

Truco, Lupa e Aos Fatos: Uma Reflexão Sobre o Papel das Iniciativas de *Fact-Checking* na Manutenção da Cidadania nos Ambientes Digitais¹

João BARBOSA²
Ângela Teixeira de MORAES³
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

RESUMO

Este estudo busca refletir sobre o papel das iniciativas jornalísticas de *fact-checking* para a manutenção da cidadania nos meios digitais. O pano de fundo dessa discussão são as mudanças estruturais apresentadas pela comunicação nos meios digitais, que têm causado efeitos significativos na relação entre o consumo e a produção de informações. Incluso nesse ambiente está a percepção de que existe um espaço de produção de conteúdos e organização da sociedade que pode auxiliar na construção da cidadania, espaço este que tem sido ameaçado pela proliferação de informações falsas. Propõe-se aqui um estudo de três projetos de checagem de fatos (Truco, Lupa e Aos Fatos), por meio da Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios (MESO et al., 2011), para entender como esses projetos podem contribuir com o cidadão e o consumo de informações em rede.

PALAVRAS-CHAVE: cidadania; *fact-checking*; *fake news*; jornalismo; redes sociais.

INTRODUÇÃO

Devido aos avanços recentes no acesso à Internet, a capacidade de armazenamento de dados, a velocidade de circulação das informações e o aumento do número de pessoas ligadas à rede, a divulgação de conteúdos informativos está cada vez mais facilitada. Lévy (2000) e Martino (2014) apontam que o ciberespaço – interconexão entre computadores ligados à Internet que possibilita a interação entre os usuários – facilita a prática de uma comunicação interativa e comunitária, onde cada ser humano pode participar e contribuir. Com isso, a atividade de criação ou recriação de mensagens por indivíduos que não estejam diretamente ligados a organizações comunicacionais é potencializada,

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 15 a 17 de junho de 2018.

² João Victor Mariano Barbosa Inácio Lauriano é mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, na linha de Mídia e Cidadania, da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. E-mail: nejoaobarbosa@gmail.com.

³ Ângela Teixeira de Moraes é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Doutora em Letras e Linguística com ênfase em filosofia da linguagem e análise do discurso. E-mail: prof.atmoraes@gmail.com.

desenvolvendo a possibilidade de uma comunicação horizontal na produção de informação. Essa interatividade comunicacional na rede é definida por Castells (1999) como autocomunicação de massa, ou seja, criação e compartilhamento de conteúdo de muitos para muitos.

Graças a essas características, Mainieri e Romani (2016) apontam para o surgimento de um novo espaço que possibilita aproximar a comunicação pública da sociedade, garantindo aos cidadãos não apenas um espaço para opiniões e exigências, mas também um local de desenvolvimento e organização de conteúdos relevantes para a construção da cidadania. Ao mesmo tempo, Klöckner (2017) alerta para o aumento e fortalecimento das *fake news*⁴(notícias falsas), também desenvolvidas e potencializadas pelas características da Internet e, posteriormente, disseminadas por meio de redes sociais digitais, como *Facebook*, *Twitter* e *Whatsapp*, confundindo todos que se alimentam dessas inverdades e fazendo com que os direitos à comunicação e à informação seguras sejam prejudicados.

Para tentar conter a recente proliferação de informações incorretas (*fake news* e pós-verdade⁵), Diniz (2017) destaca o surgimento de iniciativas de checagem de informações, atualmente conhecidas como *fact-checking*. De acordo com a autora, esses projetos comandados por equipes de jornalistas são apartidários e independentes, possuindo áreas de atuação bastante específicas e atuando exclusivamente na Internet, por meio de blogs e sites, além de disponibilizar as checagens para grupos de comunicação parceiros.

Assim, a discussão proposta se mostra relevante por tentar compreender o trabalho realizado por essas iniciativas, que procuram caminhos para garantir que o cidadão comum com acesso à Internet possa continuar a utilizá-la para pesquisar, compartilhar e criar conteúdos confiáveis. Além de tentar compreender melhor o estágio atual entre a sociedade e as novas formas e ferramentas de produção e compartilhamento de informações na sociedade em rede.

⁴São conteúdos falsos ou parcialmente falsos, mas que não são um problema novo no campo informacional, porém ganharam notoriedade e força de difusão devido às ferramentas digitais que facilitam o compartilhamento de conteúdos na Internet, mais comumente por meio das redes sociais digitais. Também se destacam por utilizarem de técnicas comunicativas para garantir características de “verdade” e objetividade (KLÖCKNER, 2017).

⁵ De acordo com a definição dos dicionários Oxford, pós-verdade (ou *post-truth*, no termo em inglês) é um adjetivo que diz respeito a “circunstâncias em que fatos objetivos têm menos influência na formação da opinião pública do que os apelos emocionais e as opiniões pessoais” e, assim como as *fake news*, ganharam reforço devido às potencialidades de propagação de conteúdo na rede. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/>>.

FAKE NEWS, PÓS-VERDADE E CHECAGEM DE FATOS

Nas últimas décadas, a comunicação midiática tem apresentado períodos de intensas transformações, modificando todo o campo do jornalismo. De acordo com Meyer (2004), a riqueza de informações, possibilitada pela fácil produção de conteúdo na Internet – tanto pela mídia quanto pelos usuários individuais – causa uma grande escassez de atenção, tornando mais difícil que as organizações comunicacionais alcancem seus públicos de forma efetiva.

A resposta encontrada por Meyer (2004) é utilizar o que ele chama de modelo de influência, que consiste em conservar e potencializar a qualidade da produção jornalística (qualidade do texto, legibilidade, e valorização de profissionais), preservando assim a credibilidade das empresas de comunicação, e fazendo com que o público sempre as tenha como fonte principal de sua confiança.

A constatação de que aumentar a qualidade da notícia é o único caminho para preservar o jornalismo também é apontada por Moser et al. (2015), mas sinalizam para um agravante a mais. De acordo com os autores, em geral, os consumidores de notícias costumam confundir todos os ambientes na internet – onde existe um maior número de informações falsas – como um só, fazendo com que toda informação proveniente desse espaço seja considerada de baixa credibilidade, dificultando que a estratégia defendida por Meyer (2004) seja aplicada com total eficiência em veículos comunicacionais online.

As *fake news*, que são frequentemente difundidas por meio da Internet, não são um problema novo no campo jornalístico. Klöckner (2017) explica que a diferença é que nos últimos anos o aumento do número de pessoas com acesso à Internet, principalmente às redes sociais digitais, tem potencializado o compartilhamento dessas inverdades, seja por motivos de diversão ou má intenção. Diniz (2017) destaca também a propagação de informações falsas no cenário político, podendo interferir até mesmo em resultados eleitorais, como ocorreu nas últimas eleições norte-americanas.

Dentre as discussões para entender o que é verdadeiro ou falso na rede foi possível perceber a emergência do termo pós-verdade. Para compreender melhor essa expressão, é válida a articulação dos conceitos apresentados por Belda e Carvalho (2017), que apresentam o acontecimento da pós-verdade como a ideia de que a emoção e as crenças

individuais geram maior influência na orientação da opinião pública do que os fatos objetivos.

Castells (2015), apesar de não utilizar as expressões pós-verdade ou *fake news*, também discute a relevância da emoção nos processos comunicacionais. De acordo com o autor, todos os indivíduos possuem uma disposição a acreditar naquilo que querem acreditar, ou seja, as pessoas possuem muito mais dificuldade em aceitar informações que contrariam suas crenças do que naquelas que concordam com seus princípios e ideias preconcebidas, fazendo com que consumam conteúdos que produzam maior efeito emocional.

Ao refletirem a respeito da cultura participativa, Jenkins et al. (2014) apresentam a apropriação dos meios de comunicação (Twitter, Facebook) e das informações contidas nesse ambiente, bem como suas ressignificações, como um instrumento social que permite os indivíduos interagirem cultural e socialmente, instrumento esse que é potencializado por meio da interatividade possibilitada pelas características da Internet. Ou seja, é possível entender que, na rede, grupos de pessoas se aproximem umas das outras com base naquilo em que acreditam ou, como Castells (2015) explica, essa aproximação pode ocorrer baseado naquilo que aquele grupo quer acreditar, seja um fato comprovado ou uma informação falsa. Sobre a interatividade e propagação de informações na Internet, Jenkins et al. (2014) ainda ponderam que

nesse novo modelo o público tem um papel ativo na “propagação” de conteúdos, em vez de somente servir como portador passivo da mídia viral: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor (JENKINS et al., 2014, p. 47).

Belda e Carvalho (2017) também elencam dois possíveis motivos para o aumento da pós-verdade. O primeiro deles diz respeito à incapacidade apresentada pelos receptores de informações de diferenciarem conteúdos baseados em acontecimentos reais daqueles fabricados. O segundo refere-se à circulação e recepção dessas informações, em que as ideologias e emoções dos indivíduos irão determinar o que ele irá considerar como relevante e compartilhar com novos receptores. De acordo com os estudiosos, esse novo ecossistema de mídia apenas potencializou algo que já era comumente realizado na durante as trocas de informações, mas que eram limitados aos ambientes físicos.

Porém, Bernardes e Tuzzo (2015) alertam para uma problemática que pode ser ainda mais prejudicial ao direito à informação do que as inverdades disseminadas na rede

por meio de blogs e sites de pouca credibilidade: as inverdades produzidas por veículos de comunicação hegemônicos. Na pesquisa realizada pelas autoras, chama atenção a prática de disfarçar textos opinativos (doxa) de matérias informativas (episteme), utilizando-se das técnicas de redação jornalística, que mascaram o conteúdo dos textos fazendo-os parecer objetivos e confiáveis.

Em meio a todo esse contexto de produção e compartilhamento de informações falsas, Belda e Carvalho (2017) sugerem que é o momento para o meio jornalístico tentar reconfigurar seus procedimentos comunicacionais e atestar seu lugar como produtor de informações confiáveis. Seguindo essa mesma lógica, Diniz (2017) aponta os projetos jornalísticos de *fact-checking* como uma forma de ratificar a credibilidade e relevância do conteúdo noticioso produzido por grupos comunicacionais que de fato possuem um compromisso com seus públicos, auxiliando na sobrevivência dessas mesmas instituições informacionais em meio a um ambiente em que todos são produtores de conteúdo.

Diniz (2017) explica que o objetivo dessas iniciativas é investir na produção especializada de conteúdo de nicho, atuando exclusivamente na Internet por meio de blogs próprios e criando parcerias com instituições de mídia para auxiliar na divulgação de suas checagens. Ela explica ainda que, devido ao crescimento das informações falsas na rede, em alguns países a prática do *fact-checking* tornou-se essencial para verificar a veracidade de discursos públicos e políticos. Em resumo, esses projetos buscam “garantir checagens de fatos independentes e apartidárias, comprometidas com a precisão e veracidade das informações, essenciais para a democracia” (DINIZ, 2017, p. 27).

Considerando as mudanças no sistema comunicacional, é válido tentar averiguar até que ponto essas iniciativas podem contribuir para a manutenção da cidadania nos ambientes digitais, garantindo aos indivíduos da rede uma forma de identificar se estão consumindo informações falsas. Porém, primeiramente é importante entender que tipo de cidadania é trabalhada neste estudo e quais as colaborações o jornalismo pode oferecer.

CONSTRUÇÃO DA CIDADANIA NO BRASIL E O PAPEL DOS NOVOS MEDIA

Antes de iniciar as discussões sobre cidadania, é necessário entender que se trata de um termo histórico, que está constantemente em variação no espaço e tempo, e que é concebido socialmente. A cidadania, historicamente foi iniciada na Grécia e Roma

antigas, onde surgiram as primeiras definições do que viria a ser suas principais características, como a garantia de direitos e o pertencimento a um Estado ou nação.

Para entender melhor como se organiza a construção da cidadania, é pertinente utilizar as contribuições de Carvalho (2017). De acordo com o pesquisador, atualmente é comum dividir a cidadania em direitos civis, políticos e sociais. O primeiro diz respeito aos direitos que são fundamentais a vida, como liberdade, propriedade e igualdade perante a lei; o segundo está relacionado ao direito de participação no exercício político, como votar e ser votado; por fim, a última parte refere-se a garantia de participação na riqueza coletiva, nisso inclui-se o direito à educação, saúde e meio ambiente. Carvalho (2017) afirma ainda que esta sequência seria a mais adequada para o bom progresso da cidadania.

Porém, por ser um fenômeno histórico, Carvalho (2017) alerta para a distinção dos caminhos traçados para a conquista da cidadania, como foi o caso do Brasil, onde as três fases apontadas pelo estudioso se deram em uma ordem inversa. Primeiro houve um realce nos direitos sociais, seguidos pelos direitos políticos e, por fim, os civis, que ainda hoje não são adquiridos por toda população. O autor destaca que não existe apenas um caminho para se conquistar a cidadania, mas elucida que caminhos diferentes podem afetar o “produto final”, o tipo de cidadão e, conseqüentemente, o tipo de democracia.

Carvalho (2017) explica que, no caso do Brasil, além do destaque das políticas assistencialistas, uma das principais conseqüências é a valorização em excesso do Poder Executivo, causada pelo fato de que, quando os direitos sociais foram implantados, o Legislativo não possuía nenhum tipo de poder ou sequer existia. E, ligado a essa característica, é possível perceber a busca utópica por um indivíduo capaz de resolver, sozinho, todos os problemas do país e salvar a pátria, causando ainda a contínua desvalorização do Poder Legislativo e de suas partes.

Como uma tentativa de solução dos problemas apontados, Carvalho (2017) sugere o crescimento e valorização da organização da sociedade como forma de fundamento social para os políticos, garantindo a democratização do poder. O autor afirma que, devido a falta de representação pública respeitável, o envolvimento dos cidadãos nas questões políticas é o que pode fortalecer a república e a democracia, e a ferramenta que pode tornar isso possível é a Internet, que já se demonstrou diversas vezes como um meio de mobilizar a população e pressionar os poderes políticos, o que garante maior independência do poder público.

A mesma ideia é defendida por Mainieri e Romani (2016), que apontam a rede como um espaço para realizar uma comunicação mais democrática, transparente e participativa, possibilitando ao público desenvolver e compartilhar conteúdos. Os autores ainda afirmam que a troca de informações e organização na rede possibilita que os próprios cidadãos possam exercer o papel de construtores de uma agenda política, compartilhando informações desta instância, fiscalizando e criticando o Estado, além de permitir direcionar as demandas populares. Papel esse que há muito tempo vinha sido exercido, em sua maioria, pela imprensa hegemônica.

Mainieri e Romani (2016) ainda destacam as contribuições dos modos de interatividade com o ambiente que a rede gera por meio da pluralidade de canais de informação e, como a comunicação é condição básica para a construção da cidadania, os autores elegem a Internet como o possível meio que mais colabore nesse processo.

Sobre essa interatividade, Luíse e Segurado (2017) apresentam a Internet, em específico as redes sociais digitais, como ferramenta que possibilita a conexão entre diferentes atores da rede, estimulando o pensamento crítico, as discussões de âmbito político e cidadão, e também a construção de novos conhecimentos por meio da participação e educação.

Porém, voltando a questão da pluralidade de canais e, conseqüentemente de informações, Sá (2003) possui algumas ressalvas. O autor, que também defende a comunicação como ferramenta para o desenvolvimento da cidadania e dos cidadãos, explica que a simples multiplicação das escolhas informacionais – no caso da Internet, a proliferação de diversos criadores de conteúdo, seja eles individuais ou em grupo – não quer dizer que os conteúdos sejam de fato diversos. Ou seja, podem apenas ser variações do que já era feito em outras mídias. Portanto, Sá (2003) declara que, para desenvolver uma nova cidadania por meio das novas mídias digitais, é necessário cultivar diferenças concretas entre as diversas escolhas informacionais, garantindo uma verdadeira efetividade comunicacional.

Ainda sobre a multiplicidade de canais e informações, é possível acreditar que entre elas também se encontram diversas *fake news*. Portanto, é oportuno tentar identificar o tipo de contribuição que as iniciativas de checagem de informações no Brasil podem oferecer, e se são capazes de tornar o espaço informacional na rede mais “limpo” de informações incorretas.

METODOLOGIA

Como método inicial de pesquisa, foi realizado um estudo exploratório para identificar as principais iniciativas de checagem de informações em atividade no Brasil. De acordo com Raupp e Beuren (2006), a pesquisa exploratória é indicada em pesquisas que possuem o objetivo de conhecer melhor um objeto ainda pouco explorado pelo campo acadêmico, procurando entender com maior profundidade o assunto, reunindo uma quantidade maior de conhecimento e integrando características inéditas ao campo de estudos, além de possibilitar encontrar novas extensões para o trabalho científico.

Ainda como parte desta pesquisa, devido ao fato de todas as iniciativas de *fact-checking* brasileiras utilizarem como meio de trabalho e divulgação a Internet, destaca-se a importância de entender as características jornalísticas desses projetos desenvolvidos pela e para a rede. Portanto, foram mapeadas as características relacionadas à interatividade de três projetos de checagem de informações: Truco⁶, Aos Fatos⁷ e Lupa⁸. Todo o estudo foi feito com base na Ferramenta para Análise de Interatividade em Cibermeios, desenvolvida por Meso et al. (2011), que elenca os elementos mais importantes que garantem maior interação do público na construção de informações.

A escolha da amostra para esta pesquisa se deu de forma pontual e aleatória, selecionando as produções de checagens de fatos realizadas pelos projetos durante o mês de abril de 2018 e que se encontram disponíveis nos websites dos projetos investigados, além da *homepage* de cada projeto.

A escolha deste aspecto a ser analisado se deu devido a importância que o elemento interatividade possui na transformação do receptor em um construtor de conteúdo, seja por meio de sugestões enviadas por e-mail para os profissionais de comunicação responsáveis pelo projeto, ou por contribuições e adições feitas em caixas de comentários e nas redes sociais digitais, além das possibilidades de compartilhamento de conteúdos nas redes sociais digitais. Todas essas características também são responsáveis por auxiliar no exercício do direito dos cidadãos à informação e comunicação.

⁶ Disponível em: <<https://apublica.org/checagem/>>.

⁷ Disponível em: <<https://aosfatos.org/>>.

⁸ Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>>.

A PESQUISA

No método de análise desenvolvido por Meso et al. (2011), são verificados e analisados 17 elementos importantes para compreender a interatividade em cibermeios. São eles: participação do cidadão, uso de enquetes, promoções, fóruns, notícias do meio, notícias, chats, videochats, blogs, consultórios, fotografias, vídeos, comunidades, e-mail, *feed*, usabilidade e acessibilidade. Para melhor compreensão da presença ou não desses elementos, bem como suas características, as categorias foram divididas em tópicos onde são apresentados os resultados do uso do método nos três projetos pesquisados.

Participação Cidadã

Nessa categoria foi verificada a possibilidade de o usuário dos sites poder contribuir de alguma forma na construção do conteúdo produzido pelos projetos. Em todos os três sites pesquisados foi observado o estímulo à participação do leitor, permitindo que o público auxilie na produção da checagem, por meio de sugestões que podem ser enviadas por e-mail, redes sociais ou ao preencher formulários específicos nos próprios sites, onde o cidadão é identificado para posteriormente ser creditado como um dos responsáveis pela checagem.

Outro aspecto importante é a disponibilização do método de checagem realizado pelos projetos, principalmente no site Aos Fatos, que deixa claro que a metodologia utilizada por eles é de “domínio público” e pode ser utilizada por qualquer indivíduo para realização de checagens, além de um espaço que contém dicas, guias e manuais para que os cidadãos possam identificar informações falsas na rede por conta própria. Já a Lupa vai além, estimulando o visitante do site a participar do projeto “Lupa Educação”, que consiste em palestras realizadas pela equipe do projeto em empresas e instituições de ensino, com o objetivo de ensinar a população a realizar checagens.

Castells (1999) e Martino (2014) defendem que a informação não é mais produzida de “um para todos”, e sim de “todos para todos”, onde todos os indivíduos são capazes de gerar algum tipo de conteúdo informativo, fazendo com que o enunciador também passe a ser receptor. É possível inferir que os profissionais que estão a frente dessa nova forma de jornalismo e checagem de informação entendem essa nova dinâmica e a utilizam a seu favor, usufruindo da capacidade e interesse do público em participar e

produzir notícias, contribuindo para a construção do material produzido pela iniciativa de *fact-checking*, transformado o leitor em um tipo de “jornalista cidadão”.

Porém, ainda sobre a apresentação da metodologia, podemos inferir que, além do estímulo à checagem, esses elementos também sejam utilizados para legitimar e garantir a qualidade do trabalho de verificação de informações. Bernardes e Tuzzo (2015) relembram as mídias impressas como meios com mais tempo de apuração, reflexão e integralização dos fatos, elementos que garantem uma característica “objetiva” ao material informativo. Esses elementos apresentados pelas autoras são semelhantes aos vistos na apresentação das metodologias, que possuem o objetivo de convencer o leitor da credibilidade e legitimação da informação por meio da utilização de métodos e técnicas específicas.

Fóruns

Não existem fóruns ligados a nenhum dos três projetos estudados, mas ao longo de todas as seções dos três sites pesquisados existem ícones que levam os usuários às redes sociais em que as iniciativas estão presentes, onde os usuários são estimulados a discutir sobre os assuntos checados. Meso et al. (2011) afirma que este é um elemento muito importante nas novas formas de se fazer jornalismo pois, por meio das discussões que são realizadas nas comunidades virtuais criadas pelos fóruns, os profissionais da comunicação podem utilizar as contribuições do público para a construção da informação.

Notícias do meio

Nessa categoria analisou-se a possibilidade de realizar comentários a respeito das checagens publicadas nos sites dos três projetos verificados, elemento importante que também auxilia na construção e reconstrução da informação, visto que por meio de comentários o público pode contribuir apontando possíveis erros na informação publicada no site. Dentre os projetos verificados, apenas o Truco possui caixas de comentários no próprio site. Nas demais iniciativas, os comentários são realizados apenas nas redes sociais em que os projetos estão inseridos, em especial o Facebook e o Twitter.

Notícias

Aqui foi verificada a possibilidade de os visitantes contribuírem de alguma forma nas checagens já publicadas, além das ferramentas de compartilhamento disponíveis nos

sites. Em todos os três projetos foi possível observar a existência de um incentivo a correção dos textos, onde o público pode solicitar, por meio de e-mail, telefone ou redes sociais, que o material seja revisado. Quanto ao compartilhamento, em todas as páginas existem ferramentas que possibilitam os visitantes compartilhar as checagens em diversas redes sociais, como Facebook, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Whastapp e Messenger.

Todos esses elementos, que permitem ao visitante se locomover pelas diversas redes que compõem o veículo e compartilhar o conteúdo nas principais redes sociais digitais, são características defendidos por Jenkins et al. (2014) para garantir a eficiente propagação de informações na rede. De acordo com os autores a propagabilidade é importante pois auxilia no desenvolvimento de conexões entre os indivíduos na rede, estimulando mudanças sociais e culturais por meio da troca de conteúdos informativos.

Chats e Videochats

Nas avaliações realizadas nos sites dos três projetos não foi identificada nenhuma ferramenta de chat ou videochat, porém em todos os sites foram encontrados textos que estimulam os visitantes a entrarem em contato com a equipe responsável pelas iniciativas por meio das ferramentas de chat das redes sociais digitais. Além disso, os projetos Truco e Lupa realizam transmissões e entrevistas ao vivo por meio da ferramenta de transmissão audiovisual do Facebook, onde o público é estimulado a participar por meio dos comentários realizados na rede social, enviando perguntas e sugestões, possibilitando que os receptores auxiliem na construção daquela informação, como discutido por Castells (1999) e Martino (2014).

Outro uso vantajoso destas ferramentas, como explicado por Meso et al. (2011), é a possibilidade de se criar vínculos mais fortes com os públicos que acompanham o veículo, possibilitando também criar até mesmo uma maior relação de confiança entre os profissionais e os públicos.

Fotografias e Vídeos

Nos três meios analisados foram encontrados fotografias e vídeos como suporte às notícias, porém nenhum deles de autoria de algum usuário. Apesar disso, os projetos não fazem restrições quanto ao envio de fotos e vídeos para a redação, podendo ser enviados por e-mail ou pelas redes sociais, funcionando como mais uma ferramenta que os públicos podem utilizar para fazerem parte da construção dos conteúdos noticiosos.

Comunidades

Em nenhum dos projetos de checagem foi encontrada alguma ferramenta para participação do público em uma comunidade ligada aos sites. Porém os usuários podem participar de discussões e trocas de informações nas redes sociais em que os projetos fazem parte. No caso da Lupa, foram identificados dois “grupos” na rede social Facebook, destinados a interação de indivíduos que participam de cursos e palestras realizados pelo projeto.

Essa interação e desenvolvimento de comunidades online propiciadas pelas redes sociais são ferramentas que permitem a discussão e consequente construção de aprendizado e pensamento crítico, como apresentado por Luíse e Segurado (2018). As autoras afirmam que, além da importância de ter acesso à informação, os indivíduos precisam apresentar seus pontos de vista e conhecer novas formas de pensar, apresentando a participação comunicativa como um elemento fundamental para a construção da cidadania.

Nesse sentido, as redes sociais digitais têm muito a contribuir pois, além de possibilitar a apresentação e formação de ideias, também contribuem para o debate público, tanto entre os leitores do site quanto entre os leitores e produtores do conteúdo informativo que é compartilhado nesse ambiente.

E-mail

No site dos três projetos avaliados não é oferecido nenhuma conta de e-mail aos usuários, existindo apenas a apresentação de e-mails para contato com a redação e com os autores das checagens. No caso do projeto Aos fatos, não foi encontrado o endereço de correio eletrônico de nenhum autor, porém estão disponíveis links que direcionam os leitores ao perfil dos autores na rede social LinkedIn, sendo possível entrar em contato com eles por meio dessa rede social. Mais uma vez, essa ferramenta – se utilizada de forma ativa – pode ser mais uma forma de estreitar a relação entre os profissionais do meio com seus públicos.

Usabilidade

Nas avaliações realizadas nos sites dos três projetos não foram encontradas possibilidades de organizar as notícias de forma hierarquizada, nem modificar os recursos

visuais do site. Porém, por meio de menus e *tags*⁹ o usuário consegue fazer com que apenas notícias de uma editoria ou assunto específicos apareçam na tela. Essas ferramentas são importantes pois dão uma maior autonomia ao usuário sobre o conteúdo consumido, tornando possível que o indivíduo tenha acesso, de forma mais rápida e prática, todos aqueles assuntos que lhe são mais interessantes e não somente os que são impostos pelo veículo como sendo os mais relevantes.

Enquetes, Promoções, Blogs, Consultórios, *Feed* e Acessibilidade

Durante toda a avaliação realizada no site dos projetos de checagem Truco, Lupa e Aos Fatos não foram encontrados nenhum desses seis elementos que também compõem a Ferramenta de Análise de Interatividade desenvolvida por Meso et al. (2011).

REFLEXÕES FINAIS

Temos vivido numa época de expressivo volume informativo, produzido tanto por veículos hegemônicos quanto pelos próprios indivíduos, de forma independente ou coletiva, graças às ferramentas presentes na Internet e seu estímulo ao fluxo frenético de conteúdos compartilhados e trocados entre esses mesmos indivíduos, a autocomunicação de massa (CASTELLS, 1999). Fenômeno que permitiu o desenvolvimento de grandes transformações políticas, econômicas e sociais, iniciadas dentro da rede, porém solidamente sentidas fora do ambiente virtual (CASTELLS, 2015).

Estimulado por esse cenário, é perceptível a efervescência de um fenômeno antigo que, devido às novas ferramentas de produção e propagação de conteúdos, tem ganhado ares de novo: as informações falsas ou, como são comumente chamadas, *fake news*. Para tentar conter a proliferação desses conteúdos nas diversas esferas comunicacionais da sociedade, profissionais da comunicação tem utilizado a própria rede para amplificar e visibilizar a checagem de fatos, uma etapa da produção noticiosa que sempre foi parte indispensável na elaboração de conteúdos noticiosos no trabalho jornalístico.

Nos últimos cinco anos, dezenas de iniciativas de *fact-checking* surgiram ao redor do mundo, incluindo no Brasil, como é o caso dos projetos Truco, Lupa e Aos Fatos, atuando como um tipo de “remédio” contra a desinformação na rede. Porém, mesmo com

⁹ Palavras-chave que são utilizadas para classificar e organizar informações em sites na Internet.

os esforços destas iniciativas, a quantidade imensurável de conteúdos falsos continua impactando de forma profunda e negativa a sociedade, dentro e fora do mundo virtual, como foi percebido no caso da última eleição nos EUA. Então qual seria a solução para esse “novo” problema informacional moderno?

Pressupõe-se que, devido ao grande volume de inverdades compartilhadas na rede, apenas uma centena de projetos que propõem combater esse problema não é suficiente. É necessário contar com a contribuição dos próprios indivíduos que fazem parte da rede como membros dessas iniciativas, estimulando-os a identificar tais conteúdos e trabalhar de forma ativa para a construção da própria cidadania comunicacional, como apresentaram Mainieri e Romani (2016).

Mais do que isso, é importante educar os atores da rede para que consigam identificar e neutralizar esse problema de forma autônoma, como já é feito, mesmo que ainda de forma preliminar, pelos projetos Lupa e Aos Fatos. Estas iniciativas, além de apresentarem a metodologia de checagem utilizada – permitindo que a mesma seja repetida por aqueles que tiverem interesse –, desenvolvem cursos, projetos, parcerias, guias e manuais que possuem o objetivo de educar o cidadão comum nas práticas de checagem de informações que, até pouco tempo eram utilizadas exclusivamente pelos profissionais da comunicação. Assim, por meio da educação comunicacional, o cidadão se torna mais um tipo de “remédio” para combater os efeitos dessa pandemia informacional.

REFERÊNCIAS

BELDA, F. R.; CARVALHO, P. H. V. Multiplicidade, dialogia e cultura participativa como reação à pós-verdade: uma abordagem discursiva sobre o jornalismo. In: **Cultura Midiática**, Ano X, n 18, 2017.

BERNARDES, P. G. G.; TUZZO, S. A. Revista Veja: doxa travestida de episteme: quando a opinião se camufla no jornalismo. In: **IX Seminário de Mídia e Cidadania (SEMIC)**. Anais (online). Goiás, Goiânia: 2015. Disponível em: <<http://ficufg.blog.br/semic/anais/2015-2/>>. Acesso em: 19abr 2018, 21:00:30.

CARVALHO, J. M. **Cidadania no Brasil**: o longo caminho. 23ª ed. São Paulo: Civilização Brasileira, 2017.

CASTELLS, M. **O Poder da comunicação**. São Paulo/Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura**; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DINIZ, A. T. M. Fact-checking no ecossistema jornalístico digital: práticas, possibilidades e legitimação. In: **Mediapolis**, n 5, 2017.

JENKINS, H.; GREEN, J.; FORD, S. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

KLÖCKNER, L. Jornalismo Protagonista e as notícias falsas nas redes sociais. In: **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba: 2017. Disponível em <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2741-1.pdf>>. Acesso em: 18 abr 2018, 18:43:30.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2000.

LUÍSE, D.; SEGURADO, R. Redes digitais e debate político: o caso “Truco Popular” no Facebook e a formação para a cidadania. In: **Ponto e Vírgula**, n 22, 2017. Disponível em <<https://revistas.pucsp.br/index.php/pontoevirgula/article/view/35377>>. Acesso em: 26 abr 2018, 12:45:30.

MAINIERI, T; ROMANI, D. Comunicação, internet e contra-hegemonia: o interesse público na sociedade midiaticizada. In: MORAES, A; SIGNATES, L. (Org.). **Cidadania Comunicacional**: teoria, epistemologia e pesquisa. Goiânia: Gráfica UFG, 2016.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MESO, K.; NATANSOHN, G.; PALOMO, B.; QUADROS, C. Ferramenta para análise de interatividade em cibermeios. In: PALACIOS, M. **Ferramentas para análise de qualidade em ciberjornalismo – Volume 1: Modelos**. Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2011.

MEYER, P. **Os jornais podem desaparecer?**: como salvar o jornalismo na era da informação. São Paulo: Contexto, 2004.

MOSER, M; OLIVEIRA, M; RUSSI, A. C. O que o futuro nos reserva? In: CHRISTOFOLETTI, R. (Org.). **Questões para um jornalismo em crise**. Florianópolis: Insular, 2015.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. Metodologia da pesquisa aplicável às ciências. In: BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2016.

SÁ, A. Media, mass media, novos media e a crise da cidadania. In: CORREIA, J. C; FIDALGO, A; SERRA, P. (Org.) **Informação e Comunicação Online (VOL. III)**: mundo online da vida e cidadania. Corvilhã: Universidade da Beira Interior, 2003.