer jornalismo”, o jornalista não pode perder seu talento de contar histórias – pelo contrário, é importante contá-las de maneira atrativa para o leitor, para que ele se identifique. Contudo, um aspecto é intensificado: aumenta a confiança entre o receptor (leitor) e o emissor (jornalista ou veículo de comunicação), uma vez que aquilo que é informado pode ser checado pelo próprio leitor, a partir da exposição de dados e informações.

⁴³ BARBOZA, David. Billions Amassed in the Shadows by the family of China’s Premier. New York Times, 2013. Disponível em: <http://www.pulitzer.org/files/2013/international-reporting/princelings10-26.pdf>. Acesso: 09/05/2015.

⁴⁴ Budget Calculator 2015. Financial Times. Disponível em: <http://www.ft.com/cms/s/2/e0c5a944-cd62-11e4-a15a-00144feab7de.html#axzz3XyBqrAaQ>. Acesso: 21/04/2015

⁴⁵ Livre tradução da autora. “Data journalism is not graphics or visualisations. It’s about telling the story in the best way possible.”

Ao se embasar em dados e divulgar suas fontes, o jornalismo de dados permite uma leitura com o público em que a credibilidade não se baseia na seriedade do jornalista ou do veículo que publica a informação, mas na possibilidade de cada um julgar por si mesmo a veracidade do que é exposto. O jornalismo de dados é uma garantia de transparência. (DI SANTI, SOHR & ZOMMER, 2014: 9)⁴⁶

Por mais que tenha se tornado mais frequente, há tempos que o jornalismo utilizou, pela primeira vez, dados para compor uma matéria. Já em sua primeira edição, em 1821, o *The Guardian* publicou uma tabela com a quantidade de alunos que iam às escolas públicas em Manchester, no Reino Unido. Na tabela, fica claro que o dado oficial, que dizia que oito mil alunos frequentavam as escolas, era muito inferior à realidade, de 25 mil alunos que estavam assistindo às aulas e necessitavam de educação gratuita (ROGERS, 2013: 298).

Segundo Rogers, contudo, há significativos fatores que fizeram com que o jornalismo de dados se tornasse um movimento crescente, na era atual: 1) A ampla disponibilidade de dados via internet; 2) A facilidade em usar pacotes de planilhas em qualquer computador caseiro, graças ao aperfeiçoamento das tecnologias que permitem a manipulação de dados cada vez mais complexos com poucos recursos; 3) O crescimento no interesse em visualizar dados, facilitando o entendimento e permitindo uma maior participação do público; e 4) O surgimento de histórias fantásticas, que não teriam sido contadas sem o auxílio de dados e estatísticas.

⁴⁶ Livre tradução da autora. “Una de sus fuerzas es que al estar basado en datos y abrir sus fuentes, el periodismo de datos permite un pacto de lectura con el público en el que la credibilidad no se basa en la seriedad del periodista o el medio que publica la información, sino en que cada uno puede juzgar por sí mismo la veracidad de lo expuesto. El periodismo de datos es una garantía de transparencia que, por lo mismo, genera y otorga credibilidad.”

4. *Chequeado.com*, a inspiração que mora ao lado

Pioneiro na América Latina, o site argentino *Chequeado.com* surgiu em outubro de 2010 de forma independente, a fim de verificar declarações públicas de políticos, empresários, jornalistas, economistas, sindicalistas, líderes sociais e outras figuras públicas. Criado pela jornalista Laura Zommer, o *fact-checking* argentino é o principal projeto da *Fundación La Voz Publica*, uma organização sem fins lucrativos e apartidária, que trabalha para “melhorar a qualidade do discurso público visto como um fator decisivo para a credibilidade de instituições democráticas”⁴⁷. Segundo descrição oferecida no site, o objetivo do *Chequeado.com* é aprofundar o debate público e defender o direito à informação, colocando em circulação dados que sejam fidedignos.

Queremos que o debate público se baseie em dados e fatos, não em preferências ideológicas, preconceitos, interesses setoriais ou mera negligência ou superficialidade. Com as checagens e os dados compartilhados, contribuimos para melhorar o nível de conhecimento e compreensão dos acontecimentos públicos e aumentar a transparência e profundidade do debate.⁴⁸

Como explica o próprio site⁴⁹, a inspiração para que se criasse o *Chequeado.com* surgiu dos *fact-checkings* americanos *FactCheck.org* e *Politifact*, pioneiros na iniciativa em escala mundial, mas também do britânico *Channel 4 News Fact Check*⁵⁰ e do francês *Les Décodeurs*⁵¹. No entanto, o *fact-checking* argentino tornou-se, também, fonte de inspiração para a criação de *fact-checkings* pelo mundo, principalmente na América Latina. Até então, seu método utilizado para fazer verificações foi apresentado para o *Detector de Mentiras*⁵², da Colômbia, o *UYCheck*⁵³, do Uruguai, o *Polítgrafo*⁵⁴,

⁴⁷ Fundación La Voz Publica. Idealist.org. Livre tradução da autora. “La Voz Pública es una organización sin fines de lucro y no partidaria que trabaja para mejorar la calidad del discurso público visto como un factor decisivo en la credibilidad de las instituciones democráticas.” Disponível em: <http://es.idealist.org/view/org/C3D8CzczNC2D/>. Acesso: 23/04/2015.

⁴⁸ Quién Somos. *Chequeado.com*. Disponível em: <http://chequeado.com/quienes-somos/>. Acesso: 23/04/2015. Livre tradução da autora. “Queremos que el debate público se base en datos y hechos, no en preferencias ideológicas, prejuicios, intereses sectoriales o la mera negligencia o superficialidad. Con los chequeos y los datos compartidos, contribuimos a mejorar el nivel de conocimiento y comprensión de los acontecimientos públicos y a aumentar la transparencia y profundidad del debate.”

⁴⁹ Quién somos. *Chequeado.com*. Disponível em: <http://chequeado.com/quienes-somos/>. Acesso: 28/06/2015.

⁵⁰ Channel 4 News Fact Check. Disponível em: <http://blogs.channel4.com/factcheck/>. Acesso: 28/06/2015.

⁵¹ Les Décodeurs. Disponível em: <http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>. Acesso: 28/06/2015.

⁵² Detector de Mentiras. Disponível em: <http://lasillavacia.com/hilos-tematicos/detector-de-mentiras>. Acesso: 28/06/2015.

⁵³ UYCheck. Disponível em: <http://uycheck.com/noticias/>. Acesso: 28/06/2015.

do Chile, o *El Sabueso Verificador*⁵⁵, do México, e para dois *fact-checkings* brasileiros, o *Preto no Branco*, do jornal *O Globo*, e o *Truco*, da Agência Pública.

A equipe do *Chequeado.com*, até o momento⁵⁶, conta com dez membros, sete colaboradores e 24 voluntários e, nas redes sociais, possui 23.086 curtidas em sua página no *Facebook* e 80,2 mil seguidores no *Twitter*. Em novembro de 2014, em comemoração aos quatro anos do site, o *Chequeado.com* lançou um aplicativo para *Android* chamado “*Dato Duro*”, que se tornou mais uma forma de os internautas colaborarem, divulgando outros dados ou sugerindo checagens, além de acompanharem as atualizações do *fact-checking* argentino.

O aplicativo surge para mais pessoas estarem atentas e participarem no monitoramento do discurso dos principais atores do debate público. Queremos elevar o custo da mentira e aumentar o nível de transparência e profundidade do debate para enriquecer a qualidade da democracia.⁵⁷

4.1. As seções do site

As verificações realizadas pelo *Chequeado.com* são divididas em sete seções dentro do site: “*Chequeos*” (“Checagens”); “*El Explicador*” (“O Explicador”); “*Mitos y Fraudes*” (“Mitos e Fraudes”); “*Chequeador*” (“Checador”); “*Hilando Fino*” (expressão que significa “ser minucioso”, semelhante à expressão “passando o pente fino”, em português); “*Qué fue de...*” (expressão que significa “o que aconteceu com...” e poderia ser traduzida para a expressão “Que fim levou?”, em português); e “*Investigaciones*” (“Investigações”).

Na aba “*Chequeos*”, o leitor tem acesso às checagens de discursos de figuras públicos, principal modalidade dos *fact-checkings*, e a qualificação das checagens é feita em nove definições, a partir das seguintes etiquetas: 1) “*Verdadero*” (“Verdadeiro”), quando a declaração, ao ser contrastada com dados e fontes, demonstrou-se verdadeira; 2) “*Verdadero +*” (“Verdadeiro +”), em caso de

⁵⁴ Politígrafo. Disponível em: <http://www.elfaro.net/es/201501/politigrafo/>. Acesso: 28/06/2015.

⁵⁵ El Sabueso Verificador. Disponível em: <http://www.animalpolitico.com/elsabueso/el-sabueso/>. Acesso: 28/06/2015.

⁵⁶ Data referencial: Data referencial: 26 de junho de 2015.

⁵⁷ Chequeado Dato Duro. Google Play Store. Disponível em: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.chequeado&hl=es>. Acesso: 26/04/2015. Livre tradução da autora. “Esta app surge para que más personas estén atentas y participen en el seguimiento del discurso de los actores principales del debate público. Queremos subir el costo de la mentira y aumentar el nivel de transparencia y profundidad del debate para enriquecer la calidad de la democracia.”

declarações verdadeiras em que os dados encontrados reforçaram o comunicado; 3) “*Verdadero, pero...*” (“Verdadeiro, mas...”), quando a declaração é verdadeira, mas omite algum elemento ou seu contexto); 4) “*Discutible*” (“Discutível”), quando não fica claro se a afirmação é certa ou não e a conclusão depende de variáveis com as quais se analisa; 5) “*Apresurado*” (“Apressado”), a declaração pode ser verdadeira, mas é resultado de uma projeção e não de um dado real; 6) “*Exagerado*” (“Exagerado”), quando a afirmação não é estritamente certa, mas o conceito ou tendência está correto; 7) “*Engañoso*” (“Enganoso”), quando a declaração pode até coincidir com alguns dados, mas, intencionalmente ou não, foi manipulada para gerar uma determinada mensagem; 8) “*Insostenible*” (“Insustentável”), quando a declaração surge de investigações com falta de sustentação ou erros metodológicos, tornando a checagem impossível; e 9) “*Falso*” (“Falsa”), quando a declaração, ao ser contrastada com dados e fontes, demonstrou-se falsa. É válido ressaltar que o *Chequeado.com* optou pela simplicidade nas etiquetas e não utilizada termômetros ou símbolos para ilustrar suas verificações.

No intervalo entre 20 de março e 20 de abril de 2015, um período de 32 dias, foram realizadas 24 checagens nesta seção, o que significa que a seção “*Cheques*” foi atualizada com uma frequência elevada – com quase uma checagem por dia útil do mês. Dentre essas checagens, nove declarações receberam a etiqueta “*Verdadero*”; seis receberam a etiqueta “*Verdadero, pero*”; duas receberam a etiqueta “*Insostenible*”; duas receberam a etiqueta “*Exagerado*”; cinco receberam a etiqueta “*Engañoso*”; e uma recebeu a etiqueta “*Falso*”.

Das personalidades checadas, 17 eram políticos ou ligados à política: os candidatos a governador de Santa Fé Miguel Lifschitz (“*Exagerado*”), pelo *Partido Socialista* (PS), e Miguel Del Sel (“*Verdadero, pero*”), pelo partido *Propuesta Republicana* (PRO); o governador da província de Buenos Aires pelo partido *Frente para la Victoria* (FPV), Daniel Sciolo (“*Verdadero, pero*”); os precandidatos ao governo portenho Horacio Rodríguez Larreta (“*Verdadero, pero*”) e Gabriela Michetti (“*Exagerado*” e “*Engañoso*”), ambos pelo PRO; Pablo Ferreyra (“*Verdadero*”), pelo partido *Alternativa Buenos Aires* (ALBA); e Mariano Recalde (“*Verdadero, pero*”) e María José Lubertino (“*Verdadero*”), ambos pelo FPV; Marcelo Ramal (“*Verdadero*”), precandidato a deputado pelo partido *Frente de Izquierda y de los Trabajadores* (FIT); Fernando Sánchez (“*Verdadero*”), precandidato a vice-governador da província de Buenos Aires pelo partido *Energía Ciudadana Organizada* (ECO);

deputado federal e precandidato à presidência pelo partido *Frente Renovador* (FR), Sergio Massa (“*Verdadero, pero*”); os precandidatos a governador bonaerense Sergio Berni (“*Engañoso*”), pelo FPV; e Francisco De Narváez (“*Insostenible*”), pelo FR; a presidente da República, do FPV, Cristina Fernández de Kirchner (“*Verdadero*”); o assessor do PRO Jaime Durán Barba (“*Engañoso*”); o chefe do Gabinete de Ministros, Aníbal Fernandez (“*Engañoso*”); o candidato pró-governista para ocupar um cargo na Corte Suprema de Justicia de la Nación, Roberto Carlés (“*Verdadero, pero*”).

Além desses, houve três checagens de veículos midiáticos, sendo duas para o *Clarín* e uma para o *La Nación*, e nas duas vezes chegou-se à etiqueta “*Verdadero*”. Nesse período, também foram checados três líderes sociais, Pablo Micheli, secretário geral da Central de Trabajadores de la Argentina (CTA), que recebeu a etiqueta “*Engañoso*”, Omar Príncipe, presidente da Federación Agraria Argentina (FAA), que recebeu a etiqueta “*Insostenible*”, e Hector Méndez, titular da União Industrial Argentina (UIA), que recebeu a etiqueta “*Verdadero*”. Por fim, também foi checado um empresário, Rogelio Frigerio, presidente do Banco Ciudad, que recebeu a etiqueta “*Falso*”. É possível constatar, através dessa pequena análise feita em um período de 32 dias, que, de fato, o foco do *Chequeado.com* são as figuras políticas, contudo, há também checagens de outras figuras públicas – que, de um modo ou de outro, também podem interferir na política do país.

A segunda seção do site, chamada “*El Explicador*”, é onde a equipe do *Chequeado.com* aborda temas considerados relevantes, mas que não podem ser aplicados em uma das nove categorias de checagem dentro de “*Chequeos*”. Por exemplo, em 27 de outubro de 2014, um dia depois do segundo turno das eleições brasileiras, em que venceu a presidente Dilma Rousseff do Partido dos Trabalhadores (PT), o *Chequeado.com* postou, dentro dessa seção, uma análise comparativa de indicadores econômicos e sociais no Brasil e na Argentina na última década, chamado “*Balanco do lulismo vs. kirchnerismo*”⁵⁸. Para esta extensa análise, foram usados 17 *hiperlinks*, que transportam os leitores para sites oficiais com dados que comprovem o que está sendo dito – como, por exemplo, o site do Banco Mundial, do Banco Central do Brasil, da *Central Intelligence Agency* (CIA), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), do *Instituto Nacional de Estadística y Censos* (INDEC), do *Centro de Investigación y Formación de la Republica Argentina* (Centro CIFRA), entre outros.

⁵⁸ “*Balanco del lulismo vs. kirchnerismo*”. *Chequeado.com*. Disponível em: <http://chequeado.com/el-explicador/balanco-del-lulismo-vs-kirchnerismo/>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

A análise também utilizou gráficos originais, feitos pela equipe do *Chequeado.com*, para ilustrar a comparação entre os governos dos dois países.

No intervalo entre 20 de março de 2015 e 20 de abril de 2015, um período de 32 dias, foram postadas 13 análises na seção “*El Explicador*” – uma frequência menor do que as checagens postadas na seção “*Chequeos*”. Dentre as análises feitas nesse período, estão, por exemplo: “Aborto: três anos após a decisão da Corte, qual é a situação de cada província”⁵⁹; “As contas falsas do *Twitter* que juntam milhões de seguidores”⁶⁰; e “Foram estatizados ou não os trens?”⁶¹.

Na seção “*Mitos y Fraudes*”, o foco está nos chamados “mitos urbanos” – aquelas crenças que correm entre a população, que mesmo sem comprovação nenhuma, continuam sendo reproduzidas pelas pessoas. Para Zommer, este é um tipo importante de checagem, já que se trata do comprometimento pessoal com a verdade, de olhar para si mesmo e reparar em quantas declarações falsas diz no dia a dia, muitas vezes sem perceber.

Às vezes (são checadas) aquelas coisas que qualquer um pode falar e todos repetem. Nunca paramos para perguntar: “Mas isso é assim mesmo? Por que estou repetindo?” Como acontece com um boato que alguém comenta no trabalho e, em casa, seu filho e sua mulher também estão comentando. Acredito que é importante trabalhar essa parte. Apesar de não ser tema essencial do país sobre política pública, é importante prestar atenção ao rigor com que afirmamos as coisas (ZOMMER, 2013).⁶²

A frequência com que esta seção é atualizada, contudo, é baixa. Desde 1º de janeiro de 2015 até o dia 25 de abril 2015, apenas três postagens foram feitas para essa seção: “Vacinar-se anualmente previne a gripe e suas complicações”⁶³, que recebeu a etiqueta “*Verdadero, pero*”; “Fazer exames médicos frequentemente e mais completos

⁵⁹ SOHR, Olivia. Aborto: a tres años del fallo de la Corte, cuál es la situación provincia por provincia. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/el-explicador/aborto-a-tres-anos-del-fallo-de-la-corte-cual-es-la-situacion-provincia-por-provincia/>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

⁶⁰ FERNÁNDEZ, Pablo. Las cuentas falsas de Twitter que juntan millones de seguidores. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/el-explicador/estas-son-las-cuentas-falsas-de-twitter-que-juntan-millones-de-seguidores-en-la-argentina/>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

⁶¹ RIERA, Ariel. ¿Se estatizaron o no los trenes?. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/el-explicador/se-estatizaron-o-no-los-trenes/>. Acesso: 25/04/2015

⁶² Entrevista de Laura Zommer, concedida ao jornal digital Infobae, no dia 31 de outubro de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tcoA5kVNjBM>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

⁶³ IZCOVICH, Ariel, MALLA, Carlos G., CRINITI, Juan, POPOFF, Federico, MAFFINI, Martin, MANZOTTI, Matías & CATALANO, Hugo. Vacunarse anualmente previene la gripe y sus complicaciones. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/mitos-y-enganos/vacunarse-anualmente-previene-la-gripe-y-sus-complicaciones/>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

serve para prolongar e melhorar a qualidade de vida”⁶⁴, que recebeu a etiqueta “*Falso*”; e “A vitamina C evita resfriados?”⁶⁵, que recebeu a etiqueta “*Verdadero, pero*”. Vale ressaltar que, embora tenha acontecido com os três exemplos acima, nem todas as postagens da seção “*Mitos y Fraudes*” são etiquetadas em classificações como na seção “*Chequeos*”. As análises feitas nessa seção também fazem uso de *hiperlinks* que conduzem o leitor para páginas na web com dados e informações oficiais.

Já a seção “*Chequeador*” funciona como uma “ferramenta de *crowdchecking*”, uma espécie de rede social de checagens, em que os leitores podem seguir o método utilizado pelo *Chequeado.com* para verificar declarações. Na página inicial do *Chequeado.com*, há destaque para um espaço chamado “*Zona de Intercambio*” (Zona de Intercâmbio), justamente dedicado à participação do leitor. Lá, os interessados podem clicar em “*Participá de un chequeo*” (“Participe de uma checagem”) e serão direcionados para a rede “*Chequeador*”, onde devem fazer um rápido cadastramento para dar início a suas contribuições.

Se escolherem clicar em “*Iniciar un chequeo*” (“Iniciar uma checagem”), os leitores cadastrados poderão sugerir uma checagem, após passarem por quatro passos básicos do método de verificação do *Chequeado.com*: 1) Selecionar uma declaração para ser checada, indicando a frase, seu autor e local onde a declaração foi dita; 2) Consultar fontes, apontando as fontes originais, oficiais ou alternativas; 3) Contextualizar, contrastando o dado com outras análises; e 4) Qualificar, indicando qual é a veracidade da declaração e escolhendo uma das nove etiquetas possíveis dentro do site para classificar uma declaração. As checagens aceitas pela equipe do *Chequeado.com* vão para a página “*Chequeador*”. É possível, ainda, que cada colaborador acrescente novas informações nas checagens já realizadas.

A rede de verificação *Chequeador* é uma ferramenta participativa para realizar checagens colaborativas, a partir de qualquer plataforma gerida de maneira coletiva. Você pode adicionar informações a qualquer checagem que já tenha sido iniciada ou começar uma nova checagem. As suas participações e toda informação que incluir podem

⁶⁴ IZCOVICH, Ariel, MALLA, Carlos G., CRINITI, Juan, POPOFF, Federico, MAFFINI, Martin, MANZOTTI, Matías & CATALANO, Hugo. Hacerse análisis frecuentemente y lo más completos posibles sirve para prolongar y mejorar la calidad de vida. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/mitos-y-enganos/hacerse-analisis-frecuentemente-y-lo-mas-completos-posibles-sirve-para-prolongar-y-mejorar-la-calidad-de-vida>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

⁶⁵ IZCOVICH, Ariel, MALLA, Carlos G., CRINITI, Juan, POPOFF, Federico, MAFFINI, Martin, MANZOTTI, Matías & CATALANO, Hugo. ¿La Vitamina C evita los resfríos?. *Chequeado.com*, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/mitos-y-enganos/ila-vitamina-c-evita-los-resfrios/>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

ser valorizadas pela comunidade de usuários e consideradas na hora de emitir uma classificação.⁶⁶

Na seção “*Hilando Fino*” são analisadas, principalmente, as formas como veículos de comunicação tratam determinados temas, mas também algumas frases e assuntos que merecem atenção especial. Aqui, as análises são muito menores, mas são mantidos os *hiperlinks* para indicar os dados originais aos leitores. Para se ter uma ideia de como é a abordagem nessa seção, em uma análise publicada no dia 16 de abril de 2015, chamada “*De Angeli, la Revista Barcelona e el chequeo*”⁶⁷ (“De Angeli, a Revista Barcelona e a checagem”), por exemplo, o site conta que a Revista Barcelona, veículo argentino de humor político, publicou uma nota irônica – e, propositalmente, falsa – sobre Alfredo de Angeli, senador nacional pelo PRO, em que ele dizia “*Hay que terminar com los guachitos pícaros que faltan a la cosecha por ir a la escuela*” (“É preciso acabar com os meninos que faltam a colheita para ir à escola”). A nota era irônica e Angeli nunca a pronunciou, mas o *Chequeado.com* explica que essa declaração foi reproduzida por alguns portais de notícia que, em alguns casos, nem citaram a fonte – *NotiLagos*, *RosarioNet* e *El Recado* foram três destes.

No entanto, em alguns casos, a temática desta seção pode se confundir com as temáticas apresentadas nas seções “*El Explicador*” e “*Chequeos*”. Por exemplo, no dia 9 de abril de 2015, foi publicada na seção “*Hilando Fino*” uma análise chamada “*¿Cómo varió la mortalidad infantil en la Ciudad con el PRO?*”⁶⁸ (“Como variou a mortalidade infantil em Buenos Aires com o partido PRO?”). Nesse caso, é feita uma análise a partir de uma frase acusatória da pré-candidata para chefe de governo da província de Buenos Aires pelo FPV, Gabriela Cerruti – por se tratar de uma declaração, portanto, poderia ser encaixada em “*Chequeos*” –, em que são apresentados dados explicativos sobre o tema – o que poderia se encaixar em “*El Explicador*” –. A diferença aqui, contudo, é que as análises são mais curtas que as de outras seções. No intervalo entre 20 de março de 2015 e 20 de abril de 2015, um período de 32 dias, foram publicadas 18 análises

⁶⁶ Chequeador. Chequeado.com. Disponível em: <http://chequeado.com/chequeador#/home>. Acesso: 21/04/2015. Livre tradução da autora. “La red de verificación Chequeador es una herramienta participativa para realizar chequeos colaborativos desde cualquier plataforma gestionada de manera colectiva. Podés sumar información a cualquier chequeo que ya haya sido iniciado o podés comenzar un chequeo nuevo. Tus participaciones y toda la información que aportes podrá ser valorada por la comunidad de usuarios y considerada a la hora de emitir una calificación.”

⁶⁷ De Angeli, la Revista Barcelona y el chequeo. Chequeado.com, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/hilando-fino/de-angeli-la-revista-barcelona-y-el-chequeo/>. Acesso: 26/04/2015

⁶⁸ ¿Cómo varió la mortalidad infantil en la Ciudad con el PRO?. Chequeado.com, 2015. Disponível em: <http://chequeado.com/hilando-fino/como-vario-la-mortalidad-infantil-en-la-caba-con-el-pro/>. Acesso: 26/04/2015.

nessa seção – o que indica uma frequência menor que a seção “*Chequeos*” e maior que a seção “*El Explicador*”.

A seção “*Qué fue de...*” tem o papel de lembrar alguns assuntos de cunho político para que estes não sejam esquecidos pelos leitores e eleitores. Contudo, a atualização dessa seção é muito baixa – em um acesso realizado no dia 26 de abril de 2015, observou-se que a última postagem nessa seção havia sido feita no dia 4 de julho de 2014, em uma matéria chamada “*Las denuncias que hizo Boudou al inicio de la causa Ciccone*”⁶⁹ (“As denúncias feitas por Boudou no início da causa Ciccone”). Nesta matéria, o site relembrou uma conferência, em 2012, em que o vice-presidente Amado Boudou denunciou advogados e empresários por suposto tráfico de influências, e explicou quais foram as consequências dessa denúncia.

Outra seção que é pouco atualizada dentro do site é a “*Investigaciones*”, que serve para expor alguns casos políticos que estão em investigação na Argentina. Contudo, são expostos apenas dados comprováveis e finalizados, pois, como disse Zommer, “(A equipe do *Chequeado.com*) Não tratamos de causas policiais ou temas de corrupção em julgamento, já que, conforme avança uma causa, o resultado pode ser distinto”⁷⁰. Até o dia 26 de abril de 2015, havia apenas três publicações dentro dessa seção e a mais recente, postada no dia 25 de fevereiro de 2015, é “*Quiénes son los jueces que confirmaron el procesamiento de Boudou*”⁷¹ (“Quem são os juízes que confirmaram o processamento Boudou”), que faz um breve histórico dos três juízes da Sala I da Câmara Federal, que confirmaram o processamento de Amado Boudou na causa “Ciccone”.

4.2. O método de checagem

Como explicitado anteriormente neste trabalho, divulgar o método para o público é uma maneira de estabelecer um laço de confiança com o leitor. No *Chequeado.com*, o processo não é diferente e a metodologia utilizada para checagens é

⁶⁹ TARRICONE, Manuel. Las denuncias que hizo Boudou al inicio de la causa Ciccone. *Chequeado.com*, 2014. Disponível em: <http://chequeado.com/ique-fue-de/las-denuncias-que-hizo-boudou-al-inicio-de-la-causa-ciccone/>. Acesso: 26/04/2015

⁷⁰ Entrevista de Laura Zommer, concedida ao jornal digital Infobae, no dia 31 de outubro de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tcoA5kVNjBM>. Acesso: 25/04/2015. Livre tradução da autora.

⁷¹ TARRICONE, Manuel. Quiénes son los jueces que confirmaron el procesamiento de Boudou. *Chequeado.com*, 2014. Disponível em: <http://chequeado.com/investigaciones/quienes-son-los-jueces-que-confirmaron-el-procesamiento-de-boudou/>. Acesso: 26/04/2015.

apresentada em seu site, na aba “*Metodo*” (“Método”). O passo a passo do *fact-checking* argentino conta com oito etapas básicas: 1) “*Seleccionar una frase del ámbito público*” (“Selecionar uma frase de âmbito público”); 2) “*Ponderar su relevancia*” (“Avaliar sua relevância”); 3) “*Consultar a la fuente original*” (“Consultar a fonte original”); 4) “*Consultar a la fuente oficial*” (“Consultar a fonte oficial”); 5) “*Consultar a fuentes alternativas*” (“Consultar fontes alternativas”); 6) “*Ubicar en contexto*” (“Contextualizar”); 7) “*Confirmar, relativizar o desmentir la afirmación*” (“Confirmar, relativizar ou desmentir a afirmação”); e 8) “*Calificar*” (“Qualificar”).

Para o primeiro passo, o *Chequeado.com* afirma que seleciona declarações de personalidades públicas – sejam políticos, economistas, empresários, sindicalistas ou jornalistas –, independente de suas posições partidárias ou ideológicas, que tenham sido publicadas em documentos, meios de comunicação ou locais públicos de divulgação. Posteriormente, para a avaliação do segundo passo, o site diz que é primordial que esta declaração seja relevante para a agenda pública, pela importância de quem a falou, pelo tema abordado ou pela repercussão na imprensa, e não pode se tratar de uma opinião.

Por sua particular repercussão na agenda pública, as declarações das mais altas autoridades do Estado e do Governo, independente de quem são, merecem uma atenção privilegiada por parte de *Chequeado.com*. Um comitê editorial, composto pela equipe da redação, analisa o grau de relevância do material disponível diariamente.⁷²

O terceiro, quarto e quinto passos dizem respeito à consulta de fontes. Como fonte original, o *Chequeado.com* considera a própria pessoa que deu a declaração, uma vez que o mais justo é oferecer a possibilidade de quem está sendo checado apresentar sua versão dos fatos. As fontes oficiais seriam aquelas disponíveis em órgãos e instituições públicas, que apresentem dados e estatísticas sobre o tema. Já as fontes alternativas seriam entrevistas a especialistas – que, caso apresentem uma filiação partidária conhecida, será mencionado na checagem, de acordo com o site. O *Chequeado.com* afirma que não se utiliza de fontes anônimas, portanto todas as fontes utilizadas são citadas e, sempre que possível, o documento original é adicionado ao *link* da checagem, para que os dados estejam acessíveis ao leitor.

⁷² Metodo. *Chequeado.com*. Disponível em: <http://chequeado.com/metodo/>. Acesso: 26/04/2015. Livre tradução da autora. “Por su particular repercusión en la agenda pública, las declaraciones de las más altas autoridades del Estado y del Gobierno, quienquiera sean, merecen una atención privilegiada por parte de *Chequeado.com*. Un comité editorial, compuesto por el equipo de redacción, analiza el grado de relevancia del material disponible diariamente.”

Uma vez que foram consultadas fontes diversas, chega o momento do sexto passo, isto é, contextualizar os dados. De acordo com o *Chequeado.com*, isso significa relacionar os dados encontrados com informações que permitam dimensionar a situação do que está sendo analisado, para compreendê-lo melhor. “Por contexto, entende-se especialmente o marco socioeconômico, histórico e cultural local e, sempre que possível, regional e internacional”⁷³, explicita o site.

Após os passos anteriores, é possível chegar aos dois últimos passos, onde se confirma, relativiza ou desmente a afirmação e a qualifica de acordo com as nove etiquetas disponíveis no *Chequeado.com*. Posteriormente, a checagem é exposta para o público no site oficial e nas redes sociais do *fact-checking* argentino.

Ao fim da página “*Metodo*”, a equipe do site demonstra interesse que os leitores participem da produção de conteúdo para o site, não apenas propondo checagens, mas também advertindo sobre possíveis erros. Segundo eles, “caso um leitor avise ao *Chequeado.com* sobre um possível erro em uma nota, a equipe levará, no máximo, 48 horas para fazer uma revisão de conteúdo e, quando necessário, publicar a correção.”⁷⁴

Ainda segundo o site, após a confirmação que um erro foi cometido ou que dados errados foram publicados, a equipe faz uma alteração nas informações, mas mantém a qualificação original sob o título “Correção”. O mesmo acontece em casos de checagens que recebem informações adicionais: é publicada uma explicação sobre o acréscimo de informações, mas, abaixo do título, é incluída a palavra “Atualização”, com a antiga e a nova data.

4.3. Financiamento, o nó górdio

Diferente de alguns *fact-checkings*, que são hospedados em sites de grandes veículos – como é o caso do americano *The Washington Post’s Fact Checker*, do jornal *The Washington Post*, e do brasileiro *Preto no Branco*, *fact-checking* do jornal *O Globo* –, o *Chequeado.com* é um *fact-checking* independente e, por sua vez, precisa encontrar formas de financiamento para dar continuidade ao projeto. Atualmente, segundo o

⁷³ Metodo. Chequeado. Disponível em: <http://chequeado.com/metodo/>. Acesso: 26/04/2015. Livre tradução da autora. “Por contexto se entiende especialmente el marco socio-económico, histórico y cultural local y siempre que sea posible, el regional y el internacional.”

⁷⁴ Metodo. Chequeado. Disponível em: <http://chequeado.com/metodo/>. Acesso: 26/04/2015. Livre tradução da autora. “En caso de que un lector ponga en aviso a Chequeado sobre un posible error en una nota, el equipo se tomará un máximo de 48 horas para realizar una revisión del contenido cuestionado y, en caso de que corresponda, publicar la corrección.”

próprio site, o financiamento se dá por doações individuais, apoio de empresas, atividades próprias – como organização de oficinas, espaços em outros veículos de comunicação e eventos sobre verificação do discurso público – e cooperação internacional. Além disso, anualmente, o *Chequeado.com* também realiza um evento de arrecadação de fundos durante a semana do Dia do Jornalista, no mês de abril.

Segundo o site, “Para garantir nossa sustentabilidade e independência, temos uma estratégia de diversificação de fundos, que consiste em um equilíbrio entre diversas fontes de financiamento”⁷⁵. Na página chamada “*Financiamiento*” (“Financiamento”), o *fact-checking* argentino explica a origem das ajudas financeiras que recebe, desde 2013, nomeando cada um de seus colaboradores. O orçamento da Fundación La Voz Pública/Chequeado projetado para o ano de 2015, segundo o site, é de 4.514.000 pesos argentinos, provenientes de apoio da empresa argentina *Organización Román (Puerto Asís Argentina S.A)*, de colaboração internacional vinda da *National Endowment for Democracy* pelo projeto *Justiciapedia* e de recursos capitalizados através de atividades próprias, no *Yahoo! Argentina*, pelo espaço oferecido no *Yahoo! News*, no jornal *La Nación*, pela publicação de uma coluna semanal na seção Política, e no *Buenos Aires Herald*, pela publicação de uma coluna quinzenal. O site também não possui publicidade e, segundo Zommer, esse não é o interesse da equipe, no momento:

Nossa estratégia é ter uma fonte de financiamento o mais diversificada possível, com o objetivo de, futuramente, ter apenas financiamento de pequenos doadores – indivíduos que, mensalmente, contribuam com 20, 25, 50 pesos e que, se amanhã deixarem de apoiar nossa causa, possamos substituí-los por outros e isso não afete nossa sustentabilidade, nem nossa percepção de independência sobre que fazemos. No contexto (político) em que estamos, a percepção pública de que somos independentes é valiosa. (ZOMMER, 2013)⁷⁶

⁷⁵ Financiamiento. Chequeado. Disponível em: <http://chequeado.com/financiamiento/>. Acesso: 26/04/2015. Livre tradução da autora. “Para garantizar nuestra sustentabilidad e independencia, tenemos una estrategia de diversificación de fondos, que consiste en un equilibrio entre diversas fuentes de financiamiento.”

⁷⁶ Entrevista Laura Zommer, concedida ao jornal digital Infobae, no dia 31 de outubro de 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=tcoA5kVNjBM>. Acesso: 25/04/2015. . Livre tradução da autora.

5. Preto no Branco: a experiência de checagem nas eleições de 2014 no Brasil

O primeiro blog feito, exclusivamente, para ser um *fact-checking* dito apartidário no Brasil é o *Preto no Branco*, que surgiu das mãos da jornalista Cristina Tardáguila, editora do jornal *O Globo*, no dia 6 de agosto de 2014, para a cobertura política das eleições de 2014. Anteriormente, nas eleições presidenciais de 2010, o jornal *Folha de S. Paulo* já tinha feito uma cobertura com base na checagem de declarações políticas, em uma seção em seu site chamada “Mentirômetro”⁷⁷, mas a proposta, além de não ter sido hospedada em um blog exclusivo para checagens, foi abandonada após as eleições daquele ano e deixava de lado muitos princípios do *fact-checking*, como a exposição de dados. Em 2014, o *Preto no Branco* foi seguido, alguns dias depois, pelo *Truco!*, *fact-checking* criado pela agência de notícias Agência Pública.

De acordo com Tardáguila, a ideia para o *Preto no Branco* surgiu em um encontro de jornalistas organizado pela *Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano*, na cidade de Medellín, na Colômbia, em novembro de 2013, onde a jornalista argentina Laura Zommer ganhou o Prêmio Gabriel García Marquez na categoria “Inovação” pela criação do *fact-checking* *Chequeado.com*⁷⁸, que é referência na América Latina. Em entrevista realizada pela autora no dia 25 de março de 2015, Tardáguila contou que ficou muito tocada com o trabalho e teve longas conversas com Zommer que a ajudaram a consolidar o projeto *Preto no Branco*. De volta ao Brasil, Tardáguila – que, na época, trabalhava na editoria de cultura do jornal *O Globo*, o *Segundo Caderno* – apresentou a ideia para a editoria de política do jornal, que a incentivou a mostrar para outras instâncias até ser aprovado e entrar no ar.

Durante o período das eleições, o blog, hospedado no site do jornal *O Globo*, dedicou-se à checagem de discurso dos presidentiáveis – Dilma Rousseff (PT), Aécio Neves (PSDB), Eduardo Campos (PSB), Marina Silva (PSB), Pastor Everaldo (PSC), Luciana Genro (PSOL), Levy Fidelix (PRTB) e Eduardo Jorge (PV) – e de candidatos a governo do estado, com ênfase no estado do Rio de Janeiro, por se tratar de um jornal carioca, mas com algumas checagens dos candidatos a governador dos estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Maranhão e Distrito Federal. Para a realização das

⁷⁷ Mentirômetro. Folha de S. Paulo. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/especial/2010/eleicoes/mentirometro-mais_recntes.shtml. Acesso: 14/06/2015.

⁷⁸ Aportes de la innovación tecnológica al periodismo iberoamericano. Premio Gabriel Garcia Marquez de Periodismo. Disponível em: http://www.fnpi.org/premioggm2014/2013/12/aportes-de-la-innovacion-tecnologica-al-periodismo-iberoamericano/#_ftn6. Acesso: 24/05/2015.

checagens, o blog adotou sete etiquetas possíveis para a classificação dos discursos analisados: 1) “Verdadeiro”, quando a informação pode ser comprovada como real; 2) “Verdadeiro, mas...”, quando a informação está correta, mas merece ser detalhada; 3) “Exagerado”, quando a informação está correta, mas o dado foi arredondado ou ampliado de forma a ser maximizado; 4) “Insustentável”, quando não há dados públicos que comprovem a informação divulgada; 5) “Ainda é cedo para dizer”; quando a informação poderá vir a ser verdadeira, mas ainda falta um caminho a ser percorrido; 6) “Contraditório”, quando a informação contradiz outra difundida pela mesma fonte anteriormente; e 7) “Falso”, quando a informação passada ao público está errada. Dentre as etiquetas adotadas, apenas duas indicam que a checagem é positiva para o político, a “Verdadeiro” e a “Verdadeiro, mas...”.

Para introduzir esse novo modelo no Brasil, Cristina Tardáguila optou por não arriscar no formato. Enquanto alguns *fact-checkings* no mundo escolhem símbolos e termômetros para representar as mentiras ou verdades dos políticos, o *Preto no Branco* preferiu manter a sobriedade – é um blog com *layout* simples, com a paleta de cores branco, preto e cinza, sem ilustrações –, sinalizando as checagens com etiquetas bem diretas, inspiradas no modelo *Chequeado.com*. Segundo a criadora, esse era uma maneira de ganhar a confiança do público do jornal, já que a checagem de discursos nunca tinha sido introduzida na mídia brasileira.

Era a primeira vez que isso era feito no Brasil, o jornal (*O Globo*) é uma instituição clássica, tradicional, e eu estava com a minha cara no vento. Eu tentei ser o mais sóbria possível. As etiquetas do *Preto no Branco* são graficamente muito sóbrias, sem nenhuma “firula”. (TARDÁGUILA, 2015)

Dos 81 dias entre a inauguração do blog e o dia 26 de outubro de 2014, data em que os eleitores brasileiros foram às urnas votar no segundo turno das eleições, o *Preto no Branco* foi atualizado em 59 dias, com 395 checagens realizadas em cima do discurso dos candidatos, alcançando uma média de quase cinco checagens por dia – número bem acima da média realizada por *fact-checkings* renomados, como o *PolitiFact* e o *FactCheck.org*. De acordo com números fornecidos pelo jornal *O Globo*, o blog *Preto no Branco* tornou-se o segundo mais lido do site, durante o período das eleições, alcançando mais de 2,5 milhões de *page views* ao total, e dos 20 tuítes mais populares – isto é, mais reproduzidos e compartilhados – da história da conta @OGloboPolítica no *Twitter*, que cobre o país inteiro, 15 são do blog *Preto no Branco*.

Embora seja difícil mensurar o impacto do *fact-checking* no público e nos políticos, o resultado foi melhor do que o esperado pela equipe. Segundo Tardáguila, o *Preto no Branco* chamou a atenção dos políticos e teria pautado, inclusive, alguns debates presidenciais na televisão – embora o *Preto no Branco* não tenha sido citado diretamente, o resultado de suas checagens foi colocado em pauta. Uma das vezes teria sido após uma checagem realizada no dia 9 de setembro de 2014 sobre a candidata Marina Silva, que declarou em público que sempre havia votado a favor da Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira (CPMF). O *Preto no Branco* descobriu que isso nunca tinha acontecido, deu uma etiqueta “Falso”⁷⁹ para a candidata e apresentou registros do Senado de que Marina votou quatro vezes contra o tributo – duas vezes em 1995 e duas vezes em 1999 – e, em 2002, não registrou seu voto. A polêmica foi parar em um debate presidencial da Record, no dia 29 de setembro de 2014, e Dilma Rousseff usou isso contra Marina Silva⁸⁰, sem citar que a checagem havia sido feita pelo *Preto no Branco*. “Ninguém nunca falou que era o *Preto no Branco*, mas todo mundo sabia. A gente batia palma aqui dentro da redação”, conta Tardáguila.

Para a jornalista, os políticos perceberam o trabalho que estava sendo realizado pelo *Preto no Branco* e começaram a se preocupar mais com as mentiras – tanto que, ao fim da corrida presidencial, o número de checagens negativas diminuiu. “A Laura (Zommer) fala sempre que o papel do *fact-checker* é elevar o custo da mentira. Tem que ser cada vez mais difícil para o político mentir”, acredita a jornalista.

Em outro momento também ficou claro que os políticos estavam atentos ao que era publicado no blog de Tardáguila. No dia 18 de agosto de 2014, o *Preto no Branco* deu a etiqueta “Falso”⁸¹ para a candidata a governadora do Rio Grande do Sul, Ana Amélia, do Partido Progressista (PP), que disse em seu site que o estado já tinha ocupado o primeiro lugar no Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) nacional e tinha perdido essa posição. No entanto, de acordo com o site do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), que elabora os *rankings* do Índice de Desenvolvimento Humano, o Rio Grande do Sul não figurou em primeiro lugar em nenhum dos três levantamentos estaduais já realizados e disponíveis para consulta

⁷⁹ Marina e a CPMF. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/09/09/marina-cpmf-548921.asp>. Acesso: 16/05/2015.

⁸⁰ Dilma questiona Marina Silva sobre CPMF. Debate presidencial Record 29/09/2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Oop88r9uscY>. Acesso: 16/05/2015.

⁸¹ Ana Amélia e IDH. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/08/18/ana-amelia-idh-546393.asp>. Acesso: 16/05/2015.

online. Após a publicação da checagem, a candidata do PP ligou para o jornal para agradecer e disse que ia corrigir a informação errada em seu site. “Eu estava pronta para ser esbofeteada pelos políticos quando me liga essa senhora e fala ‘olha, vocês tem razão, obrigada, estamos trocando a informação no site’. É bom para todo mundo” (TARDÁGUILA, 2015).

5.1. O método de checagem

Embora não divulgue o método de checagem em sua página, o *Preto no Branco* assumiu uma metodologia durante as checagens dos discursos políticos dos candidatos às eleições de 2014 no Brasil. Segundo Tardáguila (2015), a equipe, normalmente, era composta por quatro pessoas – ela, que é editora do blog, e três repórteres –, mas, em momentos de checagens simultâneas, como acontecia nos debates entre os presidentiáveis na televisão, a equipe ganhava um reforço de outros repórteres do jornal *O Globo*. Ao todo, 33 repórteres da empresa realizaram alguma checagem para o blog *Preto no Branco* durante as eleições de 2014.

A primeira etapa do método é selecionar uma frase dita por uma figura política, que trate de algum assunto relevante para os eleitores. Posteriormente, a editora do blog escolhe o repórter que vai analisar a frase de acordo com sua área de competência – um repórter que entende mais de saúde analisa frases que dizem respeito à saúde pública e o mesmo acontece com repórteres que são especialistas em educação, habitação, programas sociais, sistema prisional, etc. O repórter responsável pela checagem busca dados em fontes públicas e confiáveis – como o Ministério da Saúde, o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a Fundação Getúlio Vargas (FGV) e outros – para fazer a análise do discurso e determinar sua veracidade. Nesta etapa, a credibilidade da fonte é primordial. “Derrubamos muitas checagens porque a base de dados com a qual a gente estava se confrontando era uma base de dados que ninguém conhecia, então era melhor não publicar” (TARDÁGUILA, 2015).

A partir dos dados coletados, o repórter contextualiza com o discurso político, escreve uma pequena análise sobre a checagem e disponibiliza *hiperlinks* com os dados encontrados para a consulta do leitor. Antes de publicar a checagem, a editora faz o caminho novamente, isto é, “checa o checador”, e, por fim, a checagem é publicada no blog e divulgada nas redes sociais do jornal *O Globo*.

Durante o Primeiro Encontro Regional da Rede Global de *Fact-Checkers* (Latam Chequea), que aconteceu entre 6 e 8 de novembro de 2014 em Buenos Aires, Tardáguila foi criticada por alguns *fact-checkers* de outros países por ter feito checagens curtas – com cerca de sete linhas – se comparadas às checagens de *fact-checkings* como *PolitiFact*, *FactCheck.org* e *Chequeado.com*, que realizam grandes reportagens – geralmente, com mais de 30 linhas – sobre cada checagem feita. A defesa do *Preto no Branco*, contudo, é que sua equipe optou por checar uma maior quantidade de discursos de personalidades políticas, em vez de escrever grandes reportagens sobre poucas checagens:

Eles (os *fact-checkers*) disseram que eu não podia falar, por exemplo, que o desemprego estava caindo sem fazer uma grande reportagem sobre o desemprego. Eles me disseram “Aquele frase, da forma como está construída, está falsa ou verdadeira, mas ela deveria gerar uma reportagem gigantesca sobre aquele evento”. Às vezes, quando você para nas três, quatro linhas, o assunto fica mesmo simplificado demais. Então, eu fui um pouco aconselhada a fazer uma coisa mais desenvolvida sobre cada um dos assuntos. Mas a defesa é óbvia: fizemos mais de 300 checagens em 80 dias de eleições. Quando eu falei esse número, o Bill Aldair (criador do *PolitiFact*) quase caiu da cadeira. Ele disse “Que? Eu nunca fiz isso na minha vida! Faço isso há dez anos e não faço assim”. Por que fizemos assim? Foi uma opção. Ele prefere fazer uma checagem muito profunda, uma radiografia do desemprego nos EUA, a fazer um milhão de checagens. É um pouco de estilo de cada um e isso dependeu do caminho que a gente quis seguir. (TARDÁGUILA, 2015)

Outra crítica, contudo, deve ser levada em consideração ao analisar o *Preto no Branco*: o blog não divulga seu método para os leitores. Não há uma página em seu site que explique o passo-a-passo utilizado para a checagem ou que indique a importância da utilização de dados – disponíveis em *hiperlinks* – na verificação do discurso político. A ausência da metodologia no blog poderia quebrar o pacto de confiança mútua, proposto por outros *fact-checkings*, como o próprio *Chequeado.com*, que serviu de inspiração para o *Preto no Branco*.

5.2. A escolha do que será checado

Um dos maiores debates entre os *fact-checkers* é como escolher as declarações que serão checadas (TARDÁGUILA, 2015). Por se tratar de um universo político, o *fact-checker* pode ser acusado de parcialidade partidária, caso não encontre um equilíbrio entre as checagens dos candidatos. Há o perigo de apontar muitas mentiras no

discurso de um candidato e dar mais checagens verdadeiras para outro, por exemplo, apenas por um desequilíbrio na escolha do que deve ser checado, e causar uma impressão irreal no eleitor – de que um candidato é “mais verdadeiro” do que o outro, sem que isso seja necessariamente real. O critério de escolha sobre quais falas serão verificadas é subjetivo, mas cabe ao jornalista tentar encontrar um equilíbrio e basear suas checagens nos discursos que tenham mais relevância na decisão de um voto, de acordo com Tardáguila. A editora afirma que, para a construção do *Preto no Branco* nas eleições, essa seleção foi pensada para que fosse a mais equilibrada possível.

Desde o primeiro dia, com o consentimento da direção do jornal, eu mantive um plano de voo. Nós temos sete classificações, das quais duas eram positivas e o resto era negativo. Eu tinha uma tabela, indicando quantos “Verdadeiros” eu tinha para um candidato, quantos “Verdadeiros” eu tinha para outro. Por acaso ou por sorte, a coisa ficou muito equilibrada, levando em consideração o diferente tempo de exposição (de campanha na televisão) dos candidatos. (...) Em nenhum momento eu queria ser instrumentalizada e acusada de estar defendendo fulano ou cicrano. Algumas vezes eu deixei de publicar coisas porque eu pensei que pudesse desequilibrar essa tabela, sem necessidade. (TARDÁGUILA, 2015)

Até o dia 5 de outubro de 2014, data do primeiro turno das eleições, o *Preto no Branco* realizou 61 checagens sobre o discurso da candidata à reeleição pelo Partido dos Trabalhadores (PT) Dilma Rousseff, chegando ao resultado de 16 falas com a etiqueta “Verdadeiro”; 16 com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; nove com a etiqueta “Exagerado”; nenhuma com a etiqueta “Insustentável”; quatro com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; duas com a etiqueta “Contraditório”; e 14 com a etiqueta “Falso”, totalizando 32 resultados positivos para a candidata, o que representa 52,4% das checagens feitas em nome da presidente Dilma.

Em nome do candidato do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), Aécio Neves, foram realizadas 42 checagens, sendo 18 falas com a etiqueta “Verdadeiro”; três com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; nove com a etiqueta “Exagerado”; um com a etiqueta “Insustentável”; um com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; um com a etiqueta “Contraditório”; e nove com a etiqueta “Falso”, totalizando 21 resultados positivos para o candidato, o que representa 50% das checagens feitas em nome de Aécio, número bastante próximo do alcançado pela candidata do PT.

Para o candidato do Partido Socialista Brasileiro (PSB) Eduardo Campos, foram feitas seis checagens entre os dias 6 e 13 de agosto de 2014, dia da sua morte, sendo duas falas analisadas pelo blog com a etiqueta “Verdadeiro”; uma com a etiqueta

“Verdadeiro, mas...”; duas com a etiqueta “Exagerado”; nenhuma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma com a etiqueta “Contraditório”; e uma com a etiqueta “Falso”, totalizando três resultados positivos para o candidato, o que representa 50% das checagens feitas em nome de Eduardo Campos.

Já para a candidata Marina Silva, que assumiu o posto de presidenciável pelo PSB após a morte de Eduardo Campos e teve a primeira checagem realizada pelo *Preto no Branco* no dia 26 de outubro de 2014, foram feitas 37 checagens, sendo que 11 de suas falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; cinco receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; seis receberam a etiqueta “Exagerado”; uma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; três receberam a etiqueta “Contraditório”; e 11 receberam a etiqueta “Falso”; totalizando 16 resultados positivos para a candidata, o que representa 40,5% das checagens feitas em nome de Marina Silva.

Sobre o discurso do candidato do Partido Social Cristão (PSC) Pastor Everaldo, foram realizadas seis checagens, sendo duas falas analisadas com a etiqueta “Verdadeiro”; nenhuma com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; duas com a etiqueta “Exagerado”; uma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma com a etiqueta “Contraditório”; e uma com a etiqueta “Falso”, totalizando duas checagens positivas para o candidato, o que representa 33,3% das checagens em nome de Pastor Everaldo.

Sobre o discurso da candidata do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), Luciana Genro, foram realizadas cinco checagens, sendo três falas analisadas com a etiqueta “Verdadeiro”; duas com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; nenhuma com a etiqueta “Exagerado”; nenhuma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma com a etiqueta “Contraditório”; e nenhuma com a etiqueta “Falso”, totalizando cinco checagens positivas para a candidata, o que representa 100% das checagens em nome de Luciana Genro.

Para o candidato do Partido Verde (PV), Eduardo Jorge, foram realizadas quatro checagens, sendo uma fala analisada com a etiqueta “Verdadeiro”; nenhuma com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; duas com a etiqueta “Exagerado”; uma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma com a etiqueta “Contraditório”; e nenhuma com a etiqueta “Falso”; totalizando uma checagem

positiva para o candidato, o que representa 25% das checagens em nome de Eduardo Jorge.

Para o candidato do Partido Renovador Trabalhista Brasileiro (PRTB), Levy Fidelix, foram realizadas duas checagens, sendo uma fala com a etiqueta “Verdadeiro”; nenhuma com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; nenhuma com a etiqueta “Exagerado”; nenhuma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma com a etiqueta “Contraditório”; e uma com a etiqueta “Falso”, totalizando uma checagem positiva para o candidato, o que representa 50% das checagens feitas em nome de Levy Fidelix.

Como se pode notar a partir dos dados apresentados acima, houve um equilíbrio entre os dois principais candidatos à presidência, Dilma Rousseff e Aécio Neves, que apresentaram, respectivamente, 52,4% e 50% de resultados positivos – representados pelas etiquetas “Verdadeiro” e “Verdadeiro, mas...” – nas checagens do *Preto no Branco*, mesmo que a candidata do PT tenha tido uma maior quantidade de falas checadas em comparação com o candidato do PSDB. As checagens positivas de outra candidata de relevância na corrida presidencial, Marina Silva, ficaram com um percentual um pouco abaixo, de 40,5%. Os outros quatro candidatos – Pastor Everaldo, Luciana Genro, Eduardo Jorge e Levy Fidelix –, que alcançaram a média de menos de 1% na maioria das pesquisas eleitorais divulgadas na época, tiveram poucas checagens realizadas pelo *Preto no Branco*, se comparados aos três principais presidenciáveis, e, por isso, houve discrepância no número absoluto de checagens positivas e negativas.

No segundo turno, concorrido entre os candidatos Dilma Rousseff e Aécio Neves, as checagens positivas dos dois presidenciáveis também apresentaram percentuais parecidos, embora não tão equilibrados quanto no primeiro turno. Foram feitas 27 checagens sobre a candidata à reeleição Dilma Rousseff (PT), entre os dias 9 e 25 de outubro de 2014, sendo que 14 falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; 4 receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; duas receberam a etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”; uma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma recebeu a etiqueta “Contraditório”; e seis receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 18 checagens positivas para a candidata, o que representa 66,7% das checagens realizadas em nome da presidente Dilma no segundo turno.

Para o candidato Aécio Neves, foram feitas 30 checagens, também entre os dias 9 e 25 de outubro de 2014, sendo que 19 de suas falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; quatro receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; uma recebeu a etiqueta

“Exagerado”; uma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma recebeu a etiqueta “Contraditório”; e cinco receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 23 checagens positivas para o candidato, o que representa 76,7% de checagens positivas feitas em nome do candidato Aécio Neves durante o segundo turno.

No que diz respeito às checagens na campanha para governo do estado do Rio de Janeiro, contudo, não houve grande preocupação em busca de equilíbrio ou imparcialidade. A candidata Dayse Oliveira, do Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado (PSTU), por exemplo, foi a única candidata que não teve nenhuma fala checada pelo blog.

Durante o primeiro turno das eleições, foram feitas 33 checagens sobre o candidato à reeleição Luiz Fernando Pezão, do Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), sendo que 11 falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; três receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; oito receberam a etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; duas receberam a etiqueta “Contraditório”; e nove receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 14 checagens positivas para o candidato, o que representa 42,4% das checagens realizadas em nome de Luiz Fernando Pezão.

Em nome de Marcelo Crivella, candidato do Partido Republicano Brasileiro (PRB), foram feitas 27 checagens, sendo que 9 de suas falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; uma recebeu a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; três receberam a etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”, uma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; duas receberam a etiqueta “Contraditório” e 11 receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 10 checagens positivas para o candidato, o que representa 37% das checagens realizadas em nome de Marcelo Crivella. Sobre o candidato do PRB, o *Preto no Branco* também publicou a matéria “De 84 obras de Crivella como engenheiro, 75 são em templos”⁸², no dia 2 de setembro de 2014.

Sobre o candidato do Anthony Garotinho, do Partido da República (PR), foram feitas 18 checagens, sendo que quatro falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; três receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; quatro receberam a etiqueta “Exagerado”; uma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para

⁸² LIMA, Leandra. Preto no Branco: de 84 obras de Crivella, 75 são em templos. O Globo. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/brasil/preto-no-branco-de-84-obras-de-crivella-como-engenheiro-75-sao-em-templos-13799395>. Acesso: 05/04/2015.

dizer”; uma recebeu a etiqueta “Contraditório” e cinco receberam a etiqueta “Falso”, totalizando sete checagens positivas para o candidato, o que representa 38,8% das checagens realizadas em nome de Anthony Garotinho.

Sobre o candidato Lindbergh Farias, do Partido dos Trabalhadores (PT), foram feitas 25 checagens, sendo 13 falas com a etiqueta “Verdadeiro”; três com a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; quatro com a etiqueta “Exagerado”; uma com a etiqueta “Insustentável”; nenhuma com a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; uma com a etiqueta “Contraditório”; e três com a etiqueta “Falso”, totalizando 16 checagens positivas para o candidato, o que representa 64% das checagens realizadas em nome de Lindbergh Farias.

Sobre o candidato Tarcísio Motta, do Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), foram feitas seis checagens, sendo que quatro receberam a etiqueta “Verdadeiro”; nenhuma recebeu a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; uma recebeu a etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma recebeu a etiqueta “Contraditório”; e uma recebeu a etiqueta “Falso”, totalizando quatro checagens positivas para o candidato, o que representa 66,67% das checagens realizadas em nome de Tarcísio Motta.

Sobre o candidato Ney Nunes, do Partido Comunista Brasileiro (PCB), foi feita uma única checagem, que recebeu a etiqueta “Verdadeiro”, isto é, a checagem positiva totalizou 100% das checagens feitas em nome do Ney Nunes.

No segundo turno para governador do estado do Rio de Janeiro, concorrido entre os candidatos Luiz Fernando Pezão e Marcelo Crivella, a quantidade de checagens não ficou tão equilibrada – foram 20 falas verificadas de Crivella e 11 de Pezão – embora os percentuais de checagens positivas dos dois candidatos tenham sido parecidos. Foram feitas 11 checagens sobre o candidato Luiz Fernando Pezão, entre os dias 8 e 25 de outubro de 2014, sendo que cinco falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; nenhuma recebeu a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; nenhuma recebeu a etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”; uma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; uma recebeu a etiqueta “Contraditório”; e quatro receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 5 checagens positivas para o candidato, o que representa 45% das checagens realizadas em nome de Pezão, no segundo turno.

Para o candidato Marcelo Crivella, foram feitas 20 checagens, também entre os dias 8 e 25 de outubro de 2014, sendo que oito de suas falas receberam a etiqueta “Verdadeiro”; duas receberam a etiqueta “Verdadeiro, mas...”; quatro receberam a

etiqueta “Exagerado”; nenhuma recebeu a etiqueta “Insustentável”; nenhuma recebeu a etiqueta “Ainda é cedo para dizer”; nenhuma recebeu a etiqueta “Contraditório”; e seis receberam a etiqueta “Falso”, totalizando 10 checagens positivas para o candidato, o que representa 50% de checagens positivas feitas em nome de Crivella durante o segundo turno.

Ao longo do primeiro turno das eleições, além de checagens sobre os discursos dos presidenciáveis e dos candidatos ao governo do estado do Rio, o blog *Preto no Branco* realizou checagens sobre os candidatos a governadores dos estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Maranhão e para o Distrito Federal, totalizando 34 checagens. Nota-se que, durante as eleições de 2014 no país, nenhuma checagem foi feita para candidatos a deputados federais ou estaduais e senadores.

5.3. Uma ferramenta só para o período eleitoral?

Embora tenha apresentado uma atualização intensa durante as eleições de 2014, o *fact-checking* brasileiro *Preto no Branco* não manteve o ritmo de checagem após o término do segundo turno, no dia 26 de outubro de 2014. A primeira checagem após esta data ocorreu apenas no dia 18 de novembro de 2014, quando o blog classificou com a etiqueta “Verdadeiro” a afirmação da presidente Dilma Rousseff, realizada no dia 16 de novembro após sessão plenária da Cúpula do G20, de que “No caso do Brasil, nós estamos, em termos de energia elétrica, em uma situação bastante razoável porque, hoje, nós temos mais que 99% da nossa população atendida por energia elétrica”⁸³. Essa checagem fez parte da I Maratona Internacional de *Fact-Checking*⁸⁴, uma iniciativa de nove sites de *fact-checking* – *Preto no Branco*, do Brasil, *Politifact* e *The Washington Post’s Fact Checker*, ambos dos Estados Unidos, *FactCheckEU*, da União Europeia, *Pagella Politica*, da Itália, *Chequeado.com*, da Argentina, *Africa Check*, da África do Sul, *Dogruluk Payi*, da Turquia, e *ABC News Fact Check*, da Austrália – para checar os discursos de líderes políticos ao redor do mundo durante a Cúpula do G20, que aconteceu entre os dias 15 e 17 de novembro de 2014, em Brisbane, na Austrália.

⁸³ G20: Dilma e a eletricidade no Brasil. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/11/18/g20-dilma-eletricidade-no-brasil-555044.asp>. Acesso: 16/05/2015.

⁸⁴ G20 Fact-checkathon. Disponível em: <https://prezi.com/lcpp-zgzhniz/g20-fact-checkathon/>. Acesso: 16/05/2015.

Além da checagem sobre o discurso de Dilma durante a Cúpula do G20, o *Preto no Branco* disponibilizou as checagens realizadas pelos outros *fact-checkings* que participaram da maratona, contabilizando um total de nove checagens entre os dias 18 e 19 de novembro. Depois desta maratona especial, foram feitas apenas três checagens até o fim do ano de 2014. Em 3 de dezembro, o blog classificou como “Exagerado” uma fala do secretário de Mudanças Climáticas e Qualidade Ambiental do Ministério do Meio Ambiente, Carlos Augusto Klink, e, no dia 5 de dezembro, fez duas checagens sobre os discursos do ex-presidente Lula e da presidente Dilma Rousseff durante evento promovido pela União das Nações Unidas, e ambos receberam “Verdadeiro”.

Nos dias 1 e 2 de janeiro de 2015, o blog foi atualizado com dez checagens – sete “Verdadeiros”, um “Contraditório”, um “Exagerado” e um “Falso” – durante a posse da presidente Dilma Rousseff e dos ministros. Posteriormente, em 27 de janeiro, vieram mais duas checagens, durante a primeira reunião ministerial do segundo mandato de Dilma Rousseff, do, então, ministro da Educação, Cid Gomes, e ministro da Secretaria de Relações Institucionais, Pepe Vargas – as falas de ambos receberam a etiqueta “Falso”. O blog permaneceu sem atualizações até o dia 1 de março, quando postou quatro checagens realizadas pelo *fact-checking Chequeado.com* durante um discurso feito pela presidente argentina Cristina Kirchner no Congresso do país.

No dia 6 de março de 2015, o *Preto no Branco* participou de uma segunda maratona de checagens, dessa vez um especial para o Dia das Mulheres⁸⁵, ao lado de nove *fact-checkings* internacionais – *Africa Check*, da África do Sul, *Chequeado.com*, da Argentina, *Dogruluk Payi*, da Turquia, *El Poligrafo*, do Chile, *FactCheckEU*, da União Europeia, *Pagella Politica*, da Itália, *UYCheck*, do Uruguai, *PolitiFact* e *The Washington Post’s Fact Checker*, ambos dos Estados Unidos. Para esta segunda maratona, o *Preto no Branco* classificou como “Ainda é cedo para dizer” a fala de Dilma Rousseff, durante seminário realizado no dia 1º de março de 2015 no Chile, afirmando que “Estamos implantando em todas as 27 capitais do País uma Casa da Mulher Brasileira”⁸⁶.

Além das checagens, o blog postou, desde o fim das eleições de 2014, três matérias relacionadas à ferramenta *fact-checking*: “Na Turquia: ‘números são usados

⁸⁵ International Women’s Day Factcheckathon. Disponível em: <http://factcheckathon.com/>. Acesso: 07/06/2015.

⁸⁶ Dilma e as mulheres. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2015/03/06/dilma-as-mulheres-562393.asp>. Acesso: 24/05/2015.

como armas”⁸⁷; “‘É ‘uma obrigação desafiar as mentiras dos políticos’, diz Brooks Jackson”⁸⁸; e “Preto no Branco em debate na Argentina”⁸⁹.

A partir desta análise, é possível dizer que desde o final das eleições, no dia 26 de outubro de 2014, até o dia 24 de maio de 2015 – um período de 211 dias – o blog foi atualizado com 28 checagens, apenas. O número é muito pequeno se comparado a *fact-checkings* internacionais de relevância, como o *Chequeado.com* – que, como dito no capítulo 4, realizou 24 checagens em 32 dias – ou o *PolitiFact* – que, do dia 23 de abril ao dia 22 de maio, um período de 30 dias, realizou 20 checagens.

Este, talvez, seja o maior desafio do *Preto no Branco*: manter o blog atualizado com checagens dos discursos políticos mesmo fora do período eleitoral. Dentro da redação do jornal *O Globo*, não há uma equipe exclusiva para trabalhar no *Preto no Branco*, o que provavelmente dificulta a atualização do blog ao longo do ano. Tardáguila é editora assistente do caderno de Política do jornal e os repórteres que trabalharam com ela no *fact-checking* durante as eleições de 2014 estão divididos em outras editorias – Sociedade, Economia, Política, Rio. Diante da rotina diária da redação, a experiência do “novato” *fact-checking* foi deixada de lado.

Segundo Aldair (2014), ainda é difícil para as organizações midiáticas se comprometerem com algo “novo” como o *fact-checking*, mas o desafio está justamente em descobrir e explorar o potencial da verificação do discurso político também fora das campanhas eleitorais:

Acredito que o grande desafio para a mídia é perceber o quanto é importante continuar o *fact-checking* após o período de eleições. Não é como se os políticos parassem de mentir depois que são eleitos. O *fact-checking* é tão significativo durante o governo como é durante as campanhas. (ALDAIR, 2014)⁹⁰

Tardáguila (2015) faz outra importante observação: absolutamente todo jornalista precisa ser um *fact-checker*, não apenas o jornalista político. Embora a

⁸⁷ Na Turquia: números são usados como armas. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/12/15/na-turquia-numeros-sao-usados-como-armas-556963.asp>. Acesso: 24/05/2015.

⁸⁸ ‘É uma obrigação desafiar as mentiras dos políticos’, diz Brooks Jackson. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/11/16/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.asp>. Acesso: 24/05/2015.

⁸⁹ Preto no Branco em debate na Argentina. Preto no Branco. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/posts/2014/11/13/preto-no-branco-em-debate-na-argentina-554634.asp>. Acesso: 24/05/2015.

⁹⁰ Fact-Checking around the world. ABC News Australia. Disponível em: <https://vimeo.com/98216224>. Acesso: 16/05/2015. Livre tradução da autora.

verificação do discurso político seja a “cereja do bolo” da maioria dos *fact-checkers*, a experiência com o *fact-checking* demonstra que os jornalistas de todas as áreas – de Política, Economia, Cultura, Esportes, Educação, Meio-Ambiente, Saúde – precisam estar atentos à verificação das informações. Um exemplo para esta afirmação é o *fact-checking* sulafricano *Africa Check*, que, durante a propagação do vírus ebola pelo continente africano no início de 2014, investigou e publicou informes que desmistificavam rumores sobre a doença⁹¹.

Primordialmente, o que distingue o *fact-checking* é seu objetivo principal de chamar atenção para os erros ou acertos nos discursos, divulgando-os abertamente. O jornalista tradicional, em contrapartida, muitas vezes não tem interesse em ressaltar os equívocos de suas fontes, já que se ausenta de culpa ao informar que aquela é a declaração de seu entrevistado, e não sua – “de acordo com o político...”; “o político teria dito...”; “a autoridade informou que...”. Com a internet, contudo, o papel primordial de um jornalista deixou de ser, apenas, intermediar a chegada da informação ao receptor, já que uma personalidade pública pode, diretamente, falar com seu público. O jornalista, com o *fact-checking*, pode redescobrir – e reforçar – uma atividade essencial à profissão:

Se eu sou a presidente da República e posto alguma coisa no meu *Twitter*, imediatamente, três milhões de brasileiros recebem aquela informação. Então, qual é o papel do jornalista hoje em dia? Ele não é mais o intermediário. Ele tem que ser o cara que tira a “teia de aranha” de cima daquilo que já chegou à população. Não tem mais essa necessidade de ser só o transmissor da informação. E os *fact-checkers* acreditam que é por causa disso que teve um “boom”. É cada vez mais fácil para a fonte falar diretamente com o leitor e o jornalista precisa encontrar uma nova posição para ele. Não é mais a de alto-falante. É o cara que tira a poeira e fala “olha, ele falou isso aqui, mas não é bem assim” ou “sim, pode acreditar”. O jornalista, agora, é o cara que separa o joio do trigo. O que é qualidade e o que não é. Os *fact-checkers* entendem que essa é a nova condição de todo repórter. (TARDÁGUILA, 2015)

A partir da fala de Tardáguila, é possível estabelecer um diálogo sobre os novos rumos do jornalismo. A experiência do *fact-checking*, além de ser válida para todas as áreas de uma redação jornalística – e, também por isso, não deve ser limitada aos curtos períodos eleitorais –, pode ser encarada como uma possibilidade de reinvenção na

⁹¹ NGUYEN, Ashley. Africa Check fue clave para identificar falsos rumores durante la crisis del Ébola. International Journalist Network (Ijnet). Disponível em: <https://ijnet.org/es/blog/africa-check-fue-clave-para-identificar-falsos-rumores-durante-la-cri-sis-del-%C3%A9bola>. Acesso: 13/06/2015.

profissão. Na era dos boatos, o jornalista precisa provar que ainda é necessário separar as verdades das mentiras; é primordial valorizar os fatos em um universo de boatos. Um dos possíveis caminhos para o bom jornalismo, portanto, pode ser a aposta neste produto cada vez mais necessário no mercado de informação – a checagem de fatos.

6. Conclusão

Ainda há muito para se pesquisar e compreender sobre o *fact-checking*, prática jornalística que checa o discurso político a partir da divulgação de dados que comprovem ou refutem o que foi dito. Além de ser uma prática recente – o primeiro modelo surgiu em 2003, nos Estados Unidos – e, por isso, ainda haver poucas pesquisas e artigos na área – nenhuma realizada no Brasil –, é difícil analisar este modelo no contexto brasileiro. No país, até o momento, foram criados apenas dois espaços online dedicados, exclusivamente, ao *fact-checking* e ambos, em grande parte, se limitaram a checagens durante o período de campanha política para as eleições de 2014 no Brasil: o blog *Preto no Branco*, do jornal *O Globo*, e o blog *Truco!*, da agência de notícias Agência Pública. Apesar da dificuldade para analisar os efeitos do *fact-checking*, os meses de pesquisa que resultaram neste trabalho foram importantes para a autora perceber o funcionamento e a importância da verificação de discursos para a profissão do jornalista, além de traçar possíveis cenários para o futuro da prática de checagem.

Nas redações jornalísticas, editores e repórteres precisam, cada vez mais, aprender a lidar com o modelo do jornal online e, entre tantos percalços, ainda não se compreende bem como fazer para o veículo demonstrar eficácia dentro de um cenário que ainda preza pela velocidade – isto é, pela necessidade de publicar uma notícia sempre antes que o concorrente. Essa obrigação de informar com rapidez desenfreada, entretanto, pode ser uma das responsáveis pela falta de tempo para que o repórter cheque o conteúdo que dizem suas fontes. Em muitos casos, o jornalista, que precisa ter pressa para publicar sua matéria, prefere se eximir de culpa, informando que aquele conteúdo é de responsabilidade de seu entrevistado – a partir de elementos na matéria como “segundo o candidato...”, “de acordo com o que disse o deputado...”, “a autoridade informou que...” –, sem confirmar as informações que estão sendo passadas ao público através da voz de sua fonte.

A internet, com seu intenso fluxo de informações, também facilitou a propagação de “boatos eletrônicos”, que são compartilhados por usuários comuns, sem compromisso com a veracidade, em redes sociais, criando, muitas vezes, uma cadeia de mentiras. E, neste contexto, surgiu o *fact-checking*, uma espécie de reinvenção da imprensa para agir como filtro diante das informações que não são verdadeiras.

Não seria justo falar apenas mal da internet. É através da Web, também, que o repórter, por exemplo, passou a ter acesso, com mais facilidade e velocidade, a

documentos oficiais, relatórios do governo, transcrições instantâneas e outras ferramentas que o ajudam a embasar suas reportagens. Sem esse material, talvez não fosse possível levantar dados para sustentar os sites *fact-checking*.

Algumas pesquisas tentam compreender a eficácia do *fact-checking*. A questão chega a ser polêmica, já que os mais céticos com relação à prática de verificação a invalidam por não acreditarem que ela é capaz de fazer com que os políticos mintam menos. Contudo, é importante ressaltar que esse não é o propósito primordial do *fact-checking* – aliás, seria utópico acreditar que algum jornalista tem a responsabilidade ou o potencial de fazer com que os políticos mintam menos. Conforme foi analisado neste trabalho, os espaços de checagem têm como foco seus leitores e seu objetivo é mantê-los mais informados com relação a seus candidatos ou políticos eleitos. A descrição do *Chequeado.com* parece a ideal para explicar o objetivo dos *fact-checkings*: “valorizar a verdade e elevar o custo da mentira”.

Ao longo deste trabalho, foram analisados diferentes modelos de *fact-checking*, de diferentes países, com diferentes contextos sociopolíticos. A comparação, embora seja inevitável, é bastante complicada. Tanto Estados Unidos, pioneiros na prática de checagem e país com mais *fact-checkings* – são 22 projetos, segundo o *Duke Reporters’ Lab* –, quanto Argentina – país de origem do *Chequeado.com*, *fact-checking* que inspirou os modelos brasileiros – apresentam hábitos e cenários políticos distintos dos nossos. Contudo, a análise de modelos de checagem em outros países é importante, até mesmo para inspirar e compreender os *fact-checkings* criados no Brasil.

São dezenas de modelos existentes de *fact-checking*, mas, após as análises, foi possível notar dois formatos principais: há blogs que fazem checagens apenas analisando e contextualizando o discurso, sem classificá-lo em uma “escala de verdade”, como o *FactCheck.org*, e existem aqueles que, além da contextualização, utilizam escalas, símbolos ou termômetros para a compreensão das checagens, como faz a maioria dos *fact-checkings* analisados – *PolitiFact*, *The Washington Post’s Fact Check*, *Chequeado.com*, *Preto no Branco*, etc. Embora o criador do *FactCheck.org*, Brooks Jackson, argumente que essas classificações prejudicam a checagem, por simplificarem demais a temática, este trabalho chegou a conclusão de que a utilização de escalas, símbolos ou termômetros tem o potencial de atrair o leitor para o assunto, sem que o jornalismo aprofundado seja substituído, já que as classificações são acompanhadas por análises e contextualizações aprofundadas.

A autora também pode perceber a inevitável subjetividade na hora da escolha de quais discursos serão selecionados para a checagem. Esse é um debate constante entre muitos *fact-checkers*, que não querem correr o risco de, por um desequilíbrio na seleção de quais falas serão checadas, insinuar para os leitores que um candidato é “mais verdadeiro do que o outro” sem que, necessariamente, isso seja verdade. A escolha dos discursos que serão checados, apesar de ser subjetiva, deve seguir, então, os critérios de noticiabilidade e focar nos discursos que tenham maior relevância na decisão de um voto e que interfiram mais diretamente na população.

Outro ponto importante que deve ser destacado, principalmente quando se fala em um novo formato de jornalismo, é o financiamento do projeto. O trabalho tratou desse assunto a partir do exemplo do *Chequeado.com*, o *fact-checking* argentino que foi criado de forma independente e apartidária pela jornalista Laura Zommer, em 2010. O site, que explicita a origem de seu financiamento em uma de suas páginas, é sustentado por meio de doações individuais, apoio de empresas e atividades próprias. O *Chequeado.com* adquiriu uma forma de manter sua percepção de independência, investindo na diversificação de fundos e apostando na exclusividade do financiamento de pequenos doadores que, caso deixem de apoiar a causa, possam ser substituídos por outros. Em se tratando de um site de conteúdo exclusivamente político, também é importante dizer que o *Chequeado.com* não apresenta publicidades em sua página – algo que não necessariamente invalidaria sua independência e qualidade nas investigações políticas, mas, caso fosse feito, deveria ser pensado com muito cuidado, para não se tornar refém do conteúdo publicitário.

É possível apontar erros e acertos no *Preto no Branco*, *fact-checking* brasileiro escolhido para ser analisado neste trabalho. É importante valorizar a iniciativa de Cristina Tardáguila, criadora do blog, que conseguiu mobilizar uma grande equipe do jornal *O Globo* – 33 repórteres – para participar das 395 checagens, feitas em apenas 81 dias, entre a inauguração do blog, no dia 6 de agosto de 2014, e a data que os eleitores brasileiros foram às urnas votar no segundo turno das eleições, no dia 26 de outubro de 2014. A partir de análises das postagens feitas pelo *Preto no Branco*, ficou claro que o foco do blog era fazer uma grande quantidade de checagens, priorizando a instantaneidade durante os debates televisivos entre presidentiáveis ou candidatos a governador do estado do Rio de Janeiro. Um objetivo foi alcançado: o blog conquistou uma média de quase cinco checagens diárias e tornou-se o segundo blog mais lido do site durante o período das eleições. Contudo, ao priorizar a velocidade das checagens,

elas não ganharam o aprofundamento e a contextualização que se pode notar em outros *fact-checkings*, como o *FactCheck.org* e o *Chequeado.com*.

Com base comparativa nos modelos de alguns *fact-checkings* internacionais, a autora considera três iniciativas que poderiam ser tomadas pelo *Preto no Branco* para melhorar sua qualidade como checador de discurso político, no Brasil. A primeira seria a divulgação do método para os eleitores, como forma de reforçar o pacto de confiança entre emissor e receptor, que é um dos princípios básicos da checagem do discurso político. Posteriormente, uma medida interessante para o blog seria criar um espaço dedicado à participação dos leitores, permitindo que eles sugerissem discursos para serem checados ou ajudar nas checagens, inspirado no modelo realizado pelo argentino *Chequeado.com* ou pelo belga *FactCheckEU*. Por último, a autora considera de extrema importância que o *Preto no Branco* mantenha-se atualizado fora do período das eleições, pois, como disse Bill Aldair (2014), criador do *PolitiFact*, “Não é como se os políticos parassem de mentir depois que são eleitos”.

Um tema chamou a atenção da autora durante a análise do *Preto no Branco*: não foi realizada nenhuma checagem em cima dos discursos de candidatos ou políticos eleitos pelo poder Legislativo – deputados estaduais e federais ou senadores, por exemplo. Embora a autora não tenha investigado a razão para este acontecimento, cabe aqui uma opinião pessoal: é possível que os eleitores brasileiros ainda se interessem mais pelas eleições do poder Executivo, que compreendem a escolha eleitoral para presidente e governador. Uma importante iniciativa de um *fact-checking* brasileiro poderia ser a checagem de discursos no Congresso, para munir os eleitores com mais informações sobre seus candidatos.

Por fim, a opinião da autora, como uma das principais conclusões deste trabalho, é que a prática de checagem de informação pode ser uma das apostas para o futuro do jornalismo, que hoje vive uma crise de identidade causada, principalmente, pela grande quantidade de conteúdo que é divulgada, gratuitamente, na internet, mas que, muitas vezes, não tem compromisso com a verdade. Embora este trabalho tenha se limitado à área política, a prática do *fact-checking* pode servir como exemplo para jornalistas de todas as áreas. Esse pode ser o momento para o repórter se diferenciar como o profissional que tem o compromisso de transmitir conteúdos com veracidade – uma mercadoria cada vez mais rara, em tempos de banalização da informação na internet.

7. Referências Bibliográficas

Livros, artigos, dissertações, teses

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”: o fetiche da velocidade**. Rio de Janeiro: Editora Revan, 2002.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2004.

_____. **A força da Mídia Social**. 2ª edição. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2014.

VIEIRA, Livia de Souza. **Parâmetros Éticos para uma política de correção de erros no jornalismo online**. Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina. Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofolletti. Florianópolis, 2014.

Pesquisa Brasileira de Mídia 2015. **Hábitos de Consumo de Mídia Pela População Brasileira**. Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso: 02/05/2015.

GRAVES, Lucas. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. Nova York: Universidade Columbia, 2013.

MYERS, Steve. Fact-Checking 2.0. *In*: MC BRIDE, Kelly; ROSENSTIEL, Tom (coord.). **The New Ethics of Journalism: Principles for the 21st Century**. Los Angeles: Sage, 2014. p. 61-78.

AMAZEEN, Michelle.; THORSON, Emily.; MUDDIMAN, Ashley. & GRAVES, Lucas. **A Comparison of Correction Formats: The Effectiveness and Effects of Rating Scale versus Contextual Corrections on Misinformation**. Washington: American Press Institute, 2015.

WALDMAN, Paul. **Does the Fact-Checking Work?**. The American Prospect, 2011. Disponível em: <<https://prospect.org/article/does-fact-checking-work>>. Acesso em: 12 de abril de 2015.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Effects of Fact-Checking Threat: results from a field experiment in the states**. Washington: New America Foundation, 2012.

WEMPLE, Erick. **Fact-checking makes voters ‘harder to fool’: Claim**. The Washington Post, 2012. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/blogs/erik-wemple/post/fact-checking-makes-voters-harder-to-fool/2012/11/07/4336fe98-2919-11e2-96b6-8e6a7524553f_blog.html> Acesso em: 06 de junho de 2015.

GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; CHAMBERS, Lucy. **The Data Journalism Handbook**. Londres: Open Knowledge Foundation, 2011. Disponível em: <<http://datajournalismhandbook.org/pt/>>. Acesso: 09/05/2015.

ROGERS, Simon. **Facts are sacred: the power of data**. Londres: Faber and Faber, 2013.

DI SANTI, Matías; SOHR, Olivia; ZOMMER, Laura. **Guía Chequeado.com: aportes para verificar el discurso público**. Buenos Aires: Friedrich Ebert Stiftung, 2012.

POMARES, Julia; GUZMÁN, Noelia. **The hardest check: measuring the impact of fact-checking**. Buenos Aires: Chequeado.com. 2014.

KESSLER, Glenn. **The global boom of fact-checking**. The Washington Post, 2014. Disponível em: <<http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/wp/2014/06/13/the-global-boom-in-fact-checking/>>. Acesso em: 15/03/2015.

SPIVAK, Cary. **The Fact-Checking Explosion**. American Journalism Review, 2010. Disponível em: <<http://ajrarchive.org/Article.asp?id=4980>>. Acesso em: 15/04/2015.

Entrevistas em vídeo

ZOMMER, Laura. *In*: INFOBAE, 2013. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=tcoA5kVNJbM>>. Acesso: 25/04/2015

ALDAIR, Bill. *In: ABC News Australia*, 2014. Disponível em: <https://vimeo.com/98216224>>. Acesso: 24/05/2015.

Websites

Preto no Branco

<http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/>

Chequeado.com

<http://chequeado.com/>

PolitiFact

<http://politifact.com/>

FactCheck.org

<http://www.factcheck.org/>

The Washington Post's Fact Checker

<http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/>

AfricaCheck

<http://africacheck.org/>

StopFake

<http://www.stopfake.org/>

Duke Reporters' Lab

<https://reporterslab.org/>

G20 Fact-checkathon

<https://prezi.com/lcpp-zgzhniz/g20-fact-checkathon/>

International Women's Day Fact-checkathon

<http://factcheckathon.com/>

9. Apêndice

Entrevista com a jornalista Cristina Tardáguila, criadora do *Preto no Branco*, realizada no dia 25 de março de 2015, pela autora deste trabalho.

Como e quando surgiu a ideia do *Preto no Branco*? Pelo que eu vi no blog, a primeira postagem foi dia 6 de agosto.

A primeira postagem foi no dia 6 de agosto de 2014. O *Preto no Branco* nasceu depois de eu ter participado de um encontro de jornalistas em Medellín, na Colômbia, em novembro de 2013, organizado pela Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano. Todos os anos, eles dão uma premiação para os melhores jornalistas no mundo. Eu fui chamada para ir para lá e um dos premiados foi o *Chequeado.com*, um site argentino que é a principal referência da América Latina em *fact-checking*. Eu fiquei muito tocada com a apresentação, eles fizeram um trabalho incrível na Argentina e ganharam esse prêmio por terem feito uma checagem do discurso da (presidente) Cristina Kirchner quando ela fecha o ano no Congresso, no dia primeiro de março. Para a checagem, eles juntaram um monte de gente em uma universidade em Buenos Aires, na faculdade de Direito, e fizeram uma mesa por assunto. Então, tinha uma mesa de Educação, uma mesa de Saúde, uma mesa de Habitação. Toda hora que ela falava um assunto, aquela mesa entrava em ação e rapidamente checava o fato e, em um segundo nível, fazia um detalhamento da checagem. Eu fiquei muito tocada com aquilo, fiquei me perguntando como a gente não fazia isso no Brasil e fiquei muito amiga da Laura Zommer (criadora do *Chequeado.com*). Aí voltei para o jornal (*O Globo*), na época ainda estava trabalhando no Segundo Caderno, com aquela inquietação. Falei com a editora de política do jornal e apresentei o projeto, ela gostou e me incentivou a mostrar a outras instâncias e eles aprovaram. Então, a gente colocou no ar pela primeira vez dia 6 de agosto mesmo.

Como as declarações são escolhidas? São sugestões dos repórteres?

Esse é sempre um grande debate em qualquer universo de checagem, é um assunto discutido em vários grupos internacionais de *fact-checkers* que a gente participa. Como é que você vai escolher? Há vários momentos no meio das eleições. Existe uma coisa que é o debate ao vivo na televisão, na Rede Globo, e você tem que tentar checar o máximo de informações possíveis, porque aquilo está atingindo um número imenso de pessoas. Então, a gente fazia assim: qualquer frase que a gente sentia que havia uma possibilidade de checar, a gente tentava checar. É um momento de grande exposição! Em uma ocasião mais serena, por exemplo, como uma sabatina d'*O Globo*, a gente tem mais tempo, é a nossa casa. Então, a gente selecionava o que pudesse ter mais impacto, ou seja, que pudesse mudar o voto de uma pessoa. O critério é um pouco subjetivo, sim, mas, sobretudo, pensamos no seguinte: qual é a relevância daquilo na decisão do voto? Vou dar um exemplo pra você ver: eu, pessoalmente, fui muito criticada por ter dado um “Verdadeiro” pro Aécio, durante uma checagem. Ele foi no (programa da Rede Globo) “Bom Dia, Brasil” e falou assim, “Temos (em Minas Gerais) o maior número de municípios”. Eu falei me dispus a checar isso e aí publiquei um “Verdadeiro” para o Aécio, de fato Minas Gerais é o estado com o maior número de cidades (são 853 municípios). Todo mundo falou “Ah, que palhaçada, isso é uma idiotice”. Bom, mais ou menos, e se ele tivesse errado?

Se ele, que é ex-governador, estivesse errado seria muito significativo...

Exato, ele estaria indicando que não sabe nem do estado dele. Tem horas que parece que uma checagem é inútil, tem horas que ela é inútil mesmo e tem horas que ela não é. Acho que vale apostar em todas as possibilidades.

No segundo turno ficou bem claro que houve um equilíbrio de checagem entre os presidenciais: foram 27 pra Dilma e 30 pro Aécio. Isso foi pensado?

Eu tive esse cuidado. Desde o primeiro dia, com o consentimento da direção do jornal, eu mantive um plano de voo. Assim, eu tinha uma planilha: nós temos sete classificações, das quais duas eram positivas (“Verdadeiro” e “Verdadeiro, mas...”) e o resto era negativo (“Falso”, “Contraditório”, “Insustentável”, “Exagerado”, “Ainda é cedo para dizer”). Então eu tinha uma tabela, indicando quantos verdadeiros eu tenho pra um candidato, quantos verdadeiros eu tenho pra outro. Por acaso ou por sorte, a

coisa ficou muito equilibrada, levando em consideração o tempo de exposição. A Dilma tinha obviamente mais exposição que o Aécio e muito mais exposição que a Marina, então, no número absoluto, ela vai ter mais “Verdadeiro” e mais “Falso”, mas na proporcionalidade ela vai ter um número bem parecido com o da Marina e do Aécio, nos “Verdadeiro” e nos “Falso”. Em nenhum momento eu queria ser instrumentalizada de “Ah, vocês estão defendendo fulano ou cicrano”. Algumas vezes eu deixei de publicar coisas porque eu pensei que pudesse desequilibrar essa tabela, sem necessidade. Mas, no segundo turno, eu lembro que a gente fez uma postagem do balanço das checagens (Matéria: “Candidatos mais ‘verdadeiros’ no final”). Eles aprenderam. A sensação que a gente teve é que eles entenderam o nosso trabalho e começaram a se preparar melhor.

Os políticos?

Sim. Eu até entrevistei alguns assessores de comunicação das campanhas e eles disseram que sim, realmente eles perceberam que no quê a gente estava trabalhando, perceberam o impacto que estava tendo isso nas redes e que, obviamente, eles tinham um cuidado maior na preparação do discurso dos caras.

Esses sete termos são bem parecidos com o *Chequeado.com* né?

Sim, totalmente.

Outros *fact-checkings* escolhem termômetros ou símbolos para classificar as checagens. Algumas pessoas criticam isso, como se fosse simplificar um assunto que é muito sério. Você acha que isso acontece? Esses termômetros podem simplificar demais? Ou seria algo bom, já que eles popularizam mais?

Olha, acho que tem duas questões aí dentro. Primeiro, eu nunca posso dizer que o *Preto no Branco* não é 100% inspirado no *Chequeado.com*. Porque é. As etiquetas vieram todas desse papo com a Laura (Zommer). O *Chequeado.com* tem onze etiquetas, a gente já subtraiu algumas porque ficava coisa demais. Mas por que a gente não adotou uma coisa mais com “bossa”? Muitos sites hoje, os mais modernos, fazem isso. Por exemplo, o Chile tem um (*fact-checking*) que usa carneirinhos, é o *Polígrafo*. Aí o carneirinho dá

meia cambalhota, cambalhota total, volta olímpica. O “falso” ganha outro nome. Então, mas por que a gente decidiu não adotar uma coisa com mais bossa? Porque era a primeira vez que isso era feito no Brasil, o jornal é uma instituição clássica, tradicional, eu estava com a minha cara no vento. Então, eu tentei ser o mais sóbria possível. As etiquetas do *Preto no Branco* são muito sóbrias, graficamente muito sóbrias, sem nenhuma “firula”. Essa é uma parte da sua pergunta. A segunda parte, sobre a simplificação, eu não posso dizer que não simplifica. Depois que a eleição passou, eu voltei à Argentina, teve um congresso internacional de fact checkers (o Latam Chequea), e eles pediram muito que eu falasse sobre a experiência das eleições no Brasil. Teve uma mesa do *Preto no Branco* e eu fui muito sabatinada nesse sentido. “Ah, mas as suas checagens são todas muito curtas”, “Você põe frase, etiqueta e cinco linhas”. Os *fact-checkers* lá fora escrevem grandes reportagens. Eles (os *fact-checkers*) disseram que eu não podia falar, por exemplo, que o desemprego estava caindo sem fazer uma grande reportagem sobre o desemprego. Eles me disseram ‘Aquele frase, da forma como está construída, está falsa ou verdadeira, mas ela deveria gerar uma reportagem gigantesca sobre aquele evento’. Às vezes, quando você para nas três, quatro linhas, o assunto fica mesmo simplificado demais. Então, eu fui um pouco aconselhada a fazer uma coisa mais desenvolvida sobre cada um dos assuntos. Mas a defesa é óbvia: fizemos mais de 300 checagens em 80 dias de eleições. Quando eu falei esse número, o Bill Aldair (criador do PolitiFact) quase caiu da cadeira. Ele disse ‘Que? Eu nunca fiz isso na minha vida! Faço isso há dez anos e não faço assim’. Por que fizemos assim? Foi uma opção. Ele prefere fazer uma checagem muito profunda, uma radiografia do desemprego nos EUA, a fazer um milhão de checagens. É um pouco de estilo de cada um e isso dependeu do caminho que a gente quis seguir. Na época, a gente queria, primeiro, aparecer e, segundo, confirmar a posição de primeiro fact-checkers do Brasil. E, óbvio, que isso impactasse na campanha e que isso chegasse ao leitor. Então a gente mostrou muito volume. Foi por aí.

Tem algum método?

Tem. A equipe, normalmente, era composta por quatro pessoas, eu e mais três repórteres. O pior cenário era o debate na TV Globo. Como é que funciona? Os quatro ouvindo, o candidato fala uma frase, eu falo “vamos fazer essa frase”. Chegou um momento em que cada repórter já dominava um assunto, porque os políticos se repetem

muito. Aí, por exemplo, a gente tinha um repórter que sabia muito sobre habitação, tinha um repórter que sabia muito sobre saúde. Então, se a Dilma fala sobre saúde, o repórter que saca mais de saúde vê na sua base de dados o que tem sobre saúde pra fazer isso. Enquanto eu e esse repórter estávamos debatendo a apuração dele, outros dois assumiam a escuta e começavam a checar uma segunda frase. Como é que funciona? Seleccionamos a frase, eu distribuo para o repórter e o repórter vai às fontes públicas de dados, sempre primando pela maior qualidade da fonte. Ou seja, vamos ao Ministério da Saúde, na base de dados da FGV (Fundação Getúlio Vargas), do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada), do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), por exemplo, bases de dados notoriamente reconhecidas. Derrubamos muitas checagens porque a base de dados com a qual a gente estava se confrontando era uma base de dados que ninguém conhecia, então era melhor não publicar. Então, o repórter bate rapidamente a sua explicação, expõe os links e me passa. Eu faço o caminho de novo, ou seja, eu checo o checador e publico. Quando entra no ar, o repórter volta a ver, pra conferir se houve algum erro de datilografia, de ortografia. Depois desse momento, eu pegava o link e mandava para (as editorias da) Capa d'O Globo, País, Mídias Sociais e eles faziam as respectivas chamadas nas redes sociais, ou “tuitadas” ou “facebookadas”. A metodologia era um pouco essa.

Depois das eleições, houve uma diminuição das postagens. Você tem o interesse de tornar o *Preto no Branco* um site permanente? Ou isso seria inviável, já que você não é só uma *fact-checker*, é também uma jornalista política?

Essa foi a grande coisa que eu fiz até agora na minha vida, é a coisa do que eu mais me orgulho. Eu tirei essa ideia de uma reunião em Medellín, escrevi um arquivo, defendi em dez mil reuniões que aconteceram nessa empresa, consegui mobilizar uma equipe gigante para participar disso, desde grandes nomes do jornal, tipo o Ernesto (Luiz Ernesto Magalhães), a Ramona (Ordoñez), o Chico Otávio. Teve uma mobilização, um interesse dentro do jornal. Aí chega o fim das eleições e rola a “síndrome do medalhista”, o cara ganha a medalha de ouro e no dia seguinte tem que treinar tudo de novo, porque a outra competição é só daqui a tantos anos. É óbvio que eu quero continuar, tem um absurdo de coisas para serem checadas, muito além de política. Eu voltei a me encontrar com os *fact-checkers* lá fora e você vê que o campo deles é muito vasto. Óbvio que a cereja do bolo são os políticos, mas tem muita coisa. Tem desde

Defesa do Consumidor – por exemplo, chocolate 70% de cacau tem mesmo 70% de cacau? – até essas coisas bobas da publicidade – o Omo é mesmo o mais branco? – entende? Você pode checar desde isso até uma coisa mais sofisticada.

Tem um universo, né?

É, você pode checar tudo. Um dos prêmios Pulitzer é um cara chamado David Barboza, do New York Times, e ele fez uma matéria que é uma grande checagem. Ele partiu de uma frase do Primeiro Ministro chinês, o (Wen) Jiabao, que disse a família dele sempre foi muito pobre. Óbvio, chefe do Partido Comunista Chinês. E o David, que é correspondente do New York Times em Shanghai, foi botar essa frase à prova. E ele fez um trabalho, quase nada gigantesco, de ir a vários cartórios que existem na china e levantou todos os bens em nome do Jiabao e da família dele. Isso é um prêmio Pulitzer, uma matéria que vale ler. Mas ela parte de uma checagem: o Primeiro Ministro Chinês disse que ele era pobre, que a família dele era pobre, e o repórter foi checar isso. Então, vale tudo, tem milhões de caminhos. Tem olimpíadas pela frente. Tem possibilidades de esporte a saúde, passando por Defesa do Consumidor. É imenso.

Não acaba, né...?

Não, não. A gente tem um “boom” de *fact-checkers* no mundo. Quando eu fui a Medellín em 2013, tinha uns 40 *fact-checkers* ativos no mundo. A última vez que a gente conversou, já eram mais de 80. Todo mundo está fazendo, tem uma perseguição quanto a isso.

É viável que um jornalista político transite entre o *fact-checker* e o jornalismo político? Existe tempo hábil para isso?

Acho que vale uma ponderação. Absolutamente todo jornalista tem que ser um *fact-checker*. Todo. Desde o cara que cobre cultura. Nenhum jornalista pode acreditar 100% no que está escutando. A essência do jornalismo é ouvir, mastigar, entender, questionar e depois entregar para o leitor uma coisa elaborada. Senão você vira apenas um taquígrafo: fulaninho disse e você publica.

Você se exime de culpa, né? Você diz “segundo fulano...” e pronto.

É, você não quer saber o que ele disse. Eu brinco muito, se eu fosse para (a editoria de) Economia, eu não conseguiria fazer *fact-checking*, porque eu não sei nem o que eles estão falando. Mas, assim, todo jornalista tem que ser um checador. Você não pode acreditar em absolutamente nada que ninguém te diz. Você ganha para isso. Você ganha para duvidar de todo mundo. Olha eu (risos)! Sou meu radical, mas passa por aí.

Você acha que a internet piorou um pouco esse cenário? Porque o jornalista não está mais lá, ele não é mais a testemunha ocular das coisas, então ele acaba acreditando no que os outros dizem.

Sim. Isso também é um debate muito forte entre os *fact-checkers*. É o seguinte: mas por que teve o boom do *fact-checking*? Isso passa pela internet. Hoje em dia, o político ou o ator, o músico, o esportista não precisa do repórter, nem do jornal, para falar com seu público. Assim, Se eu sou a presidente da República e posto alguma coisa no meu *Twitter*, imediatamente, três milhões de brasileiros recebem aquela informação. Então, qual é o papel do jornalista hoje em dia? Ele não é mais o intermediário. Ele tem que ser o cara que tira a “teia de aranha” de cima daquilo que já chegou à população. Não tem mais essa necessidade de ser só o transmissor da informação. E os *fact-checkers* acreditam que é por causa disso que teve um “boom”. É cada vez mais fácil para a fonte falar diretamente com o leitor e o jornalista precisa encontrar uma nova posição para ele. Não é mais a de alto-falante. É o cara que tira a poeira e fala “olha, ele falou isso aqui, mas não é bem assim” ou “sim, pode acreditar”. O jornalista, agora, é o cara que separa o joio do trigo. O que é qualidade e o que não é. Os *fact-checkers* entendem que essa é a nova condição de todo repórter. Mas o que mais você me perguntou?

Se com a internet o jornalista parou de “olhar”, de ir às ruas. Ele vai perguntar para o assessor. Para você a internet prejudicou um pouco nesse sentido.

Cara, não dá para falar mal da internet não (risos).

Não, ao mesmo tempo ela ajudou a verificar os fatos. Obviamente, você não ia ter acesso a tantos dados sem a internet.

Nem com a velocidade. Isso demoraria absurdamente para chegar às pessoas. Eu não conseguiria nem obter os dados e nem desovar isso na mesma velocidade. Mas aí gente já vai falar de um jornalismo como um todo, não só como checagem. Eu não tolero uma matéria que é construída com “No tweet, fulaninho disse aquilo, no tweet seguinte, fulaninho retrucou”. As pessoas públicas zelam por sua imagem, então, quando vão postar no Twitter, nunca é uma coisa impensada, certo? O que vai pro Twitter ou Facebook de pessoas famosas é uma coisa que o cara pensou, repensou, deletou e escreveu de novo. É muito diferente de você pegar o telefone e muito, muito, muito diferente de quando você olha no olho da pessoa. Eu ainda sou uma defensora árdua de matérias que são na rua. Não dá para ter uma matéria que é “disse no Twitter”. Pega o telefone e liga para ele dizer para você. O que ele disse no Twitter é micro, são 140 caracteres. Ele não disse nada! Então assim, nesse sentido atrapalhou, mas eu sou fã da internet, não dá pra dizer que atrapalhou não.

O *fact-checking* permite *hiperlink*, vídeo, fotos, comentários. Mas o *Preto no Branco* também foi utilizado no jornal impresso. Você acha que ele é uma ferramenta que “pede” o online, justamente por todas essas possibilidades?

Quando o *Preto no Branco* surgiu, a ideia era de ser um blog, exatamente por causa disso. A ideia era “bombar” nas redes sociais. Era falar com um público que todo mundo acreditava que não estava nem aí para as eleições, que era um público jovem, devorador de Facebook e Twitter. E deu certo! Virou uma coisa que as pessoas conversavam. Eu não sei até hoje como medir qual foi o impacto disso lá fora, mas aqui dentro do jornal as pessoas só falavam disso. As pessoas me falavam que seus sobrinhos no colégio estavam vendo e estavam comentando. Dos 20 tweets mais retuitados da história da conta @Oglobopolítica, que cobre toda a política do Brasil, 15 são do *Preto no Branco*. A quantidade de gente que foi mobilizada pela ferramenta *Preto no Branco* foi muito maior que, por exemplo, a morte do Eduardo Campos, que foi um fenômeno, certo? E não muito longe uma coisa da outra. O *Preto no Branco* foi, também, para o papel porque o jornal entendeu que precisava chegar também em outro tipo de gente, não apenas no “jovem tuiteiro”, mas também numa camada social que ainda consome papel e que é avessa à internet. Por isso a gente faz essa tradução para o papel, muitas vezes dolorida. No papel, você não tem um link. Qual é a graça do *fact-checking*? Eu,

jornalista, ponho aquilo lá, mas se você, leitor, está duvidando de mim, você também vai fazer o mesmo caminho e vai chegar à mesma conclusão que eu. Isso não dá no papel. O leitor vai ter que engolir de novo aquela informação que o repórter está dando como verdadeira. Então, às vezes era sofrida essa transição, mas isso faz parte do caminho da indústria. A indústria está indo para o online, mas também tem o papel ainda. Mas eu ainda acho que o *fact-checking* é do online, por causa disso: A essência do *fact-checking* está em “não duvide de mim, venha comigo e você vai chegar à mesma conclusão se você clicar em todos os lugares que eu cliquei”. É uma posição diferente do repórter. O repórter de papel é um cara que fala uma verdade. É assim: “Segundo fulano...”. Se você quiser achar, você vai demorar um absurdo, desviar isso para o computador, ligar pra assessoria de imprensa. Um *fact-checker*, não. O leitor vem de mão dada com o repórter e chega à conclusão junto com ele. É de internet mesmo.

O foco realmente é no discurso político. Mas alguns *fact-checkings* abriram espaço para alguns mitos de internet, como, por exemplo, o de (presidente dos Estados Unidos) Obama não ser americano.

É, tem muita coisa boa. São os Myth Busters. Tem até um programa de televisão. Uns ingleses que tentam desconstruir mitos, tipo o que acontece se eu ligar o celular em um posto de gasolina. Por que não pode ligar o celular num posto de gasolina? Por que você não pode comer manga com leite?

Ah, eu acho que já vi isso no (programa da Rede Globo) “Fantástico”. Eles traduziram esse programa.

É, exato. No *Chequeado.com*, tem uma aba de lendas urbanas. É verdade que você vê a muralha da China da lua? Não, é mentira! Cara, eu sempre achei que fosse verdade. Lá na Argentina, se não me engano, tem uma história que você não pode comer melancia com vinho. São uns mitos populares que... não existe isso. E isso dá muito clique, isso dá muita leitura. Então, fica muito divertido. Mas não coube dentro da eleição.

Entra naquela conversa de antes que o *fact-checking* é um universo.

Entra em um futuro *Preto e Branco* gigantesco, detalhado, maior, com uma equipe maior, com um tempo maior. Tem muitos caminhos. Na África, tem um site muito interessante, que é o *Africa Check*. O Peter (Cunliffe-Jones, diretor executivo do Africa Check) faz uma coisa muito interessante: ele checa fotos. Teve uma foto com um monte de corpos, um ao lado do outro, cobertos por um lençol branco. A foto “bombou” na África, dizendo que era o (grupo terrorista) Boko Haram que tinha feito mais um ataque. Ele foi checar a foto e viu que era verdadeira, mas não foi o Boko Haram que matou aquelas pessoas. É um trabalho gigantesco, ele desconstrói a foto. A foto tinha sido de uma explosão de petróleo. A cidade não ficava nem na Nigéria, não tinha nada a ver com o Boko Haram. Assim, ele não tá protegendo o Boko Haram, certo? O Boko Haram continua fazendo seus movimentos terríveis, mas aquela foto, especificamente, não pode ser atribuída ao Boko Haram. Para mim, é uma das grandes histórias do Africa Check, o cara desconstruiu uma foto.

Você tem a vontade de abrir espaço para o leitor sugerir ou ajudar na checagem, como a Laura (Zommer) faz?

Óbvio! Quero muito. A gente abriu para comentários, muitas pessoas nos corrigiram. A gente teve poucos erros, graças ao bom Deus. Mas um deles, por exemplo, foi alertado em um comentário de uma pessoa de Minas (Gerais). Foi sobre a quantidade de Delegacias Cíveis em Minas Gerais. A Dilma falou que não tinha delegacias em 410 municípios mineiros. A gente foi em um site da Polícia Civil, óbvio, e pegamos uma lista imensa de todos os municípios que tinham delegacias. A gente contou e dava um “Falso” pra Dilma, porque ela tinha errado, o número de municípios sem delegacia era muito menor, segundo o site da Polícia Civil. Aí, fui pra casa, foi um debate desses à noite, e fiquei naquela coisa de sempre. Fiquei vendo os comentários dos leitores: “tá errado, tá errado, tá errado”, “eu moro aqui no município tal, no interior de Minas, e aqui não tem delegacia”, “eu moro não sei onde e aqui não tem delegacia”. Eu vi que tinha alguma coisa errada. Aí no dia seguinte a gente pegou o telefone e ligou para a Polícia Civil, porque o debate era de noite e não tinha assessor de imprensa, a gente usou o site da Polícia Civil como base. Quando a gente liga para a Secretaria de Segurança Pública e fala com a Polícia Civil eles falam que o site está desatualizado. É óbvio que quem mais sabe sobre o que está acontecendo, se tem delegacia ou não no interior de Minas Gerais, é quem mora ali. O comentário das pessoas fez com que a

gente voltasse atrás. A gente consertou a checagem por conta disso. A Laura (Zommer) faz isso muito bem. Durante uma checagem no dia 1º de março, a Cristina Kirchner falou que foram construídas não sei quantas mil casas no Ushuaia. E o *Chequeado.com* pediu: “Você que está aí no Ushuaia manda para a gente uma foto da casa, pra ver a qualidade da casa”. É porcaria? Entende? Isso só agrega. Ela pode ter entregado um milhão de casas, mas todas sem telhado, certo? Então o leitor tem que colaborar com isso. A Laura fala sempre que o papel do *fact-checker* é elevar o custo da mentira. Tem que ser cada vez mais difícil para o político mentir. E só o repórter sozinho não consegue. O cidadão que é alvo das políticas públicas tem que colaborar para a construção da verdade ou desconstrução da mentira.

Você disse que entrevistou depois alguns políticos e eles até comentaram que mudaram a postura, muito por causa do *Preto no Branco* também.

Sim. Por exemplo, a Ana Amélia era uma das candidatas ao governo do Rio Grande do Sul. Ela ligou para o jornal porque a gente tinha dado um “Falso” para ela. No começo do blog, a gente olhou muitos sites de campanha, Facebook e Twitter dos políticos, só depois que a gente entrou nos debates, quando a coisa começou a esquentar. Então, no começo, a gente pegou a Ana Amélia dizendo, em seu site, que o Rio Grande do Sul já tinha estado em primeiro lugar no IDH nacional e tinha perdido essa posição. E resulta que o Rio Grande do Sul nunca esteve entre os dez primeiros do IDH do Brasil. Nunca tinha estado. Aí a gente deu um “Falso” para ela e ela ligou pra cá agradecendo. Eu estava pronta para ser esbofeteada pelos políticos quando me liga essa senhora e fala “olha, vocês tem razão, obrigada, estamos trocando a informação no site”. É bom para todo mundo.

Teve alguma vez que algum político usou o adesivo verdadeiro ou também pra acusar o outro?

Teve dois muito sérios. Eles não citaram nominalmente, mas todo mundo que acompanha eleições sabe. Quando a Dilma errou o orçamento da União, a gente fez o *fact-checking* e o *Preto no Branco* foi para a primeira página d’*O Globo*. Ela errou em um debate na CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil), quando respondia ao Levy Fidelix. O Levy fala que o orçamento era de 2,5 trilhões de reais e a Dilma, com

certa soberba, fala “Não, esse valor aí só se fossem dólares”. Aí a gente imediatamente vai checar e ela que está errada e Levy está certo. A gente publica isso. No debate seguinte, o Levy e o Pastor Everaldo levaram isso e deram uma esfregada na cara dela, que ela não sabia o valor do orçamento da União. Em outro momento o *Preto no Branco* também foi alvo de debates entre os presidenciáveis, fizemos uma checagem sobre a Marina dizendo que sempre tinha votado a favor da CPMF (Contribuição Provisória sobre Movimentação Financeira). Foi um trabalho louco de procurar em todas as votações, de todas as seções do Senado em que a Marina, como senadora, tinha votado. É um trabalho de formiguinha. A gente checou e descobriu que ela sempre tinha votado contra. Isso aí virou uma polêmica danada, foi parar no debate também. Se eu não me engano, o Aécio usou isso contra ela. Então, algumas vezes a gente pautou o debate presidencial de televisão. Volto a dizer, ninguém nunca falou que era o *Preto no Branco*, mas todo mundo sabia. A gente batia palma aqui dentro da redação.