
Checagem de Fatos: Método e Inserção no Ciberespaço¹

Victória Dailly Alves MINEIRO²
 Juliana Fernandes TEIXEIRA³
 Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

Resumo

Mesmo existindo há duas décadas mundo afora, a checagem de fatos ou *fact-checking*, trabalho jornalístico de apuração especializada, chegou nos últimos anos ao Brasil com dificuldades na adaptação de uma metodologia consistente e na criação de alternativas para cativar o público do ciberespaço. As barreiras para uma atuação mais efetiva no tenso campo político do país, dependem de estratégias inteligentes para se tornar um meio de referência na sociedade e primordial no combate ao fenômeno das *fake news*. Este artigo se baseia no método de análise de conteúdo, para tratar dos possíveis obstáculos que a vertente tende a enfrentar na conquista de maior credibilidade social e analisa como a cena atual dentro e fora do ciberespaço interfere nesse processo.

Palavras-chave: checagem de fatos; *fact-checking*; *fake news*; ciberespaço; democracia digital

1 - Introdução

Com grande atenção na última década, a checagem de fatos é uma vertente jornalística moderna e, diante dos desdobramentos atuais, polêmica. Conceitualmente, a atividade tem raízes na tradicional apuração exercida desde o surgimento da imprensa, mas é caracterizada por revoluções do século XXI, como a ascensão da internet e o consequente movimento instantâneo de informações.

Para uma melhor compreensão do *fact-checking* atualmente, é necessário voltar ao processo experimental do movimento, surgido em 1991, e idealizado pelo jornalista americano Brooks Jackson. Em ano de eleição presidencial nos Estados Unidos, o então correspondente político da CNN fundou a “AD Police”, equipe especializada em checar discursos dos então candidatos, George Bush e Bill Clinton, em anúncios televisivos. Em 2003, apoiado pelos resultados positivos da primeira iniciativa e por alianças com a Universidade da Pensilvânia e

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

² Estudante de Graduação, 6º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí - UFPI, e-mail: dailly.alves@outlook.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Piauí - UFPI, e-mail: teixeira.juliana.rj@gmail.com

o *Annenberg Public Policy Center*, Jackson lançou o “FactCheck.org”, plataforma online que ganhou concorrentes ao longo do tempo, como é o caso do “Politifact”, ganhador do prêmio Pulitzer em 2009.

Em bases formadas na extrema transparência dada ao público, no viés político e no distanciamento de veículos de comunicação tradicionais, a checagem de fatos conta com 161 grupos ativos no planeta até o presente momento desta pesquisa, segundo o *Duke Reporter’s Lab*. A fórmula base de execução do trabalho é o confronto de declarações socialmente relevantes de atores políticos com a averiguação exata através de dados oficiais.

No Brasil, a partir da última década, houve a formação e popularização de agências de checagem. Inicialmente com foco em jornalismo investigativo generalizado, e posteriormente voltando-se à política, o *fact-checking* brasileiro hoje é representado por três instituições e dezenas de projetos ativos. Para Dourado (2016), nº 1, apesar dos ganhos democráticos com a atividade, as agências brasileiras “não obedecem fielmente à etiquetagem classificatória e até pautam assuntos difíceis de serem checados, o que os colocam ainda distantes da prática que serve de paradigma em âmbito mundial”.

Esta pesquisa procura identificar os problemas da difícil transmissão de informações dos autores *fact-checking* para a sociedade brasileira, visto a rápida disseminação de *fake news* e os ruídos comunicacionais do ciberespaço. Para tanto, a metodologia utilizada é a análise de conteúdo, com aporte teórico e empírico.

Segundo Mendonça & Simões (2012) a junção da pragmática e da semântica “podem tanto orientar agendas de pesquisa distintas como serem articuladas em um enfoque pragmático atento ao microcontexto situacional e ao contexto sociocultural mais amplo”. Assim, a análise de conteúdo permite compreender a articulação da vertente *fact-checking* no combate à desinformação, baseada em diferentes eixos da problemática visada.

A intenção geral da pesquisa é um estudo sobre a mídia e o social na tentativa de uma circulação benéfica de informações no Brasil, frente aos alertas que o fenômeno da desinformação e a apropriação da tecnologia artificial para fins tóxicos trazem no mundo digital, tendo consequências irreversíveis.

2 - Método *Fact-Checking*

2.1 Papel do repórter

Erroneamente nomeada como jornalismo investigativo ou correlações afins, a checagem de fatos é uma vertente contemporânea da apuração, mas sem se enquadrar no conceito popular de jornalismo investigativo. O último, tem como aspecto principal a publicação de fatos ocultos à sociedade disponibilizando-se de recursos como um considerável tempo e minuciosidade de análise.

O desenvolvimento do jornalismo de investigações no Brasil é necessário para a compreensão do comportamento dos profissionais de *fact-checking*. Conforme Nascimento (2010) descreve:

A tendência deste modelo surgiu no país a partir da redemocratização, com foco principal voltado para irregularidades envolvendo autoridades. Esse viés foi reforçado na cobertura dos escândalos do governo Fernando Collor de Mello (NASCIMENTO, 2010, p. 107).

De acordo com o autor, sem uma “época de ouro” do jornalismo investigativo, como ocorreu nos EUA por exemplo, a imprensa brasileira se voltou para o que ele chama de “jornalismo sobre investigações” - dedicado a relatar o resultado final ou parcial de investigações feitas por autoridades. Há ainda o reforço dos dispositivos de fácil acesso na era moderna, contribuintes para a explosão da tendência de forma generalizada.

Diante do recorte histórico dado, é possível colocar que os jornalistas brasileiros herdaram uma cultura, ao menos metodológica, do que hoje se trabalha na checagem de fatos. Não é preciso ir tão longe para pegar exemplos que refletem a tendência no Brasil. A Operação Lava Jato, em atuação há pouco mais de quatro anos até o presente momento, já deflagrou 55 fases e mais de mil mandatos de busca e apreensão, com toda a trajetória acompanhada ativamente pela mídia e incontáveis desdobramentos produzidos ao longo do tempo. De acordo com as investigações, os envolvimentos passam por esquemas de propina de grandes empresas públicas e privadas, políticos dos maiores partidos do país e dos mais variados cargos, incluindo ex-presidentes da República. Apesar do déficit causado pelo esforço inferior dos jornalistas ao jornalismo investigativo, a apuração baseada no “jornalismo sobre investigações” se estruturou muito com o tempo.

Organizações como o *International Fact-Checking Network* (IFCN), do Instituto Poynter, elaboram um código de princípios com o objetivo referencial para checadores de todo o mundo. Transparência em relação à fontes, financiamento e metodologia, verificações justas e apartidárias, além de correções abertas e honestas são os destaques pontuados.

Das três agências ativas no Brasil (Lupa, Aos Fatos e Truco/Agência Pública), todas tem estratégias parecidas no processo de checagem, sendo primordiais: a elaboração de pautas, levantamento de informações, confronto com dados oficiais e a repercussão do assunto junto ao público. Propostas mais explicitamente diferenciadas aparecem no que se refere ao lançamento do conteúdo para o leitor, resultado do *marketing*.

Em Dourado (2016), houve uma descrição quantitativa do método das três agências citadas anteriormente, baseada em uma análise de seis meses. Das 208 publicações observadas no período, a autora apontou falhas como: a constante ausência de colocação de etiquetagem, conteúdo contrário ao viés da checagem, intervalos de até uma semana entre as publicações e temas difíceis de serem mensurados na metodologia *fact-checking*. É importante ressaltar que a análise dada foi feita em um período de grave crise do governo federal, em que o processo de *impeachment* era o protagonista da agenda-*setting* midiática.

Desvios técnicos como os apresentados são aceitáveis, tendo em vista que a área de verificação está em desenvolvimento no Brasil, mas não podem ser minimizados. Como objeto deste artigo, é colocado a difícil tarefa da informação verificada penetrar na sociedade em comparação com o enorme potencial de replicação e aderência das notícias falsas pelo público. Erros graves por parte dos checadores, comprometem um atributo essencial para a força de atuação da checagem de fatos: a credibilidade.

2.2 Ética jornalística

O princípio da moralidade em meio social é a ética. Principal percussora de discussões nas últimas duas décadas, a conduta tem sido “posta em xeque” no território brasileiro a partir de frequentes escândalos de corrupção, abusos de autoridade e diversas ações ilegais presenciadas por todo o país ao longo dos anos.

O jornalismo sempre está inserido no debate ético. Seja como autor, moderador ou protagonista dessa movimentação, ele é o dispositivo que pratica a atividade social da informação e é visado por toda a sociedade. As práticas éticas modificam o valor da imprensa na esfera pública. Principalmente em momentos de polarização como acontece no Brasil hoje, os veículos midiáticos que preservam condutas apropriadas, ganham certo crédito e viram um parâmetro de confiança para os cidadãos.

Christofoletti (2008) pontua consagrados desvios éticos da imprensa brasileira: como na desfavorável edição no debate entre Lula e Collor, na eleição presidencial de 1989; ou o caso

da Escola Base, em 1994, onde por causa de posturas desastrosas do delegado e da mídia, os responsáveis da instituição foram falsamente acusados de abusos sexuais com os alunos. Segundo ele, apesar da “morte social” e desdobramentos irreversíveis por conta de tais falhas, isso é parte do processo de amadurecimento midiático composto pelo “aperfeiçoamento de técnicas de investigação, preocupação com o jornalismo de serviços, segmentação de mercado e a especialização de coberturas”.

Diante do contexto, é notório o maior engajamento e uma atenção generalizada da população com a ética em todos os campos sociais. Assim, uma maior cobrança e reflexão sobre o tema são fundamentais para exercer um jornalismo de qualidade. Em Christofolletti (2008) ele cita o impacto da função:

O jornalista é um cidadão e possui valores morais e éticos como os de qualquer outra pessoa. Mas, no exercício de sua função, ele seria influenciado em suas decisões por princípios próprios do jornalismo, que é uma atividade de mediação da realidade, porque implica decidir sobre muitos caminhos diariamente, atinge terceiros, forma opinião e registra uma ideia do mundo e das coisas (CHRISTOFOLETTI, 2008, p. 20 e 21).

Ao focar no parâmetro ético do jornalista em âmbito virtual, é obrigatório a total consciência do repórter com cada linha divulgada. Isso porque, um mau uso do potencial de multiplicação e distorção dos dados no ciberespaço é letal para a reputação de qualquer veículo de imprensa.

Quando se fala especificamente da checagem de fatos, é importante destacar as fórmulas utilizadas pelas agências para potencializar a vertente, recorridas principalmente através de alianças. Necessárias para as empresas, porém controversas, alianças chegaram ao Brasil por meio de projetos como o Comprova, colaboração que reúne jornalistas de 24 veículos diferentes para atuação nas eleições 2018; e por meio de empresas que recorrem ao auxílio no combate às notícias falsas, como é o caso da parceria entre o Facebook e agências como Lupa e Aos Fatos – esta última recebida com ataques por grupos políticos que falavam em possível censura e viés político na determinação dos checadores quanto ao que é verdadeiro ou falso.

De todo modo, para firmar devida credibilidade com a população, a prática ética deve ser tratada com transparência ao público, principalmente por parte das alianças. O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, garante como um dos princípios a luta pela liberdade de pensamento e expressão e a postura responsável por toda publicação divulgada. Neste caso, ambas as partes devem estar alinhadas com o objetivo comum e, sobretudo, não interferirem de forma prejudicial ao trabalho de checagem. É importante também, que os conglomerados de

fact-checking permaneçam limitados, caso contrário, a verificação pode sofrer distorções diante da pluralidade de normas e visões a que estão submetidas, estabelecendo configurações de retrocesso à atividade.

3 – Democracia digital

É conhecida a ideia de que a internet é um recurso que possibilita a participação popular no debate público e que dá aos cidadãos o poder de usá-la como um instrumento de intervenção nas decisões políticas. No entanto, o papel já foi objeto de discussões nas áreas de comunicação e ciências sociais por possibilitar questionamentos se é realmente efetivo ou não.

Discutir a funcionalidade de participação dos cidadãos nas movimentações políticas dentro do ciberespaço é uma tarefa que exige cuidado, já que o conceito de alguns termos atuantes nas discussões, como a liberdade de expressão, se tornou confuso no ambiente virtual. Gomes (2005) fala sobre a deficiência de aplicação do assunto:

A internet proporciona instrumentos e alternativas de participação política civil. Por outro lado, apenas o acesso à internet não é capaz de assegurar o incremento da atividade política, menos ainda da atividade política argumentativa (GOMES, 2005, p. 8).

Na ideia de democracia digital, a checagem de fatos se torna um filtro para a população diante do vasto conteúdo disponível na internet, ajudando a melhorar o engajamento da sociedade no cenário de decisões políticas. Como base fundamental, é preciso que os cidadãos tenham instrumentos como acessibilidade, tanto à internet quanto à informação, para entender o papel da checagem na contribuição do processo. Para quem tem tal benefício, exercer o gerenciamento e, posteriormente, produzir conteúdo crítico, fomenta o discurso saudável e torna a população mais equipada para o envolvimento na esfera pública. Do outro lado, a disponibilidade das instâncias de poder político em receber as posições do cidadão contribuem para tal feito democrático.

A abordagem de uma ótica mais pragmática sobre o tema é imprescindível, visando justamente o contexto que dificulta a chegada do ciberespaço como forma democrática plena. Afinal, não é uma garantia na internet práticas totalmente democráticas e o interesse dos internautas por discussões políticas.

Para Gomes (2005), nº 221, “a esfera política virtual reflete a política tradicional, servindo simplesmente como um espaço adicional para a expressão da política mais do que como um reformador radical do pensamento e das estruturas políticas”. É válido se apoiar em

tal conceito diante da situação política encontrada no Brasil hoje. Ao avaliar o cenário da eleição presidencial 2018, por exemplo, não resta dúvida quanto ao fato de que a internet superou a influência televisiva utilizando as redes sociais como plataforma central para discussões e o desempenho militante entre partidos.

A utilização de *bots*, *fake news* e disparos de mensagens em massa, entrou no ciclo que modificou a lógica tradicional em cima dos telespectadores brasileiros. Em viés de comparação, a Folha publicou que no fim do primeiro mês de veiculação de propaganda eleitoral, o presidente eleito, Jair Bolsonaro, somou 10 minutos contabilizando todas as inserções na TV. Já Geraldo Alckmin, candidato com o maior tempo de campanha, teve mais de 6 horas somadas no mesmo período. Mesmo assim, a estratégia não surtiu efeito quando o Datafolha apontou Alckmin com menos de 10%, enquanto Bolsonaro saltou de 26% para 36%.

De acordo com estudo do Monitor do Debate Político, projeto vinculado à Universidade de São Paulo, somente no Facebook os apoiadores de Bolsonaro, movimentaram cerca de 38 milhões de interações; território onde o candidato teve o maior número de seguidores em comparação com os demais (42%). O engajamento puxou não só o então presidente, como também candidaturas do partido do qual é filiado, o PSL. Nomes como o de João Amêdo, do Novo, utilizaram igualmente o gatilho das mídias sociais para impulsionar as ideias do partido, até então pouco conhecidas. Ao fim da campanha, Amêdo obteve êxito na empreitada e garantiu 2,5% dos votos válidos na disputa, à frente de nomes e partidos tradicionais como Marina Silva (Rede) e Henrique Meirelles (MDB).

Neste contexto, é possível destacar o impacto que a consciência social, mais cibernética, gera na atual estrutura política em ação. A expressão política não deve ser considerada apenas no lançamento aleatório de discursos em rede. As mutações condicionadas pela influência do determinismo provocado - como no exemplo das eleições, a conquista de votos - *influenciam* diretamente a organização política moderna e como ela está se moldando em torno da potente conexão eletrônica guiada pela sociedade.

4 – Fake News

A checagem de fatos sempre teve como alvo distinguir o que é verdadeiro ou falso, um combate direto com a desinformação. No entanto, com o advento do fenômeno conhecido como *fake news*, a difusão de notícias falsas ganhou uma dimensão inédita na história. Os usuários com acesso à rede, presenciaram a intensiva transação que o mundo tecnológico proporcionou no cotidiano da sociedade, mas, uma devida conscientização de como se portar nesse espaço

perante fenômenos como esse, não chegou com tamanha rapidez. Este trabalho visa discutir o que move de fato a reverberação dessa rede, de que forma essa propagação afeta verdadeiramente os indivíduos e soluções efetivas para deter a problemática.

Ao considerar o aspecto do Brasil nas últimas décadas, primeiramente é importante pensar no desgaste que a cena política tem sofrido ao longo do tempo. Os escândalos desenfreados de corrupção afetaram negativamente a credibilidade do meio político, criando uma lacuna frágil no cerne social que favorece a reprodução do conteúdo. Assim, é necessário entender que a grande carga de *fake news*, principalmente em períodos de tensão política, pode ser resultado e não causa dessa situação instável.

As mídias sociais, habitat principal do fenômeno, ajudam no volume, propagação e alcance instantâneo da desinformação produzida. O fluxo de movimentação e engajamento de mensagens falsas nos moldes atuais da rede, atraem não só cada vez mais audiência, mas remunerações altas para os negócios desses grupos. Ao pegar como exemplo o 2º turno das eleições 2018, um escândalo ilegal envolvendo empresários que bancavam disparos em massa de conteúdo contra o PT foi revelado pela Folha de S. Paulo. A apuração é de que empresas que trabalhavam em apoio à campanha bolsonarista, sabotavam os códigos de conduta do Whatsapp e lançavam estratégias calculadas: ultrapassavam o limite de participantes por grupo e o repasse automático de pessoas por mensagem. A customização de usuários mais ativos também foi observada, assim eles puderam ganhar papel de “influenciadores” para maior replicação de material.

Estratégias como a citada anteriormente, dão ideia do atual estágio de desenvolvimento da rede de desinformação. O problema escancara a vulnerabilidade das bases de dados “privadas” dos internautas na internet, totalmente manipuláveis. Além de as próprias detentoras de redes sociais em alta mundialmente, não fornecerem alternativas de punição justas aos movimentos de difusão, se prendendo ao círculo de monitoramento e exclusão de páginas, que não se mostra uma forma inteligente de prevenção do problema.

Em entrevista ao Nexô, Eugênio Bucci, professor de comunicação da Universidade de São Paulo, relatou em uma reportagem:

Há uma “incapacidade desses núcleos políticos de conviverem com a verificação dos fatos, de conviverem com relatos jornalisticamente confiáveis e objetivos a partir dos quais poderia se estruturar uma opinião pública. Ao contrário, esses polos de intolerância rejeitam tudo aquilo que verifique fatos.

Tendem a se apoiar no relato factual como se fosse expressão de uma doutrina principista e moralista”.

É perceptível que a checagem de fatos é altamente prejudicada com o impacto das notícias falsas para a população. Esta reduz a conscientização dos fatos verdadeiramente apurados e desconsidera a inerência entre o diálogo saudável e a política.

Estudos mostram que parte da população não é passiva à *fake news* e compreende a importância de evitar tal conteúdo. De acordo com pesquisa do Grupo Kantar, cerca de 46% do público brasileiro está atento ao saber a origem das notícias consumidas – maior média entre os outros países consultados: França, Reino Unido e Estados Unidos. A análise também mostra que a cada 100 pessoas, 58 disseram ter menos confiança no noticiário político visto em redes sociais por causa das notícias falsas. Dados como consultar bons veículos, consultar mais fontes de informação e apoiar a relação intrínseca entre democracia e jornalismo acurado também foram destaque entre os participantes.

A autonomia da população em exercer hábitos que afastam a conjuntura de *fake news*, mostra a potência da onda de desinformação, ao mesmo tempo que auxilia toda a frente de combate ao problema. O trabalho da verificação de fatos, a consciência social e as ações punitivas das empresas obtêm algum retorno de regulação, mas a interferência do Estado em exercer este papel é justificativa de debates ao se levar em conta a liberdade de expressão.

4.1 Mediação do Estado

Assim como a aliança de agências de checagem com detentoras de redes sociais, a interferência do Estado na fiscalização de conteúdo falso gera tensões por conta de possíveis censuras e perseguições. Ao observar somente o direito de criação, as notícias falsas são guardadas pela liberdade de expressão. Com a interferência do Estado em filtrar o que é considerado verdadeiro ou falso, pode-se transferir poderes custosos à liberdade de expressão dos indivíduos.

Apesar do debate, a aproximação do Estado brasileiro no combate às *fake news* é lenta, mas já demonstra algumas ações. Criado em dezembro de 2017 pelo Tribunal Superior Eleitoral, o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições foi um comitê idealizado para atuação na eleição presidencial 2018, que gerou grande expectativa por parte da mídia e sociedade, mas teve desempenho nulo na eleição. Principalmente no 1º turno, multiplicaram-se notícias falsas entre as plataformas virtuais com alta especulação social e influência na votação, enquanto o órgão se restringiu a posições sobre os casos somente após o término do turno. Na

época, Rosa Weber, presidente do TSE, declarou que a Corte está atenta, mas em um primeiro momento está “aprendendo a lidar com o fenômeno(...) que não é de fácil compreensão”.

De fato, um devido auxílio do Estado na prevenção das *fake news* traria mais força contra o fenômeno e mais credibilidade ao papel dos checadores. Mas, é necessário considerar que a sociedade brasileira vive um momento de grande polarização política, além do governo não colocar meios de intervenção mais bem orientados. A presença de qualquer instância do Estado no processo de verificação, pode se apresentar como uma resposta radical. Joaquín Ortega, jornalista espanhol, defende a existência de referências que tragam certa garantia de neutralidade: “(...)ainda que, às vezes, possa parecer que não se ouça nada no meio de tanto ruído. Nada é para sempre, e tem que haver algo consistente para quando se produzam os silêncios. E se produzirá”. As iniciativas de checagem de fatos, com um papel meritório e já em estabelecimento, podem exercer melhor mediação com a sociedade.

5 - Conclusão

A discussão apresentada neste artigo permitiu compreender que a checagem de fatos deve aproveitar o atual período em desenvolvimento no Brasil para aprimorar a confusa atuação, utilizando sugestões como as pontuadas neste trabalho. Os responsáveis pelo método de verificação, devem adaptar as normas nascidas em berço americano para a perspectiva brasileira, menos consolidada. Dentro e fora do ciberespaço, a verificação deve ser entendida, percebida e repercutida pela sociedade com o intuito de consagrar um efeito generalizado contra o risco da desinformação.

O fenômeno das *fake news* pode se tornar um problema pequeno se a consciência social não criar como prioridade um ecossistema saudável de informações. A inteligência artificial está cada vez mais sendo incorporada no cotidiano da civilização e, à medida em que o homem torna a “maquina” uma extensão de si, a qualidade de raciocínio próprio se transforma. Com as crescentes mudanças nos sistemas de informações entre os humanos, a qualidade informacional não é uma garantia permanente. Questões sociais que são decididas a partir do vínculo entre os conhecimentos do mundo real e das habilidades inerentes à espécie humana são afetadas pela desinformação. Assim, a democracia e a sociedade se tornam um problema quando colocadas em conjunto. Outro fenômeno do desdobramento tóxico da tecnologia artificial e circulado amplamente nas redes sociais é a “falsa agenda”, capaz de forjar uma impressão de que multidões se importam com algo para impulsionar um fato. Um agravante direto das notícias falsas.

Em contrapartida, a checagem de fatos ao se apropriar do jornalismo de dados na rotina de trabalho, apesar de desafiador, entra no ambiente de convergência midiática e se utiliza de forma benéfica das ferramentas de alta tecnologia, que podem ser uma arma poderosa contra os desdobramentos da vertente tecnológica que estrutura a *deep fake*.

A área da checagem no Brasil tende a se tornar um recurso intrínseco ao jornalismo tradicional e é válido destacar a importância do estabelecimento da diferença de cada área para o público. Pode-se colocar que a verificação de dados é uma aba do jornalismo tradicional, mas, ao não ocorrer um distanciamento das áreas, a checagem pode sofrer um processo de exclusão pela sociedade e não conquistar credibilidade. A partir da checagem de fatos, o trato com as notícias instantâneas foi mudado ao se produzir avaliações objetivas de declarações factuais e esse fator deve ser valorizado, inclusive pela própria classe jornalística.

De acordo com este breve estudo, a checagem de fatos nos moldes brasileiros em que se apresenta hoje é uma ferramenta midiática política social que tenta estratégias de afirmação no ambiente informacional e enfrenta certa resistência proveniente do processo de implementação no país. No entanto, já tem considerável valor para a democracia ao traçar a construção de uma linha singular do discurso político, focada na análise de conteúdo dos atores políticos e oferecendo recursos para o debate social dentro do ciberespaço e fora dele.

6 - Referências

AGÊNCIA BRASIL. **Pesquisa diz que, de 69 milhões de casas, só 2,8% não tem TV no Brasil.** Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>>. Acesso em: 05 de nov. 2018.

AGÊNCIA LUPA. **Joaquín Ortega:** Até que ‘fake news’ seja moda do passado, temos de seguir lutando. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/10/08/artigo-eleicao-fake-news/>>. Acesso em: 09 de nov. 2018.

AGÊNCIA LUPA. **Mas de onde vem o *fact-checking*?** Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/de-onde-vem-o-fact-checking/>>. Acesso em: 30 de out. 2018.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo.** São Paulo: Editora Contexto, 2008.

DOURADO, Tatiana. **Fact-checking como possibilidade de accountability do jornalismo sobre o discurso político:** as três iniciativas brasileiras. In: ANPOCS, 40º, 2016, Minas Gerais.

FOLHA DE S. PAULO. **Empresários bancam campanha contra o PT pelo Whatsapp.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contra-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>. Acesso em: 08 de nov. 2018.

FOLHA DE S. PAULO. **‘Fake news’ alteram hábitos do público, indica pesquisa.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/10/1931635-fake-news-alteram-habitos-do-publico->

indica-pesquisa.shtml>. Acesso em: 09 de nov. 2018.

FOLHA DE S. PAULO. **Internet supera TV em influência na eleição.** Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/internet-supera-tv-em-influencia-na-eleicao.shtml>>. Acesso em: 03 de nov. 2018.

GOMES, Wilson. **A democracia digital e o problema da participação civil na decisão política.** Revista Fronteiras. São Leopoldo, RS, v. 7, nº 3, 214-222, 2005.

MENDONÇA, F. R; SIMÕES, G, P. **Enquadramento. Diferentes operacionalizações analíticas de um conceito.** Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, SP, v. 27, nº 79, 187-201, 2012.

NASCIMENTO, Solano. **Os novos escribas:** o fenômeno do jornalismo sobre investigações no Brasil. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2010.

NEXO. **Como chegamos a um estado de tanta desinformação.** Disponível em: <<https://www.nexojournal.com.br/entrevista/2018/10/06/Como-chegamos-a-um-estado-de-tanta-desinforma%C3%A7%C3%A3o>>. Acesso em: 06 de nov. 2018.