

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**A Checagem de Fatos no Brasil: uma abordagem semiótica**

Juiz de Fora

2025

**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**A Checagem de Fatos no Brasil:** uma abordagem semiótica

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Orientadora: Profa. Dra. Soraya Maria Ferreira Vieira

Juiz de Fora

2025

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Carvalho, Marina Aparecida Sad Albuquerque de.  
A checagem de fatos no Brasil : uma abordagem semiótica /  
Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho. -- 2025.  
514 p. : il.

Orientadora: Soraya Maria Ferreira Vieira  
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Juiz de Fora,  
Faculdade de Comunicação Social. Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação, 2025.

1. Pragmaticismo. 2. Desinformação. 3. Checagem de fatos. 4.  
Mudança de hábito. I. Vieira, Soraya Maria Ferreira , orient. II. Título.

**Marina Aparecida Sad Albuquerque de Carvalho**

**Checagem de fatos no Brasil:** uma abordagem semiótica

Tese apresentada ao Programa de Pós - Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora como requisito parcial à obtenção do título de Doutora em Comunicação. Área de concentração: Comunicação e Sociedade.

Aprovada em 20 de março de 2025.

**BANCA EXAMINADORA**

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Soraya Maria Ferreira Vieira** - Orientadora

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Iluska Maria da Silva Coutinho**

Universidade Federal de Juiz de Fora

**Prof. Dr. Tarcísio Cardoso**

Universidade Federal da Bahia

**Prof. Dr. Almir Almas**

Universidade de São Paulo

**Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Patrícia Fonseca Fanaya**

Universidade de Brasília

Juiz de Fora, 18/03/2025.



Documento assinado eletronicamente por **Iluska Maria da Silva Coutinho, Professor(a)**, em 20/03/2025, às 20:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Patrícia Melisa Silva Fonseca Fanaya, Usuário Externo**, em 20/03/2025, às 20:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Soraya Maria Ferreira Vieira, Professor(a)**, em 21/03/2025, às 16:55, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Tarcisio de Sa Cardoso, Usuário Externo**, em 23/03/2025, às 07:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **ALMIR ANTONIO ROSA, Usuário Externo**, em 23/03/2025, às 11:53, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-Ufjf ([www2.ufjf.br/SEI](http://www2.ufjf.br/SEI)) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador **2299398** e o código CRC **DBB18315**.

À minha filha, Anna, e aos meus sobrinhos,  
Bernardo e Vivian, que me inspiram a  
pesquisar para tentar tornar o mundo melhor.

## **AGRADECIMENTOS**

Sentar aqui e escrever esses agradecimentos é como a realização de um sonho. Significa que eu consegui concluir a redação da tese, algo que, durante algum tempo, pareceu-me muito distante. Quando eu terminei o mestrado, em 2018, pensei que pesquisar era difícil, mas viável, e que eu poderia permanecer nesse caminho. Contudo, quando iniciei o doutorado, em março de 2019, não imaginava tudo o que aconteceria nos anos seguintes.

Em 2020, com a pandemia, tive de me dedicar inteiramente ao trabalho que demandava muitas adaptações por conta do distanciamento social. Nessa época, eu já não estava muito satisfeita em relação ao projeto com o qual eu tinha ingressado no doutorado e queria mudanças, mas só consegui refletir melhor sobre elas mais ao fim de 2020, ao estabelecer uma nova rotina de serviço. Quando a proposta de pesquisa já parecia mais finalizada e eu me preparava para a Qualificação, em 2021, fui surpreendida ao descobrir que estava grávida. Nesse meio tempo, ainda em trabalho remoto, tivemos que nos mudar para Belo Horizonte por conta do trabalho do meu marido.

Quando a minha filha Anna nasceu, tive um puerpério difícil, fiquei com meus pais em Juiz de Fora, mas meu marido precisou continuar em Belo Horizonte. Depois, voltei para Belo Horizonte, mas sentia falta do apoio que recebia na minha cidade natal. Além disso, a adaptação com um bebê pequeno foi bastante desafiadora. Minha filha sempre foi muito simpática e eu a amo de uma forma sem precedentes, mas eu passava muitas horas amamentando, ela dormia pouco, na maioria das vezes somente no colo, pois acordava ao ser colocada no berço ou carrinho. Enfim, eu ficava exausta e não sabia como retornaria ao trabalho e à pesquisa estando sempre cansada, desmemoriada e com uma criança totalmente dependente. Quando a minha licença-maternidade acabou, eu não via como conseguiria concluir a tese.

Foi meu marido, Wendell, que me deu total apoio nesse momento e a quem eu, primeiro, devo agradecer por estar finalizando esta etapa. Ele ficava muitas horas trabalhando e, apesar de não conseguir cuidar da nossa filha enquanto eu pesquisava, encontrou uma profissional carinhosa para tomar conta da Anna. Ao trocar de emprego, também conseguiu mais tempo para dividir os cuidados comigo e, com isso, pude escrever de forma um pouco menos apressada.

Nesse sentido, também preciso agradecer por ser servidora pública civil federal, regida pela Lei nº 8.112/90, a qual permite afastamento para a pós-graduação e licença para capacitação. Apesar de essa legislação prever 48 meses de afastamento, foram concedidos oito, que já auxiliariam no meu retorno à ativa após a licença-maternidade. Também gozei de um período de afastamento parcial, em que permanecia dois dias em casa para estudar. Agradeço, em especial, ao meu chefe imediato, Wellington Felipe Belinassi, que me apoiou incondicionalmente nos períodos necessários de licença para capacitação. Eu realmente espero que a legislação seja aplicada mais amplamente, mesmo para os Técnicos Administrativos em Educação de nível médio que, como eu, acreditam na pesquisa e na qualificação de pessoal para apoio ao ensino, pesquisa e extensão com mais propriedade.

Tenho muito o que agradecer, também, à minha orientadora, Soraya, que me acompanhou na reta final da redação da tese e sempre foi muito empática, compreendendo que nem sempre eu conseguia ser tão rápida quanto eu gostaria na entrega do material. Na verdade, Soraya esteve por perto, acompanhando minha trajetória acadêmica desde 2015, quando cursei uma disciplina isolada ministrada por ela. Obrigada por contribuir tanto com esse trabalho e por fazer acontecer a minha defesa. Obrigada por me fornecer a confiança de que o trabalho está adequado para o exame final. Agradeço, também, ao Chico Pimenta, que me acompanhou no desenvolvimento do projeto de pesquisa e que impulsionou o estudo na perspectiva do pragmaticismo de Peirce, a partir do multicódigo.

Sou grata, ainda, às coordenadoras que estiveram à frente do PPGCom nesse período: Gabriela, Iluska e Cláudia, obrigada por todo o apoio sempre que era necessário. Aos meus colegas de turma, a primeira de doutorado do PPGCom/UFJF, a nossa união naquele primeiro ano de disciplinas foi um dos fatores que me animaram a seguir em frente. Em especial, à Daiana, que continuamente me auxiliava com referencial teórico e métodos de pesquisas digitais. Às professoras Geane Alzamora e Joana Zigler, da UFMG, que me receberam para cursar uma disciplina isolada, em 2019. Agradeço, também, aos jornalistas que me concederam entrevistas e que, dessa forma, possibilitaram esta pesquisa.

Eu também preciso agradecer aos meus pais, que sempre me acolheram com carinho, que se disponibilizavam a tomar conta da Anna e que, principalmente, deram o exemplo de estudo e acreditaram na educação. Como professores, sempre

defenderam que o conhecimento pode mudar o mundo. Obrigada por ouvirem meus lamentos, mandarem comida fresquinha e estarem sempre por perto. Agradeço também à minha dindinha, que sempre me apoiou da mesma forma.

Sou grata, ainda, aos amigos que estiveram por perto, aos meus irmãos, cunhados e sobrinhos, por também ouvirem meus desabafos quando eu estava desanimada e, principalmente, por compreenderem minhas ausências enquanto eu pesquisava e redigia minha tese. À minha sogra, que me ajudava a cuidar da casa, quando Wendell não estava presente, para eu poder me dedicar mais aos estudos. Aos meus filhos caninos, Zé Roberto e Dudu, que ficavam nos meus pés, fornecendo um apoio afetivo enquanto eu escrevia.

De forma muito especial, agradeço à minha filha Anna. Ela chegou e mudou tudo na minha vida e, por causa dela, acredito que tenho me tornado uma pessoa muito melhor. Obrigada por ter me auxiliado na compreensão de que não temos controle sobre a maioria das coisas que nos rodeiam. Agradeço por me mostrar tão claramente que cada maternagem é de um jeito e que a maneira como nós nos relacionamos só diz respeito a nós mesmas, à história que estamos construindo juntas e a tudo o que já vivenciamos. Isso me ajudou a respeitar o outro como ele é, porque só os envolvidos conhecem o contexto em que vivem. Ser sua mãe foi essencial para aceitar que o doutorado não seria como eu havia planejado, mas seria concluído dentro das possibilidades apresentadas.

“As pessoas que constroem castelos no ar, na maioria das vezes, não realizam muito, é verdade; mas todo homem que realiza grandes coisas é devido a construir elaborados castelos no ar e depois copiá-los dolorosamente em terra firme. Na verdade, todo o negócio do raciocínio e tudo o que nos torna seres intelectuais, é realizado na imaginação.”  
(CP 6.286, tradução nossa)

## RESUMO

A tese objetiva responder se o confronto entre desinformação e verificação de fatos, durante a Pandemia de COVID-19, possibilitou um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas checadores de fatos. A base teórica é o pragmatismo de Charles Sanders Peirce, para quem, por meio da semiose, pode ocorrer a evolução de interpretantes lógicos e, conseqüentemente, do pensamento, por meio do método científico. A hipótese é de que, nos processos interpretativos relativos aos confrontos entre desinformação e checagem ocorrem limitações que impedem o aperfeiçoamento consistente na capacidade crítica dos profissionais verificadores. Essa hipótese foi subdividida em outras três, de acordo com as categorias da Faneroscopia de Peirce. Na primeira, supomos que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impacta a verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Na segunda, suspeitamos que o confronto entre a insistência dos fatos em serem representados e o “empacotamento” de notícias pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das empresas de verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas sobre a relação entre fatos e notícias. Por último, pressupomos que a influência da robótica e das condições de trabalho limitam uma possível ampliação das capacidades críticas. Para o teste empírico, realizamos análises de 20 conteúdos produzidos pelas agências Aos Fatos e Lupa, fazemos uso da analítica de Peirce e entrevistamos oito jornalistas envolvidos nessas produções. Verificamos que, apesar de as checagens não abordarem uma possível participação de *bots*, os jornalistas acolhem a sensação desencadeada pelos qualissignos de atuação robótica que chega ao julgamento perceptivo e pode, portanto, ser ponto de partida para posteriores reportagens mais profundas, que vão ampliar a compreensão sobre o fenômeno da desinformação. Também observamos que os jornalistas tentam fazer predominar os sinsignos indicais dicentes para apresentar mais certeza do que dúvida e, por meio da experiência colateral, promoverem uma aproximação do objeto dinâmico. Isso indica, ainda, uma preocupação ética em conscientizar os leitores sobre os processos de desinformação existentes. O conteúdo é atrelado a um padrão de escrita jornalística e de patrocínio por meio das empresas do Vale do Silício, e os entrevistados confirmam que utilizam critérios jornalísticos para selecionar o que será

checado e a forma de redação do conteúdo. Contudo, dizem que a parceria com a Meta não influencia nos conteúdos checados nem na maneira como isso será feito, apenas fornece uma plataforma em que são encontrados os processos de desinformação. Afirmam, também, que são utilizadas outras ferramentas para isso. Por fim, as entrevistas apontam que há um movimento cotidiano de autocrítica e heterocrítica entre os jornalistas verificadores e que, apesar de não serem organizados momentos específicos para esse fim, como seminários de avaliação, as reflexões diárias permitem pensar e colocar em prática novas formas de apuração e apresentação de conteúdos.

**Palavras-chave:** pragmaticismo; desinformação; checagem de fatos; mudança de hábito.

## **ABSTRACT**

This thesis aims to determine whether the confrontation between misinformation and fact-checking during the Covid-19 pandemic has led to a consistent improvement in the critical skills of fact-checking journalists. The theoretical framework is based on Charles Sanders Peirce's pragmatism, which posits that through semiosis, the evolution of logical interpretants—and consequently, of thought—can occur via the scientific method. The central hypothesis is that, in the interpretative processes surrounding the confrontations between misinformation and fact-checking, certain limitations arise that hinder the consistent improvement of the critical capacity of professional fact-checkers. This hypothesis is further divided into three sub-hypotheses, aligned with Peirce's categories of phaneroscopy. First, we propose that the lack of transparency regarding the origin of misinformation—whether robotic or human—impacts the verification process, hindering journalists' perceptual understanding of the qualitative constitution of the news. Second, we suggest that the tension between the insistence on accurately depicting facts and the "packaging" of news by journalism, coupled with the commercial and political interests of fact-checking networks, creates conflicts in journalists' interpretative processes regarding the relationship between facts and news. Finally, we hypothesize that robotic influence and working conditions limit the potential expansion of critical skills. To empirically test these hypotheses, we analyzed 20 pieces of content produced by the fact-checking agencies Aos Fatos and Lupa, using Peirce's analytical framework, and conducted interviews with eight journalists involved in these productions. Our findings indicate that, although the fact-checks do not explicitly address the use of bots, journalists acknowledge the influence of qualisigns associated with robotic operations on their perceptual judgment. These qualisigns could serve as a starting point for deeper investigations, potentially expanding the understanding of the misinformation phenomenon. Additionally, we observed that journalists prioritize dicent indexical sinsigns to convey certainty rather than doubt, and through collateral experience, they strive to approach the dynamic object. This reflects an ethical concern for raising readers' awareness of existing misinformation processes. The content adheres to a journalistic writing style that applies standard journalistic criteria and is sponsored by Silicon Valley companies. The interviewed professionals confirmed that they use these

journalistic criteria to select which content to fact-check and how to phrase their findings. However, they asserted that their association with Meta does not influence the content they choose to verify or the manner in which they conduct their fact-checking; rather, Meta provides a platform where misinformation processes can be identified. They also noted that other tools are used for this purpose. Finally, the interviews revealed that there is a continuous practice of self-criticism and peer critique among the journalists, and although there are no formal evaluation seminars, daily reflections enable them to refine their verification methods and content presentation practices.

**Keywords:** pragmatism; misinformation; fact-checking; habit changing.

## LISTA DE QUADROS

|                                                                               |     |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Quadro 1 - Espectro com sete formas diferentes de desordem informacional..... | 25  |
| Quadro 2 - Etiquetas propostas pela Agência Lupa.....                         | 95  |
| Quadro 3 - Selos propostos pela Agência Aos Fatos.....                        | 100 |
| Quadro 4 - Indicadores de <i>botnet</i> .....                                 | 143 |
| Quadro 5 - Classificação dos signos segundo a Semiótica de Peirce.....        | 151 |
| Quadro 6 - Diferenciação semiótica de atividade humana ou robótica.....       | 153 |
| Quadro 7 - Os valores-notícia.....                                            | 207 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gráfico 1 - Diferenciação dos conteúdos analisados da Agência Lupa.....                       | 169 |
| Gráfico 2 - Abordagem sobre a origem da Desinformação nos conteúdos da Agência Lupa.....      | 170 |
| Gráfico 3 - Diferenciação dos conteúdos analisados da Agência Aos Fatos.....                  | 171 |
| Gráfico 4 - Abordagem sobre a origem da Desinformação nos conteúdos da Agência Aos Fatos..... | 173 |
| Gráfico 5 - Critérios jornalísticos e influências comerciais na Agência Lupa.....             | 230 |
| Gráfico 6 - Critérios jornalísticos e influências comerciais na Agência Aos Fatos.....        | 231 |

## **LISTA DE DIAGRAMAS**

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Diagrama 1 - A Máxima Pragmática.....                                               | 121 |
| Diagrama 2 - O processo de descoberta via Máxima Pragmática.....                    | 123 |
| Diagrama 3 - Percurso do signo na análise semiótica de características robóticas... | 152 |

## SUMÁRIO

|                                                                                         |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                | <b>17</b>  |
| <b>2 DESINFORMAÇÃO E AMBIENTES MULTICÓDIGO.....</b>                                     | <b>22</b>  |
| 2.1 OS ESTUDOS GERAIS SOBRE OS PROCESSOS DE DESINFORMAÇÃO.....                          | 29         |
| <b>2.1.1 Desinformação e Pandemia de COVID-19.....</b>                                  | <b>38</b>  |
| 2.2 OS ESTUDOS SOBRE DESINFORMAÇÃO E PRAGMATICISMO.....                                 | 42         |
| 2.3 PROCESSOS MULTICÓDIGO: FACILITAM OU COMBATEM A DESINFORMAÇÃO?.....                  | 61         |
| <b>3 A CHECAGEM DE FATOS E A POSSIBILIDADE DA MUDANÇA DE HÁBITOS...68</b>               |            |
| 3.1 O ADVENTO DA CHECAGEM DOS FATOS.....                                                | 69         |
| 3.2 O ESTABELECIMENTO DAS AGÊNCIAS DE FACT-CHECKING.....                                | 78         |
| 3.3 AS CRÍTICAS AO MOVIMENTO DE CHECAGEM.....                                           | 83         |
| 3.4 A CHECAGEM DE FATOS NO BRASIL.....                                                  | 89         |
| <b>3.4.1 Agência Lupa.....</b>                                                          | <b>91</b>  |
| <b>3.4.2 Agência Aos Fatos.....</b>                                                     | <b>96</b>  |
| <b>4 OS JORNALISTAS CHECADORES DE FATOS E A MUDANÇA DE HÁBITOS..103</b>                 |            |
| 4.1 A MUDANÇA DE HÁBITO.....                                                            | 104        |
| 4.2 O INTERPRETANTE LÓGICO, O MÉTODO CIENTÍFICO E A MUDANÇA DE HÁBITO.....              | 112        |
| <b>4.2.1 Os diferentes interpretantes lógicos e o método científico.....</b>            | <b>116</b> |
| <b>4.2.2 A ciência e a Máxima Pragmática.....</b>                                       | <b>121</b> |
| 4.3 A VERDADE EM PEIRCE.....                                                            | 128        |
| <b>5 A INFLUÊNCIA ROBÓTICA NO PROCESSO PERCEPTIVO DE JORNALISTAS VERIFICADORES.....</b> | <b>139</b> |
| 5.1 O COMPORTAMENTO DOS <i>BOTS</i> SOCIAIS.....                                        | 139        |
| <b>5.1.1 Os <i>bots</i> na Pandemia de COVID-19.....</b>                                | <b>145</b> |
| <b>5.1.2 Os signos relacionados a humanos ou robôs.....</b>                             | <b>152</b> |
| 5.2 O PROCESSO PERCEPTIVO EM PEIRCE.....                                                | 156        |
| 5.3 RESULTADOS DOS TESTES COM A PRIMEIRA SUB-HIPÓTESE.....                              | 168        |
| <b>6 A REALIDADE E OS INTERESSES EM JOGO NO CAMPO JORNALÍSTICO.....181</b>              |            |
| 6.1 OS DIFERENTES OBJETOS EM PEIRCE E A EXPERIÊNCIA COLATERAL....                       | 182        |
| <b>6.1.1 Uma breve retomada do processo perceptivo.....</b>                             | <b>187</b> |

|                                                                                                |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>6.1.2 A experiência colateral.....</b>                                                      | <b>190</b> |
| <b>6.1.3 A ética em Peirce.....</b>                                                            | <b>195</b> |
| <b>6.2 AS TEORIAS JORNALÍSTICAS.....</b>                                                       | <b>199</b> |
| <b>6.2.1 Os valores-notícia.....</b>                                                           | <b>206</b> |
| <b>6.2.2 A influência das empresas do Vale do Silício por meio da<br/>plataformização.....</b> | <b>215</b> |
| <b>6.3 RESULTADOS DA SEGUNDA SUB-HIPÓTESE.....</b>                                             | <b>225</b> |
| <b>7 INTERPRETANTES E A CAPACIDADE CRÍTICA NOS JORNALISTAS<br/>VERIFICADORES.....</b>          | <b>242</b> |
| <b>7.1 OS INTERPRETANTES DE PEIRCE.....</b>                                                    | <b>242</b> |
| <b>7.2 INTERPRETANTE, TERCEIRIDADE E CONTINUIDADE.....</b>                                     | <b>252</b> |
| <b>7.3 RESULTADOS DA TERCEIRA SUB-HIPÓTESE.....</b>                                            | <b>262</b> |
| <b>8 CONCLUSÃO.....</b>                                                                        | <b>286</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                                                        | <b>290</b> |
| <b>APÊNDICE A – ANÁLISES.....</b>                                                              | <b>305</b> |
| <b>APÊNDICE B – ENTREVISTAS.....</b>                                                           | <b>390</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Esta tese tem por objetivo pesquisar se o confronto entre desinformação e verificação de fatos durante a Pandemia de COVID-19 possibilitou um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas checadores de fatos. A hipótese é de que, nos processos interpretativos relativos a esse conflito ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente. Dividimos a hipótese em outras três, conforme a Faneroscopia de Charles Sanders Peirce, cujo pragmatismo embasa este estudo. Ao pesquisar a partir de hipóteses baseadas nas categorias, a expectativa é analisar o objeto da maneira mais completa possível, tendo em vista que, na teoria peirceana, primeiridade, secundidade e terceiridade contemplam todos os aspectos de um fenômeno. Além disso, as categorias são complementares; ou seja, compreender fatores de primeiridade auxilia no entendimento dos fatores de secundidade, e ambos contribuem para a elaboração de aspectos da terceiridade.

Conforme abordaremos ao longo desta tese, fica evidente que a teoria de Peirce, desenvolvida entre o final do século 19 e início do 20, permanece atual, viva e é uma ferramenta adequada para a compreensão da evolução da mente, principalmente em processos de comunicação multicódigo, como o que estamos estudando. Dessa forma, esperamos demonstrar com clareza que a ideia de mudança de hábitos peirceana é justamente o que pretendemos observar nos jornalistas verificadores quando nos referimos à ampliação da capacidade crítica e, por isso, optamos por essa base teórica.

Na primeira sub-hipótese, suspeitamos que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impacta os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Na segunda, supomos que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizado pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das iniciativas de verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias. Por fim, na terceira, conjecturamos que a influência da robótica e das condições de trabalho nos

procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais dos jornalistas checadores, no sentido de ampliar capacidades críticas.

Antes de testar as hipóteses, primeiro, propusemos consequências práticas. Em relação à primeira, nossa suposição era de que as checagens não levariam em consideração se a desinformação ocorreu a partir de humanos ou de robôs, apenas citariam as plataformas de circulação e utilizariam fontes oficiais ou reportagens para trazer mais credibilidade. Sobre a segunda, suspeitamos que nem todas as informações duvidosas existentes serão verificadas, e os jornalistas acabariam influenciados por valores comerciais e políticos (precariedade do serviço, sobrecargas de trabalho, lealdade e adesão ideológica à empresa, influência do Vale do Silício), além dos valores-notícia para selecionar os conteúdos checados, critérios também presentes na forma como as informações verificadas tentam se aproximar da verdade. Por fim, na última sub-hipótese, nossa suspeita era de que os procedimentos de checagem, influenciados pelos fatores observados nas sub-hipóteses anteriores, não exerceriam a força para a ampliação da capacidade autocrítica (e até da heterocrítica) ao longo dos processos interpretativos dos jornalistas que poderiam resultar em novas formas de verificação e de se fazer jornalismo.

Como testes empíricos, realizamos análises qualitativas de 20 conteúdos produzidos pelas agências de checagens Aos Fatos e Lupa de forma a verificar se eram observados ou não a origem da informação, além da presença de critérios jornalísticos, comerciais e políticos. Também fizemos entrevistas semiestruturadas com os profissionais que realizaram as verificações para questionar o que observamos nas checagens, averiguar como ocorre o processo de seleção dos fatos a serem checados e quais critérios são utilizados na própria checagem. Examinamos, ainda, a presença de autocrítica e heterocrítica, possíveis alterações nos procedimentos interpretativos dos verificadores, principais características dessas eventuais mudanças e a receptividade que encontraram nas organizações em que atuam.

Além disso, por meio da análise semiótica das características de *bots* encontradas no referencial teórico, tentamos descobrir em que medida os diferentes aspectos qualitativos dos signos podem indicar origem robótica ou humana e, consequentemente, impactar o processo perceptivo dos jornalistas checadores. Também por meio de uma análise do mesmo tipo, procuramos descobrir como os

diferentes signos desencadeiam objetos imediatos na mente dos jornalistas em suas tentativas de representação dos objetos dinâmicos. Por fim, buscamos identificar nas entrevistas interpretantes emocionais, energéticos e lógicos e quais seriam predominantes, tendo em vista que os lógicos podem desencadear um aprimoramento da capacidade crítica.

A tese foi dividida em duas partes: nos capítulos 2, 3 e 4, apresentamos o referencial teórico referente à desinformação, ao movimento de checagem de fatos e à mudança de hábitos. Essa base teórica auxiliará na compreensão dos resultados dos testes empíricos, que serão apresentados na segunda parte. Assim, no Capítulo 2, explicamos o motivo pelo qual usamos o termo desinformação e não notícias falsas, abordamos as pesquisas envolvendo o cenário político e essas notícias, os processos de desinformação em geral e na pandemia. Retomamos, principalmente, os estudos sobre desinformação com base no pragmaticismo, destacando aqueles que utilizam a semiótica para análise do fenômeno. Adicionalmente, abordamos o significado de multicódigo, que pode favorecer a ampliação da capacidade crítica nos jornalistas verificadores, contrapondo-o, ainda, ao conceito de transmídia.

No Capítulo 3, relatamos as possíveis mudanças de hábito e evolução da capacidade crítica que levaram ao estabelecimento da prática da checagem de fatos da forma como realizada atualmente. Explicamos, também, a inserção do movimento no jornalismo, o surgimento das Agências de Checagem e as proporções que alcançaram mundialmente. Apresentamos, ainda, as críticas ao movimento de checagem, o desenvolvimento da prática no Brasil e trazemos informações sobre as agências Lupa e Aos Fatos, de onde retiramos o *corpus* analisado nesta pesquisa. Por fim, também abordamos as alterações no programa de checagem do Facebook recentemente anunciadas e amplamente criticadas pelo movimento de verificação.

No Capítulo 4, apresentamos a hipótese e sub-hipóteses, com a recuperação sintética do problema de pesquisa. Apontamos a relevância do conceito de mudança de hábito para a estrutura filosófica do pragmaticismo e como essas ideias sustentam nossa pesquisa. Aprofundamo-nos, ainda, na evolução de interpretantes lógicos possível a partir do método científico, ressaltando a importância da autocrítica e da heterocrítica no processo, conforme propomos em nossa hipótese. A partir disso, demonstramos a estruturação e o desenvolvimento do pensamento envolvidos na nossa pesquisa. Por fim, procuramos um caminho de compreensão sobre o

significado de verdade, em Peirce, para discutir se os jornalistas verificadores poderiam alcançar essa verdade, na forma como proposta pelo lógico, por meio do exercício do método científico.

A segunda parte da tese começa no Capítulo 5, no qual elencamos as características descritas por diferentes pesquisadores que podem ser associadas aos processos comunicacionais iniciados por robôs ou humanos. Em seguida, relacionamos essas características aos tipos sígnicos, conforme a Analítica de Peirce, para diferenciar, semioticamente, uma comunicação humana e robótica. Por fim, antes de apresentar os resultados referentes ao teste empírico com a primeira sub-hipótese, discorreremos sobre o processo perceptivo em Peirce para apontar como ele pode influenciar a geração de interpretantes lógicos e, portanto, uma possível ampliação da capacidade crítica.

O Capítulo 6 aborda as diferenças entre o objeto dinâmico e o objeto imediato, além da importância da experiência colateral para a prática do jornalismo e para a diferenciação entre signos que indicam seu objeto de maneira falsa ou verdadeira. Também relacionamos essa temática à apuração jornalística e à checagem de fatos, nas quais o jornalista procura formar objetos imediatos, a partir de suas experiências colaterais, na tentativa de alcançar o objeto dinâmico.

Abordamos, ainda, a ideia de uma possível atuação ética de jornalistas checadores de fatos ao esclarecer processos desinformativos. Apresentamos os fatores que as teorias do jornalismo tradicionais e mais atuais apontam como influenciadores no processo comunicacional jornalístico e, por fim, retomamos as teorias sobre a influência das empresas do Vale do Silício e os processos de plataformação. Por fim, apresentamos os resultados das análises e das entrevistas referentes à segunda sub-hipótese.

O sétimo e último capítulo apresenta os resultados do teste empírico com a terceira sub-hipótese. Antes disso, reflete mais detidamente sobre os diferentes interpretantes e retoma a importância do Interpretante Lógico para o pragmatismo evolutivo de Peirce e para a ideia de Sinequismo, intimamente relacionados. Dessa forma, procura esclarecer que o desenvolvimento de interpretantes dinâmicos possibilitado pelo interpretante lógico rumo para o interpretante final em um movimento de continuidade e harmonia com uma lógica universal. É essa evolução

que também queremos observar ao analisar a ampliação da capacidade crítica nos jornalistas verificadores de fatos.

Assim, esta tese pretende contribuir com os estudos relativos ao movimento de checagem de fatos, que é recente, conforme discutiremos no Capítulo 3, na tentativa de compreender seu padrão de funcionamento. Esperamos, também, gerar reflexões que, para além de apreensão do padrão, corrijam eventuais problemas e impulsionem a atividade para a convergência com o pensamento universal em um movimento evolutivo, conforme a proposta do próprio Peirce. A expectativa é, ainda, que pesquisas futuras reafirmem ou refutem nossos resultados e que, nesse movimento social, encontremos o rumo definido pelo interpretante final.

## 2 DESINFORMAÇÃO E AMBIENTES MULTICÓDIGO

Após a vitória do Republicano Donald Trump nas eleições de 2016 nos Estados Unidos e o resultado do plebiscito de junho de 2016 (*Brexit*), no qual a maioria dos eleitores britânicos decidiram que o Reino Unido deveria deixar a União Europeia, os termos desinformação e notícias falsas passaram a ser mais conhecidos. Investigações posteriores, envolvendo o parlamento e reguladores governamentais britânicos, além do congresso estadunidense, apontaram para a participação da empresa inglesa Cambridge Analytica na compra de informações pessoais de usuários de redes sociais para traçar perfis psicológicos detalhados e influenciar comportamentos tanto no *Brexit* quanto nas eleições estadunidenses de 2016 por meio das próprias redes sociais (Lewis; Hilder, 2018; Rosemberg; Confessore; Cadwalladr, 2018).

Também houve investigação no Congresso dos Estados Unidos sobre a influência da Rússia na eleição de Trump de 2016. A hipótese foi de que a Agência de Pesquisa em Internet, uma companhia ligada ao governo russo, teria divulgado mensagens de cunho desinformativo no Facebook, Twitter e Youtube de forma a, supostamente, criar controvérsias entre os eleitores e incentivá-los a não votar para gerar uma crise na sociedade estadunidense (Isaac; Wakabayashi, 2017; Timberg, 2017).

No Brasil, o Jornal *Folha de São Paulo* denunciou um possível esquema de envio de mensagens contra o Partido dos Trabalhadores (PT) no aplicativo WhatsApp durante as eleições presidenciais de 2018. Caracterizando doação para campanha por empresas, uma ação proibida pela legislação eleitoral do país, companhias apoiadoras do então candidato Jair Bolsonaro teriam comprado o serviço de disparo em massa usando a base de apoiadores do próprio político, quando os números de telefone são cedidos voluntariamente por partidários. Somado a isso, teriam utilizado, ainda, bases de usuários adquiridas de terceiros, na maioria das vezes fornecida ilegalmente por companhias de cobrança ou por funcionários de agências telefônicas. Nesse último caso, ocorria outra ilegalidade proibida pela legislação eleitoral brasileira: a compra de base de terceiros (Mello, 2018).

É nesse contexto que começam a aparecer os estudos sobre desinformação, primeiramente envolvendo o cenário político e as notícias falsas. Antes de abordar

essas pesquisas, no entanto, é importante diferenciar alguns conceitos utilizados para tratar do tema.

Tandoc Jr., Lim e Ling (2018), por exemplo, revisaram 34 artigos científicos publicados entre 2003 e 2017 que trazem o termo notícias falsas e identificaram seis categorias diferentes para tratá-lo. Segundo os autores, a categoria mais comum seria a sátira, caracterizada como programas de notícias que usam o humor ou exagero para apresentar as temáticas, mantendo o cenário de um jornal tradicional de TV. Em geral, fica claro que se trata de entretenimento, e os apresentadores confirmam seu papel de comediantes.

A segunda categoria de notícias falsas, de acordo com os pesquisadores, seria a paródia que é similar à sátira, pois também utiliza humor e imita os formatos da mídia tradicional. No entanto, difere ao trabalhar com informações não verdadeiras, trazendo o ridículo das problemáticas e reforçando-as por meio da invenção de ficções. Assim como a sátira, essa categoria pode funcionar como uma forma de acompanhamento da conduta do jornalismo profissional, ajudando a aprimorar a credibilidade. Diferente das demais categorias, na paródia e na sátira pressupõe-se que o autor e a audiência saibam que se trata de uma brincadeira. No entanto, em alguns casos, quando a paródia é extremamente sutil, a audiência pode ser enganada, compartilhando um conteúdo sem de fato compreendê-lo.

A terceira categoria apresentada por Tandoc Jr., Lim e Ling (2018) seria a fabricação, ou seja, quando artigos não embasados na realidade são publicados com estilo de notícias para gerar credibilidade. Geralmente são conteúdos com tendência política, de difícil verificação, que o leitor aceita como legítimo, mesmo que publicados por organizações não jornalísticas ou outros indivíduos, por seguirem estilos e formas de apresentação jornalísticas. Esses conteúdos vão para as redes sociais e ganham legitimidade no compartilhamento por pessoas consideradas de confiança. Cabe enfatizar que duas questões estão envolvidas na fabricação de notícias: a intenção de atrair cliques, que vão gerar mais anunciantes, e a presença dos *bots* de notícias, que aumentam a circulação da informação, gerando a impressão de aceitação, o que reforça a legitimidade do conteúdo. Sobre esse último, trataremos no Capítulo 4.

Tandoc Jr., Lim e Ling (2018) definem a manipulação de fotos como a quarta categoria de notícias falsas, na qual vídeos e fotos reais são manipulados para criar um processo comunicacional falso. Em geral, esses materiais são baseados em fatos,

mas incluem acréscimos sem fatualidade. Os autores ressaltam que é possível ocorrer, ainda, uma apropriação indébita (*misappropriation*), quando uma foto real é retirada do contexto original, intencionalmente ou não, para representar um contexto diferente.

Já a penúltima categoria apresentada pelos pesquisadores é publicidade e relações públicas, descrita como conteúdos publicitários que simulam reportagens legítimas e *releases* publicados como matérias. Geralmente, são gerenciados por agências de notícias, mas a falta de informação sobre sua origem pode fazer com que a audiência acredite que o conteúdo não é tendencioso. A ênfase e o que diferencia essa modalidade das demais é o ganho financeiro. Algumas formas de publicidade nativa (*native advertising*) podem cumprir a função de publicidade e notícia, pois são baseadas em fatos, ainda que incompletos, geralmente realçando as características de um produto ou personalidade, e ganham legitimidade a partir de um formato jornalístico. Outra forma são as chamadas que atraem cliques e direcionam o usuário não para um site noticioso, mas a uma publicidade.

Por fim, os autores apresentam como última categoria a propaganda, em referência a histórias criadas por uma entidade política para influenciar a percepção pública. Nesse sentido, haveria uma “zona nebulosa” (Tandoc Jr.; LIM; Ling, 2018, p. 147, tradução nossa) entre a publicidade e a propaganda, tendo em vista que ambas são baseadas em fatos; no entanto, a propaganda inclui uma influência para determinada perspectiva que não é claramente exposta. Além disso, o objetivo é mais persuadir do que informar.

O que é comum nessas definições é como as notícias falsas se apropriam da aparência e da sensação de notícias reais; pela aparência dos sites a como os artigos são escritos e de como as fotos incluem atribuições. As notícias falsas se escondem sob um verniz de legitimidade à medida que assumem alguma forma de credibilidade ao tentarem parecer notícias reais. Além disso, indo além da simples aparência de uma notícia, por meio do uso de *bots* de notícias, as reportagens falsas imitam a onipresença das notícias por meio da construção de uma rede de sites falsos. Este é um reconhecimento claro do lugar das notícias na sociedade, mas ao se apropriar da sua credibilidade, as notícias falsas podem também minar a legitimidade do jornalismo, especialmente em um ambiente de mídia social quando a fonte real de informação muitas vezes é removida, ou pelo menos percebida à distância (Kang *et al.* 2011) (Tandoc Jr.; Lim; Ling, 2018, p. 147, tradução nossa)

Já Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018) preferem não usar o termo “notícias falsas” porque o consideram inadequado para tratar a complexidade do que denominam poluição da informação e também devido ao fato de o termo ter sido

apropriado por políticos para caracterizar empresas jornalísticas cujas coberturas consideravam desagradáveis. Diante disso, os pesquisadores propõem outras três nomenclaturas: informação errada (*misinformation*), que caracteriza uma informação falsa distribuída sem a intenção de causar prejuízo; desinformação (*dis-information*), quando uma informação falsa é propositalmente compartilhada para causar dano; e informação maliciosa (*mal-information*), quando uma informação baseada na realidade é distribuída para gerar prejuízo, geralmente ao se compartilhar uma informação privada no âmbito público.

Wardle (2018) complementa, ainda, que a ideia de notícias falsas estaria mais focada na conversação em texto do que na visual, mais em sites do que em *posts* nativos de redes sociais ou aplicativos de trocas de mensagens. Por outro lado, a ideia de desordem informacional é mais fluida, num espectro com sete formas que estariam incluídas nos três diferentes tipos de desordem informacional (Quadro 1):

Quadro 1 - Espectro com sete formas diferentes de desordem informacional

| Forma               | Apontamentos                                                                                                                                                            | Tipo                                        |
|---------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Sátira e paródia    | Geralmente a sátira não é percebida como tal, especialmente nos <i>feeds</i> das redes sociais.                                                                         | Informação errada ( <i>misinformation</i> ) |
| Conexão falsa       | Chamadas, recursos visuais ou legendas sem relação com o conteúdo, utilizados apenas para atrair cliques.                                                               |                                             |
| Conteúdo enganoso   | Informação utilizada para tratar sobre um assunto ou indivíduo de forma imprecisa, por exemplo, alterando uma foto ou retirando uma citação ou estatística de contexto. |                                             |
| Contexto falso      | Conteúdo preciso retirado do contexto original para confundir o leitor.                                                                                                 | Má-informação ( <i>mal-information</i> )    |
| Conteúdo impostor   | Matérias assinadas por jornalistas que não escreveram o conteúdo; vídeos e imagens com logos de organizações que não criaram o conteúdo.                                | Desinformação ( <i>disinformation</i> )     |
| Conteúdo manipulado | Conteúdo genuíno manipulado para enganar.                                                                                                                               |                                             |
| Conteúdo fabricado  | Textual ou visual. Pode ser um site ou um conteúdo criado para enganar.                                                                                                 |                                             |

Fonte: Wardle (2017).

Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018) abordam a necessidade de um modelo que analise separadamente os diferentes tipos de agentes<sup>1</sup> e suas motivações (financeiras, políticas, sociais ou psicológicas); as mensagens (legais ou ilegais, individuais ou parte de uma campanha de manipulação, totalmente ou em parte enganosas) e a forma de interpretação<sup>2</sup>. Além disso, os autores discorrem sobre a importância de se considerar as três fases do processo de desordem informacional: criação (quem concebeu a ideia), produção (contexto no qual o conteúdo foi disponibilizado, como um site de notícias fabricadas) e distribuição (em uma rede social, por exemplo)<sup>3</sup>. Ademais, os estudiosos sugerem atenção às formas de consumo, interpretação e incentivo à ação criadas pela desordem informacional. “Eles são compartilhados novamente como o agente original pretendia? Ou são compartilhados com uma mensagem em oposição? Esses rumores permanecem *online* ou se movem *offline* para conversas pessoais difíceis de capturar?” (Wardle; Derakhshan, 2017, p. 7, tradução nossa).

Para Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018), compreender informação errada, desinformação e má-informação como uma desordem informacional é uma necessidade para as democracias, tendo em vista como esses processos impactam o ecossistema informacional, atualmente dominado por crescentes veículos partidários. Somado a isso, os autores apontam que há articulações emocionais exageradas, entrega de conteúdo rápida nos *smartphones* por meio de algoritmos e um público que acessa somente as manchetes para conseguir lidar com a grande quantidade de informação disponível.

Os pesquisadores atentam, ainda, para a importância de que sejam checadas as fontes de informação, pois argumentam que, ao observar quem compartilhou primeiro uma informação, já é possível verificar se o conteúdo é preciso. Conforme trataremos mais à frente, em uma perspectiva semiótica, trata-se de investigar para onde os sinais indicais apontam e qual é o contexto do objeto a partir da experiência colateral. Para os autores, as redações devem estar ainda mais atentas a

---

<sup>1</sup> Os agentes são os envolvidos na propagação de desinformação e podem atuar para um estado ou integrarem uma rede de apoiadores de um país, partido ou causa. Podem programar *bots* ou atuar como ciborgues ao postar tão frequentemente quanto um *bot* (Wardle, 2018).

<sup>2</sup> A interpretação está relacionada à fonte da mensagem, seus criadores e compartilhadores, a como as mensagens interagem com as crenças pré-existentes do leitor (Wardle, 2018).

<sup>3</sup> Wardle (2018) explica que muitas vezes ocorre, também, uma *re-produção*, quando pessoas conectadas às redes do site de notícias fabricadas compartilham o conteúdo, ampliando seu impacto.

isso, criando mapas de redes e conexões para compreender como a desinformação está sendo criada, distribuída e ampliada. “Com as redações confiando cada vez mais nas redes sociais para ideias de pauta, as habilidades de verificação e a capacidade de identificar redes de sites de notícias e *bots* fabricados são mais importantes do que nunca” (Wardle, 2018, p. 957). A capacidade de percepção de robôs é um tema relevante para esta tese, tendo em vista que uma de nossas hipóteses se relaciona a esse assunto, conforme apresentado na introdução e no Capítulo 3.

Em consonância com as ideias de Wardle e Derakhshan (2017) e de Wardle (2018), a Comissão Europeia, em seu relatório “Uma abordagem multi-dimensional para a desinformação: relatório do Grupo de Alto Nível, em notícias falsas e desinformação online” (Comissão..., 2018, tradução nossa), tem preferência pela utilização do termo desinformação. O relatório considera o vocábulo mais abrangente, pois “(...) inclui todas as formas de informações falsas, imprecisas ou enganosas desenhadas, apresentadas e promovidas para causar danos públicos intencionalmente ou com fins lucrativos” (Comissão..., 2018, p. 7, tradução nossa). Já as notícias falsas podem incluir formas consideradas de baixo risco, como erros de jornalistas e técnicas automatizadas amplificadas. Conforme o documento, pesquisas mostram que os cidadãos associam frequentemente o termo “notícias falsas” ao debate político-partidário e ao jornalismo pobre de forma ampla, em vez de formas de desinformação mais perniciosas.

Por outro lado, a desinformação deve ser compreendida no contexto mais amplo sobre como a informação é produzida, distribuída e como as pessoas se envolvem com ela na esfera pública. Isso incluiria mudanças nos negócios e na profissão do jornalismo, mudança para a mídia digital e a ascensão de plataformas, bem como a crise generalizada de confiança entre grande parte do público e muitas instituições públicas. Não seriam abarcados, no entanto, os conteúdos ilegais nem outras formas deliberadas de distorção, como a sátira e a paródia, assim como a informação enganosa ou imprecisa compartilhada por pessoas que não a reconhecem como tal, o que seria classificado como informação errada para Wardle e Derakhshan (2017).

O relatório relaciona o advento da desinformação ao desenvolvimento da mídia digital, na qual os conteúdos são produzidos, circulados e amplificados em uma escala muito maior do que anteriormente e de maneiras pouco mapeadas ou desconhecidas.

No entanto, no contexto europeu (podemos relacioná-lo também ao brasileiro), estaria ligada, ainda, a questões políticas, sociais, cívicas e midiáticas que precedem a mídia digital. Os atores políticos, por exemplo, podem almejar enfraquecer a integridade dos meios e dos processos políticos ou serem contrários à liberdade e à independência da imprensa (Comissão..., 2018).

Além disso, o relatório aponta que nem todos os meios de comunicação mantêm os mesmos padrões de profissionalismo e independência editorial, somado ao fato de que a desinformação pode circular a partir de pequenos grupos ou nascer nas sociedades altamente polarizadas. Por fim, esse material considera que o papel das mídias digitais e das plataformas é importante, mas nem sempre bem compreendido: há um crescente poder das plataformas para permitir – e potencialmente interferir – na livre circulação de informações que vem com responsabilidades crescentes (Comissão..., 2018).

Em concordância com as considerações de Wardle e Derakhshan (2017), Wardle (2018) e do relatório da Comissão Europeia (Comissão..., 2018), passaremos a utilizar o termo “desinformação” e não “notícias falsas”. Isso porque o termo parece ter maior conformidade com o processo sógnico de Charles Sanders Peirce, que embasa teoricamente esta tese. A partir das ideias do lógico, podemos compreender as formas de desinformação como estruturas sógnicas complexas, próximo do que defendem Wardle e Derakhshan (2017), Wardle (2018) e o relatório da Comissão Europeia.

Nesse contexto, a maneira como os diferentes signos são desenvolvidos, quais categorias da Faneroscopia de Peirce os agentes optam por priorizar ao iniciarem um processo sógnico, de acordo com as suas motivações, modificará os interpretantes possíveis e, conseqüentemente, a forma como um signo será recebido e repassado em uma nova semiose, ou mudança de hábito. Trabalharemos mais a fundo essas ideias ao longo desta tese.

Após explorar os termos envolvidos na ideia de desinformação, podemos abordar os estudos já existentes sobre o assunto. Cabe ressaltar que, apesar da nossa opção pelo vocábulo “desinformação”, por vezes utilizaremos outros termos de acordo com que é proposto pelo autor de cada pesquisa.

## 2.1 OS ESTUDOS GERAIS SOBRE OS PROCESSOS DE DESINFORMAÇÃO

Um dos artigos pioneiros sobre o assunto é de 2017, mas, curiosamente, pertence à área de Economia, e não de Comunicação; ainda hoje o estudo é amplamente citado quando se trata de processos desinformativos. Nele, Allcott e Gentzkow (2017) pesquisam se Donald Trump foi eleito, em 2016, com o auxílio de notícias falsas. Para tanto, os autores utilizam dados de navegação na internet, uma pesquisa *online* pós-eleição com 1.200 participantes e 156 notícias sobre as eleições consideradas como desinformação por sites de verificação de fatos nos três meses anteriores ao pleito.

O estudo confirmou que as notícias falsas foram amplamente circuladas em favor do presidente eleito: das 156, 115 eram pró-Trump e foram compartilhadas mais de 30 milhões de vezes no Facebook. Os autores estimam que um adulto estadunidense teve acesso a uma média de 1,14 notícias falsas nos meses que antecederam as eleições. Além disso, concluíram que fatores como educação, idade e consumo total de mídia, o que Peirce definiria como elementos constitutivos da experiência colateral (CP 8.179), conforme abordaremos mais à frente, estão fortemente relacionados a crenças mais precisas sobre a veracidade ou falsidade das manchetes.

No cenário estadunidense, democratas e republicanos são cerca de 15% mais propensos a acreditar nas manchetes favoráveis aos seus posicionamentos ideológicos, o que é intensificado no caso de pessoas com redes sociais ideologicamente segregadas. Contudo, os pesquisadores concluem: não é possível afirmar que as notícias falsas elegeram Trump, tendo em vista que isso dependeria da quantidade de eleitores que modificaram seu voto por conta da desinformação, o que o estudo não pôde concluir.

Já Ferrara (2017) pesquisou uma campanha de desinformação ao longo das eleições presidenciais da França, em 2017, o episódio conhecido como “MacronLeaks”, no qual uma série de documentos falsos circulou nas redes sociais digitais a partir de um compartilhamento inicial na plataforma 4chan.org<sup>4</sup>. O estudo reuniu 17 milhões de tuítes ao longo dos 11 dias anteriores à eleição e, dentre eles,

---

<sup>4</sup> Plataforma na qual qualquer pessoa pode compartilhar comentários e imagens. Existem fóruns sobre diversos assuntos e os usuários não precisam ter uma conta antes de participar da comunidade. Disponível em: <https://4chan.org/>. Acesso em: 2 jan. 2023.

separou aqueles relacionados à campanha de desinformação, identificando, ainda, por meio de um algoritmo desenvolvido para esse fim, características humanas e robóticas de compartilhamento.

A conclusão foi de que o processo desinformativo não ganhou força porque os usuários mais engajados eram estrangeiros da extrema-direita, e não os próprios franceses, os quais apoiavam, em sua maioria, Macron. Além disso, as contas do X (na época ainda denominado Twitter) que haviam sido usadas na eleição de Trump, em 2016, foram reativadas para atuar no caso “MacronLeaks”, o que pode indicar a existência de um “mercado negro” de reutilização de *bots* na desinformação política.

No Brasil, Gomes e Dourado (2019) abordaram a desinformação política na campanha das eleições presidenciais de 2018. O estudo analisou 14 relatos sobre urnas eletrônicas fraudadas que foram compartilhados um milhão de vezes em plataformas digitais, em outubro daquele ano, e considerados falsos por agências de checagens. Para a avaliação das notícias falsas, os pesquisadores consideraram quatro elementos: “o contexto da guerrilha informativa, os meios e modos de propagação, a mimetização jornalística e o teor político da história<sup>5</sup>” (Gomes; Dourado, 2019, p. 38).

A conclusão foi de que as páginas pessoais possuem maior volume de compartilhamento de notícias falsas tanto no X quanto no Facebook, e a disseminação é mais bem-sucedida quando ocorre a partir de um centro que funciona como fonte de informação. Além disso, a maioria das histórias falsas surgiu de páginas e perfis com as mesmas ideias sociais, políticas e morais, principalmente apoiando o candidato Jair Bolsonaro, ou seja, a partir de redes políticas. Para os autores, isso reafirma um movimento de desinformação, mais presente na extrema direita, e as teorias das bolhas ideológicas e câmaras de eco<sup>6</sup>.

Gomes e Dourado (2019) apontam que nem sempre o conteúdo falso tem o mesmo formato de uma notícia digital, como defendeu o estudo de Tandoc Jr.; Lim e

---

<sup>5</sup> A guerrilha de desinformação permite ânimos exaltados e, conseqüentemente, amplia as chances de propagação viral de um conteúdo. Os modos de propagação dizem respeito a origem, força e percurso das histórias para que se possa traçar o alcance, os emissores, as plataformas e as redes políticas participantes. A mimetização jornalística fornece objetividade, legitimidade e credibilidade aos processos de desinformação. O teor político faz referência aos atores, eventos e temas com maior potencial de mobilização e engajamento (Gomes; Dourado, 2019).

<sup>6</sup> “Uma câmara de eco, também conhecida como câmara de eco ideológica, é uma descrição metafórica de uma situação em que informações, ideias ou crenças são amplificadas ou reforçadas pela comunicação e repetição dentro de um sistema definido” (Câmara de Eco, 2020).

Ling (2018), mas funciona mais como um *post* em redes sociais. Frases simples e diretas para fornecer credibilidade e a utilização de jargões jornalísticos, como “urgente” e “exclusivo”, também estavam presentes. Assim, fazer referência à *news*, para os autores, parece ser dispensável, a não ser que as notícias, na percepção pública, não estejam mais atreladas a um jornalismo profissional. Em relação aos temas e atores que participam dos processos de desinformação, são aqueles que já vivenciavam conflitos no cenário político, em casos que prejudicaram a esquerda em benefício da direita.

Por fim, os autores concluem que o fenômeno precisa ser compreendido, na verdade, como uma estratégia de ataque às instituições que tradicionalmente definiam a verdade, a qual passa a ser considerada aquilo que favorece um certo grupo. Além disso, para eles, as notícias falsas não são um problema do jornalismo, mas de política com intuito de danificar a democracia.

O tema foi aprofundado na tese de doutorado de Dourado (2020), na qual foi desenvolvida uma análise exploratória da natureza política de 346 notícias consideradas falsas sobre as eleições. Destas, 57 notícias, propagadas por 1073 contas e quase quatro milhões de compartilhamentos, foram selecionadas para uma análise mais aprofundada. A conclusão foi de que a conversação pessoal prevalece modelando o fluxo de comunicação, que as contas geridas por seres humanos contribuem mais para a distribuição de notícias falsas e que os processos de desinformação circulam entre plataformas, principalmente entre o Facebook e o WhatsApp.

Além disso, Dourado (2020) constatou que poucas contas conseguem um volume de compartilhamento suficiente para conceder popularidade a uma história e que os líderes de opinião são capazes de, estrategicamente, promover enquadramentos públicos distorcidos e mentirosos. Por fim, a pesquisa apontou que um candidato atuando como personagem principal da notícia falsa não necessariamente se traduz em prejuízo para a campanha: a maior parte do conteúdo falso era pró-Bolsonaro.

Já Ruediger e Grassi (2020) pesquisam a circulação de conteúdos que promovem a crença da fraude nas urnas e da manipulação eleitoral entre os anos de 2014 e 2020, por meio da análise de 103.542 posts, em português, no Facebook e no Youtube. O estudo revelou que esse tipo de conteúdo é crescente nos anos entre as

eleições, ou seja, 2015, 2017 e 2019, nos anos de eleição geral, 2014 e 2018, e de eleições municipais, 2016 e 2020. A maior concentração de publicações com conteúdos desinformativos sobre o tema foi em 2018, mas 2020 já alcançava o segundo lugar quando o estudo foi publicado.

Ao longo dos anos de realização da pesquisa, a maioria das postagens esteve no Facebook, foram 335.169 totalizando 16.107.846 interações, enquanto o Youtube contabilizou 2.035 postagens e 23.807.390 visualizações. Contudo, os autores enfatizam que a métrica desta última plataforma é mais contundente na verificação do alcance das mensagens, tendo em vista que considera todos que assistiram os vídeos e não só interagiram com reações, comentários ou compartilhamentos. Além disso, os mesmos *links* (a maioria de canais ou páginas hiperpartidárias<sup>7</sup>) com mais repercussão se repetem em diferentes anos: o *link* mais compartilhado é de 2016, mas alcançou maior engajamento só em 2019. Apesar disso, novos *links* também vão surgindo.

Soares e Recuero (2021a) estudaram duas “guerras de *hashtags*” para verificar o papel dos veículos hiperpartidários na discussão política e na propagação de desinformação ao longo das eleições de 2018. A primeira delas foi em 28 de setembro de 2018, quando a revista *Veja* publicou uma matéria sobre um processo legal envolvendo Bolsonaro, enquanto os veículos hiperpartidários circularam no Twitter que o PT pagou R\$ 600 mil por essa publicação falsa, a qual mancharia a reputação do candidato de extrema direita. Já a segunda ocorreu em 18 de outubro do mesmo ano, quando o jornal *Folha de São Paulo* noticiou que empresários estariam bancando uma campanha de desinformação no WhatsApp em favor de Bolsonaro; em oposição, os veículos hiperpartidários continuaram afirmando que se tratava de mentiras para prejudicar o então candidato.

A partir desses dois eventos, o estudo procurou observar como os meios hiperpartidários participaram e auxiliaram no desenvolvimento das “guerras de *hashtag*”, quais estratégias de legitimação de desinformação foram usadas e como esses processos de desinformação circularam no Twitter. Para isso, optou-se pelos

---

<sup>7</sup> Soares e Recuero (2021a, p. 2) explicam que os veículos hiperpartidários são “aqueles que publicam conteúdo predominantemente tendencioso e sensacionalista, claramente dando suporte a um partido político ou a uma visão política”.

métodos de análise de discurso<sup>8</sup> e análise de redes sociais. Os resultados indicaram uma forte polarização, com maior exposição dos grupos de direita ao conteúdo hiperpartidarizado e desinformativo, enquanto as informações da mídia tradicional circularam mais entre os demais grupos. Para manipular a informação e criar uma narrativa de resposta, possibilitando as disputas, os grupos de direita lançaram mão de enquadramento tendencioso e uma estrutura de discurso polarizada. Por fim, Soares e Recuero (2021a) constataram a importância dos líderes de opinião na propagação de desinformação entre a extrema-direita, reforçando os conteúdos hiperpartidários e a própria disputa por atuarem como atores-chave.

Aliado aos estudos sobre desinformação política, pesquisadores também se debruçaram sobre a desinformação com um enfoque mais geral. É o caso de artigo publicado por Lazer *et al.* (2018), amplamente citado em referência ao assunto, no qual os autores definem notícias falsas “como informações fabricadas que imitam o conteúdo da mídia de notícias no formato, mas não no processo ou intenção organizacional” (Lazer *et al.*, 2018, p. 1.094). Os autores acrescentam que os propagadores de notícias falsas não seguem normas ou processos editoriais que forneceriam precisão e credibilidade às informações, algo almejado pelo jornalismo tradicional, mas dificilmente alcançado, conforme discutiremos no Capítulo 6. Diferenciam, ainda, notícias falsas de *misinformation*, caracterizada como informação falsa ou enganosa, e *disinformation*, que seria informação falsa divulgada propositadamente para enganar, conforme as ideias de Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018).

O artigo situa as notícias falsas historicamente, relacionando-as à eleição de Donald Trump, quando a confiança na mídia tradicional teria colapsado, a partir da polarização político-geográfica de partidos nos EUA e da homogeneidade das redes sociais, fatores impeditivos da circulação e aceitação de informações políticas diversas. Os autores afirmam que existem poucos estudos sobre a quantidade de notícias falsas em circulação e seu impacto nos indivíduos; apesar disso, eles

---

<sup>8</sup> Consideramos a análise de discurso um método de pesquisa pobre, porque se sustenta em uma semiótica embasada na linguagem humana, partindo das ideias de Ferdinand de Saussure, para analisar trocas sógnicas em processos comunicacionais mais amplos do que apenas o verbal. Por outro lado, as ideias desenvolvidas por Peirce, conforme abordaremos nessa tese, possuem uma sustentação filosófica, não apenas linguística, e um embasamento realista, no qual o real independe da cognição humana, e, portanto, é muito mais adequado para a comunicação multicódigos atual (Pimenta, 2005).

apresentam um compilado de pesquisas já divulgadas sobre o assunto. O artigo indica, ainda, potenciais intervenções para diminuir a circulação e a influência das notícias falsas, como empoderar os usuários para gerar maior crítica e modificar estruturas para que esse tipo de conteúdo não se espalhe.

Em relação à primeira intervenção sugerida, os pesquisadores questionam a eficácia da checagem de fatos, pois algumas pesquisas apontam que o indivíduo tende a acreditar no que confirma sua crença e, portanto, não confiaria em uma checagem contrária ao que crê. Além disso, os autores argumentam que são necessários mais estudos para definir se a repetição de uma informação falsa, mesmo em meio a checagens, poderia confirmá-la como verdade. O estudo menciona, também, a existência de esforços para a análise crítica de mídia nas escolas, mas ainda sem confirmação de efetividade.

Em relação à mudança estrutural, Lazer *et al.* (2018) sugerem que as plataformas de redes sociais poderiam utilizar seus complexos modelos estatísticos em favor de uma melhora na qualidade da informação, como por meio de sinais de qualidade incorporados aos rankings algoritmos de conteúdos, o que diminuiria a chance de personalização de informação política relacionada a outros tipos de conteúdo e, conseqüentemente, às câmaras de eco. Poderia, também, ser implantado um controle maior da divulgação de informação automatizada por *bots*. Contudo, os autores ressaltam que as plataformas não abrem seus dados para pesquisa, dificultando a utilização para promoção de políticas externas.

“A possível eficácia das políticas baseadas em plataformas apontaria para a regulamentação governamental das plataformas ou para a autorregulação”, apontam Lazer *et al.* (2018, p. 1096). Nesse caso, os autores ponderam que a regulação direta do governo também apresenta riscos constitucionais e outros, como a censura. Como meta, os pesquisadores propõem a busca por responder a seguinte questão: “como podemos criar um ecossistema de notícias e uma cultura que valoriza e promove a verdade?” (Lazer *et al.*, 2018, p.1.096).

Em relação aos aspectos discutidos por esses pesquisadores, pontuamos que os algoritmos atuam para uma personalização atrativa ao público, o qual conseguiria escapar da invisibilidade proporcionada pela comunicação de massa. Talvez esteja aí a dificuldade de um jornalismo que ainda raciocina em uma lógica industrial e, portanto, de massa. Assim, o desafio pode ser compreender as regras de fluxos de

circulação estabelecidas pelos algoritmos, tendo em vista que, conforme apontado por Lazer *et al.* (2018), não existe regulação bem estabelecida<sup>9</sup>.

Já Ferrari (2018) aborda o que chama de mentiras, tendo em vista que, para ela, notícias falsas não podem ser consideradas notícias. Em uma visão bastante ingênua e sem embasamento nos resultados de outras pesquisas, para a autora, esse tipo de conteúdo foi benéfico para o jornalismo porque levou leitores a assinarem veículos de credibilidade, nos quais se pode confiar, e transformou as agências de *fact-checking* em fiscais do discurso público. Para apoiar essas ideias, a pesquisadora apresenta um estudo de caso do *El País*, na Espanha, que desenvolveu o *Blog Hechos* com o intuito de apresentar aos leitores como se realiza uma checagem de fatos e se alcança a verdade.

Em contrapartida, Albuquerque (2020) é crítico ao conceito de notícias falsas porque considera que existe uma série de instituições (agências, órgãos de imprensa, mídias sociais, Judiciário, entre outros) preocupadas em criar o que ele chama de monopólio da verdade. Para o pesquisador, as agências de *fact-checking* surgem sem epistemologia, com discursos frouxos, que consideram tudo, em algum grau, como *fake*, no contexto de um jornalismo que não verifica mais as informações. E a própria imprensa não é mais avaliada.

O autor acrescenta que as notícias falsas nascem no contexto em que o jornalismo perde autoridade, com grande produção de notícias, mas sem controle de qualidade, decorrente de um discurso corporativo da mídia que teria matado o jornalista, quem distinguia a profissão. Outro problema é a forma como o jornalismo estadunidense foi exportado, em que os títulos são chamativos, mas não concretos, fazendo com que a notícia se perca.

Albuquerque (2020) resume, ainda, as notícias falsas como um discurso de segurança: “quando você tem segurança, você não está nem aí para *fake news*. Sempre existiram *fake news*, mas a chamada *news* era poderosa o bastante que não precisava se preocupar com o resto, que era boato” (Albuquerque, 2020, p. 196). Para o pesquisador, há uma crise do sistema, em um processo no qual as instituições estão

---

<sup>9</sup> No Brasil, desde 2014, existe o Marco Civil da Internet (Lei 12.965/2014), que regulamentou alguns princípios e regras, como a liberdade de expressão, já garantida pela Constituição Brasileira, e a proteção da privacidade. Por outro lado, não são abordadas, por exemplo, a responsabilização das plataformas por conteúdo ilegal e a regulamentação de redes sociais, temáticas ainda discutidas em projetos de lei pelo Congresso Nacional. Em 2018, foi sancionada a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD - Lei 13.709/2018) para normatizar o tratamento de dados pessoais, incluindo coleta, armazenamento, tratamento e compartilhamento de informações.

perdendo credibilidade, e aqueles que deveriam se preocupar com informação de qualidade não o fazem. Consequentemente, surgem os discursos autoritários, presentes nas próprias agências de checagem, na medida em que definem processos e métodos para avaliar o que seria ou não verdade. Para ele, a universidade deveria assumir seu papel de vanguarda e reagir ao processo de imposição de verdade única.

Concordamos com o autor quando diz que a checagem de fatos nasce num contexto em que o jornalista não exerce mais a função de apurar com qualidade, procurando esclarecer os fatos em sua origem. Contudo, não seria o caso de uma busca pelo monopólio da verdade. A semiótica peirceana nos ajudará a compreender que a tentativa é de se aproximar da verdade, por meio de uma representação o mais fiel possível da realidade. Ainda que esse seja um ideal, ele deve ser perseguido.

Vosoughi, Roy e Aral (2018) alegam que a maior parte dos estudos não se preocupa em pesquisar qual a diferença na circulação da verdade e da falsidade. De acordo com os autores, é possível responder essas questões ao se diferenciar relatos científicos e teorias da conspiração verdadeiros e falsos; controlar as diferenças entre essas categorias e, em seguida, analisar o cenário. É dessa forma que os autores estudam as diferenças na difusão de relatos verdadeiros, falsos e mistos utilizando as cascatas de boatos<sup>10</sup> ocorridas no X, entre 2006 e 2017, que foram checadas, num total de 126.000 cascatas distribuídas entre 3 milhões de pessoas mais de 4,5 vezes.

Os estudos apontam que o pico dos boatos ocorreu no final de 2013, 2015 e 2016, este último relativo às eleições nos EUA. Também houve aumento na circulação durante as eleições estadunidenses de 2012 e 2016, e informações mistas foram propagadas em 2014, quando a Crimeia foi anexada à Rússia. O assunto que mais rendeu cascatas foi a política (que também possui alcance maior e mais profundo que outros temas), seguido de lendas urbanas, negócios, terrorismo, ciência, entretenimento e desastres naturais.

Outra conclusão foi de que os assuntos falsos são difundidos de maneira mais ampla, acelerada e profunda do que os verdadeiros, alcançando um público maior mais rapidamente. A pesquisa apontou que as informações falsas são muito mais retuitadas do que as verdadeiras (70% a mais de chance de serem retuitadas do que

---

<sup>10</sup> “Uma cascata de rumores começa no Twitter quando um usuário discorre sobre um tópico em um tuíte, que pode incluir texto escrito, fotos ou *links* para artigos *online*. Outros, então, propagam o boato, retuitando-o. O processo de difusão de um boato pode ser caracterizado como tendo uma ou mais cascatas, definidas como instâncias de propagação de um boato padrão que exibe uma cadeia ininterrupta de retuites com uma origem comum e singular” (Vosoughi; Roy; Aral, 2018, p. 359).

informações verdadeiras) e circulam de forma viral em uma propagação *peer-to-peer*<sup>11</sup>. Trata-se de um tipo de conteúdo mais retuitado por usuários únicos, que possuem menos seguidores, seguem menos pessoas, são menos ativos, foram verificados com menos frequência e ingressaram no X há menos tempo<sup>12</sup>, mas que, mesmo assim, fazem com que as notícias falsas se espalhem de forma mais ampla do que as verdadeiras. Apesar de essas características pertencerem a uma atuação robótica, conforme veremos no Capítulo 5, curiosamente, os testes indicaram que esse tipo de conteúdo circula de forma mais ampla porque é distribuído por humanos, e não por *bots*, diferente da hipótese de outros pesquisadores que já apresentamos.

Embasando-se em teorias que relacionam a novidade de uma informação ao seu potencial de atração, os autores constataram que os boatos eram significativamente mais novos que as histórias verdadeiras, contudo, não conseguiram afirmar que a novidade gerou mais retuites ou que foi o único motivo para essa ação. Os pesquisadores concluem dizendo que são necessárias mais pesquisas comportamentais para a compreensão da propagação diversa de notícias falsas e verdadeiras, além de uma interação mais direta com usuários por meio de entrevistas, questionários, experimentos laboratoriais e neuroimagens.

Allen *et al.* (2020) se propõem a pesquisar as informações falsas de forma mais ampla, a partir de dados de consumo *online* via *desktop*, aparelhos móveis e TV, levando em consideração, ainda, a quantidade de notícias falsas que são consumidas em comparação a outros tipos de notícia ou conteúdo. Os autores constataram que a maior parte do conteúdo de mídia, seja *online* ou na TV, não tem relação com notícias, as quais são consumidas majoritariamente na TV e não *online*. Além disso, os dados apontam que apenas 1% do total de notícias acessadas é falsa, e que a maior parte das informações é consumida nas principais fontes tradicionais, seja *online* ou na TV.

Os autores ressaltam que esses resultados não significam que as notícias falsas são sem importância. Contudo, apontam:

As preocupações com possíveis ameaças à democracia devem ter um escopo muito mais amplo do que falsidades deliberadamente projetadas em circulação nas mídias sociais. Em particular, a ignorância pública ou mal-entendidos de questões políticas importantes também podem surgir de uma

<sup>11</sup> Faz referência à teoria do “Two step flow” da Comunicação, em que uma informação sofre mediação de um líder de opinião (ver mais em Martino; França; Hohlfeldt, 2015). Conforme apresentado neste compilado de estudos, muitas pesquisas chegaram a essa mesma conclusão.

<sup>12</sup> Conforme veremos mais à frente, essas são características que podem ser atribuídas a usuários com probabilidade robótica.

combinação de (i) viés comum e definição de agenda na grande mídia (23-25) e (ii) a baixa exposição geral de muitos americanos ao conteúdo de notícias em geral, especialmente na forma escrita (Allen *et al.*, 2020, p. 6).

Conforme pudemos observar por meio das pesquisas apresentadas, os processos de desinformação interferem na vida das pessoas, nas atitudes político-partidárias ou cotidianas que são tomadas, como no uso de medicação ou rejeição às vacinas, no caso da Pandemia de COVID-19. É importante ressaltar que alguns dos estudos retomados tecem críticas às agências de checagem, que abordaremos mais detidamente no próximo capítulo.

Além disso, os estudos preocupam-se em problematizar a participação de *bots* na difusão de conteúdos enganosos, o que pode sustentar a nossa primeira sub-hipótese, relativa à percepção de robôs por jornalistas verificadores. Levando, ainda, em consideração esse cenário desinformativo, esta tese pretende partir da desinformação para analisar especificamente se esses processos também trazem efeitos positivos, no sentido de ampliar a capacidade crítica dos profissionais encarregados da verificação dos fatos, em especial, durante a pandemia de COVID-19. Por esses motivos, vamos abordar, também, a desinformação durante o período pandêmico.

### **2.1.1 Desinformação e Pandemia de COVID-19**

Com o surgimento de um novo tipo de coronavírus na China, em 2019, e o anúncio de uma pandemia, rapidamente também passou a se espalhar uma série de informações imprecisas e duvidosas. Seria uma infodemia, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS) (Zarocostas, 2020), caracterizada pelo aumento no volume de informação sobre um determinado assunto, com crescimento exponencial em um curto período de tempo, devido a um incidente específico, como a pandemia, que propicia a propagação de rumores e de desinformação, além da manipulação de informação (Pan American Health Organization, 2020).

A diretora da OMS, que elaborou a estratégia para combater o risco da infodemia, Sylvie Briand (*apud* Zarocostas, 2020), explicou que é comum uma pandemia ser acompanhada por uma grande quantidade de informação. Atualmente, no entanto, para ela, a diferença está nas redes sociais digitais, que permitem a

amplificação desse fenômeno, fazendo com que as informações se espalhem mais rapidamente e com maior alcance.

Com a infodemia, os estudos sobre desinformação passaram a abordar também esse tema. Alzamora, Ribeiro e Mendes (2021) organizaram um livro a partir da pesquisa denominada “A dinâmica transmídia de notícias falsas sobre o novo coronavírus”, iniciada em março de 2020, que contou com a participação de grupos da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), PUC Minas e Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). O objetivo dos estudos foi verificar os desdobramentos comunicacionais da pandemia a partir da desinformação, considerada uma temática transmídia<sup>13</sup>, que possibilita uma abordagem complementar nas plataformas de comunicação em rede.

Para a pesquisa, foram coletadas *hashtags* do *trending topic*<sup>14</sup> do X, entre 26 de janeiro e 21 de junho de 2020, e utilizado um total de 5200 tuítes com a *hashtag* #perguntacorona, relacionada ao programa de TV “Combate ao Coronavírus”, da Rede Globo. Era por meio da *hashtag* que a audiência fazia perguntas nas redes sociais *online*. O objetivo do estudo foi responder: “o que caracteriza a dinâmica transmídia da *hashtag* #perguntacorona e como ela estabelece mediação entre contextos de informação e de desinformação relacionados à pandemia?” (Alzamora; Ribeiro; Mendes, 2021, p. 17).

A pesquisa analisou as modalidades semióticas da comunicação transmídia e suas consequências para as noções de informação e desinformação, como a informação e a desinformação se propagam mediadas por *hashtags* e qual a rede de sentidos estabelecida na perspectiva transmídia. Buscou, ainda, atuar na formação crítica de mídia e na identificação da desinformação da pandemia dentro da escola, além de trabalhar as ideias de jornalismo transmídia, educação transmídia e *transmedia branding*. Especialmente relevante para esta tese é o estudo de Ribeiro e Paes (2021), que integra o livro de Alzamora, Ribeiro e Mendes (2021). Conforme abordaremos mais à frente, os autores partem da Semiótica Peirceana para tratar a desinformação ao longo da pandemia.

---

<sup>13</sup> Mais à frente, será discutido o conceito de transmídia.

<sup>14</sup> “Os *Trending Topics* (TTs) ou Assuntos do Momento são uma lista em tempo real das frases mais publicadas no Twitter pelo mundo todo. Valem para essa lista os marcadores, também conhecidos por *hashtags* (#) e nomes próprios” (Twitter, 2022).

Já Recuero e Soares (2020) estudaram a circulação de desinformação, no X brasileiro, sobre uma possível cura da COVID-19. O objetivo da pesquisa era descobrir como os discursos sobre o assunto se espalharam, quais diferentes tipos desses discursos circularam e foram predominantes e a forma como os relatos desmentindo as desinformações eram combatidos. Para tanto, os autores acompanharam conversações sobre o assunto durante dez dias, de 20 a 29 de março, e realizaram análise de conteúdo e de redes sociais relativa a 57.295 mil tuítes.

Os resultados apontaram que havia um alinhamento do discurso político de apoio ao presidente Jair Bolsonaro com a desinformação que era distribuída por líderes de opinião favoráveis à ideia do presidente; também houve a utilização de *bots* para legitimar e fornecer visibilidade à desinformação, a qual atuava como uma alternativa às informações da mídia tradicional. Além disso, os pronunciamentos de Bolsonaro refletiam em uma ampliação na circulação de desinformação. Por fim, observou-se que informações verdadeiras recebiam um enquadramento enganoso de forma a alinhar o discurso da cura com o processo de desinformação. “Vemos, portanto, que ao fundo, há uma disputa discursiva entre a ciência e o que é factual e o discurso político”, concluem Recuero e Soares (2020, p. 23). Entre os resultados alcançados, ressaltamos, novamente, a utilização de robôs para a disseminação de desinformação, um dos pontos abordados nesta tese.

O artigo de Recuero e Soares (2020) faz parte da pesquisa “Desinformação, Mídia Social e COVID-19 no Brasil”, realizada entre março e dezembro de 2020 pelo Grupo de Pesquisa em Mídia, Discurso e Análise de Redes Sociais (MIDIARS), atrelado à Universidade Federal de Pelotas (UFPEL) e à Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)<sup>15</sup>, cujos resultados são apresentados por Recuero (2021). Os objetivos do estudo foram analisar:

- (1) como a desinformação sobre COVID-19 circula nas conversações nos canais de mídia social; (2) quais as características particulares desse tipo de discurso; (3) como a circulação de desinformação se compara com os veículos de *fact-checking* e o jornalismo em geral (Recuero, 2021, p. 9).

Os estudos apontam que a desinformação sobre COVID-19 é considerada um tema político-partidário e não majoritariamente de saúde pública e, por isso, as formas

---

<sup>15</sup> Os pesquisadores do grupo também publicaram artigos com os resultados da pesquisa, por exemplo, Recuero, Soares e Zago (2021), Soares *et al.* (2021) e Soares e Recuero (2021b).

de controle do vírus, como distanciamento social e máscaras, são consideradas ideológicas e, conseqüentemente, rejeitadas por alguns grupos extremistas. Esse é o motivo pelo qual a desinformação sobre a doença circula, também, nas redes de desinformação políticas pré-existentes. Além disso, foi constatado que os conteúdos checados não conseguem penetrar a bolha de desinformação por causa da polarização política que promove a propagação de desinformação na extrema direita.

A pesquisa descobriu, também, que a desinformação é compartilhada, em geral, por usuários mais engajados e que publicam mais. Isso aumenta o volume e a circulação desses processos comunicacionais, principalmente dentro de bolhas, e faz com que o conteúdo verificado seja considerado apenas uma versão dos fatos. Em consonância, o jornalismo tradicional é rejeitado e suas informações são tidas como desinformação. Adicionalmente, observou-se que o reforço dos conteúdos enganosos por autoridades políticas e de saúde é essencial para a legitimação e propagação da desinformação sobre a COVID-19 nas mídias sociais. Já os *links* com desinformação mais compartilhados pertencem a sites apócrifos, ultrapartidários e com conteúdo sem autoria que embasam versões alternativas distribuídas por autoridades e ativistas, por exemplo.

Os pesquisadores dizem que a consequência da circulação desse conteúdo desinformativo é a falta de confiança na eficácia das vacinas, essas que acabam também sendo utilizadas com viés político-partidário na rivalidade com o então governador de São Paulo, João Dória, e com a China – dita comunista. Os processos desinformativos, inclusive, têm caráter xenofóbico e violento em relação aos chineses e asiáticos em geral, num enquadramento que reforça, ainda, teorias da conspiração.

Para o enfrentamento da desinformação, os pesquisadores sugerem:

ações de letramento digital e fomento ao debate público com autoridades científicas sobre os temas-chave; cobrança de ações de combate à desinformação nas plataformas; responsabilização de agentes públicos na propagação e legitimação dos conteúdos falsos; ações dos veículos jornalísticos para evitar manchetes de baixa qualidade, de modo a impedir que sejam usados para dar credibilidade à desinformação (Recuero, 2021, p. 7).

Para além de uma percepção cotidiana da desinformação que circulou ao longo da Pandemia de COVID-19, as pesquisas acima citadas confirmam a existência desses processos e seus efeitos ao longo do período pandêmico. Dessa forma, o

recorte escolhido para esta pesquisa parece adequado para estudar se a prática de esclarecer informações enganosas tem potencial para ampliar a capacidade crítica nos jornalistas verificadores de fatos. Nesse processo, se for aplicado o método científico na perspectiva peirceana, ainda que intuitivamente, o jornalista tende a se aproximar da realidade e não apenas das discussões político-partidárias que envolvem as temáticas.

A seguir, vamos abordar os estudos que tratam sobre a desinformação no viés do pragmaticismo de Peirce e, portanto, em consonância com nossa base teórica. É importante já pontuar, contudo, que a nossa proposta vai além dos métodos de fixação das crenças, a qual é uma reflexão de um Peirce ainda jovem e que desenvolveu mais profundamente suas ideias ao longo de toda a vida.

## 2.2 OS ESTUDOS SOBRE DESINFORMAÇÃO E PRAGMATICISMO

Alguns pesquisadores na área do pragmaticismo – Romanini; Ohlson (2018), Guarda; Ohlson; Romanini (2018), Alzamora; Andrade (2019), Borges; Gambarato (2019); Gala; Baldi (2019), Romanini; Guarda (2019), Santaella (2020), Ribeiro; Paes (2021), Baggio (2021), Romanini; Ripoll; Ohlson (2022), Cardoso; Barreto Júnior (2022), Ribeiro; Mendes; Alzamora (2023), Cardoso (2024) – apresentaram estudos sobre a dinâmica da desinformação especificamente relacionando-a ao pragmaticismo de Peirce. De forma geral, os estudos apropriam-se dos conceitos de crença e dúvida estabelecidos por Peirce.

Antes de abordar esses conceitos, é importante explicar rapidamente alguns outros que serão aprofundados ao longo da pesquisa<sup>16</sup>. Em Peirce (CP, 1.339), o signo é triádico, com três correlatos: signo, objeto e interpretante. O signo representa o objeto, mas porque o objeto determina esse signo, afeta-o de alguma forma. A representação só se completa porque causa um efeito em uma mente denominado interpretante, que pode ser emocional, energético e lógico, divisão baseada nas categorias fenomenológicas de Peirce: Primeiridade, Secundidade e Terceiridade. O emocional refere-se a um primeiro momento de ação do signo, que causa alguma sensação. A partir disso, pode haver outro efeito, o qual determinará algum tipo de

---

<sup>16</sup> Os conceitos são apresentados aqui rapidamente apenas para que o leitor consiga acompanhar os estudos que tratam sobre desinformação e pragmaticismo. Contudo, serão amplamente aprofundados ao longo da tese.

esforço físico ou mental, sendo assim, energético. Na elaboração mental, lógica, surge, por fim, o interpretante lógico (CP 4.536, CP 5.475).

Com esses conceitos em mente, podemos passar para a explicação de dúvida e crença. A dúvida seria paralisante enquanto a crença impulsiona uma ação. Nas palavras do próprio Peirce: “O sentimento de crença é indicação mais ou menos segura de se ter estabelecido em nossa natureza uma tendência que determinará nossas ações. A dúvida nunca se acompanha de tal efeito” (CP 5.371, tradução José Teixeira Coelho Neto). Dessa forma, a dúvida se caracteriza como desagradável, leva à irritação, enquanto a crença é um estado satisfatório e calmo, no qual tentamos nos manter e, por isso, há a necessidade de libertação da dúvida em uma tentativa de alterá-la para a crença (CP 5.372).

Peirce diz que tanto a dúvida quanto a crença trazem efeitos positivos, ainda que diversos, pois a dúvida leva ao questionamento, enquanto a crença estabelece um determinado tipo de comportamento quando surge a ocasião, ou seja, um hábito para ação a partir de certos estímulos. “O estímulo da dúvida leva a esforço por atingir o estado de crença. A esse esforço denominamos investigação (...)” (CP 5.374, tradução José Teixeira Coelho Neto). É com base nessas ideias que se desenvolve o texto “A fixação das crenças” (CP 5.358-87), no qual Peirce descreve quatro métodos para fixação de crenças.

O primeiro método é o da tenacidade (CP 5.377), o mais primitivo, em que o indivíduo se apega fortemente às suas crenças e evita interagir com aqueles que pensam diferente ou despreza o que é contrário ao que acredita. O segundo é o da autoridade (CP 5.379), similar ao método da tenacidade, mas no nível social, ou seja, a crença passa a ser fixada a partir de uma instituição, como a Igreja ou o Estado, que isola evidências contrárias com censura ou opressão.

O método a priori (CP 5.382), o terceiro deles, permite a escolha daquilo em que se decide crer, não apenas induz o indivíduo a uma crença, como nos métodos anteriores. Peirce diz que, nesse caso, as proposições são escolhidas, por exemplo, porque parecem “agradáveis à razão”. “A expressão é adequada; não alude ao que é confirmado pela experiência, mas ao que nos sentimos inclinados a acreditar” (CP 5.382, tradução José Teixeira Coelho Neto). O lógico acrescenta que, apesar de ser melhor do que os métodos anteriores, ainda é falho, pois faz da investigação algo semelhante ao desenvolvimento do gosto, que está sempre atrelado à moda e, por

isso, não gera consenso ou recebe influência de autoridades, como o governo ou a religião.

O último método é o científico (CP 5.384), por meio do qual a crença não seria fixada a partir de um esforço humano, por aquilo que desejamos acreditar, mas de coisas externas, sobre as quais os nossos pensamentos individuais não têm efeito, pois são independentes de nossa opinião e determinadas a partir do raciocínio. Por meio do método científico, “(...) qualquer homem, se possuir suficiente experiência e raciocinar o suficiente sobre o assunto, será conduzido à única conclusão verdadeira” (CP 5.385, tradução nossa). A partir desse método, Peirce propunha o falibilismo, por meio do qual é possível confiar em nossas crenças, mas não apostar plenamente nelas (CP 1.149). Sobre esse método, aprofundaremos no Capítulo 4.

A maior parte dos estudos específicos sobre desinformação e pragmaticismo realizam análises sobre o assunto a partir dos métodos de fixação das crenças. Romanini e Ohlson (2018) defendem que a busca pela verdade e o aprimoramento do processo interpretativo poderiam ser realizados por meio da tecnologia *blockchain*, de criptografia de moeda digital, a qual permitiria o compartilhamento de experiências em uma comunidade que procura estabelecer a crença por meio do método científico.

Entre as principais promessas da tecnologia *blockchain* está a possibilidade de verificação da origem de uma informação, uma vez que o registro na cadeia de blocos é absolutamente imutável, além da substituição dos intermediadores, pois as trocas de valores (ou informações) se dão entre os nós da cadeia, ou seja, entre os computadores individuais, em um sistema de validação para atingimento de um consenso (Romanini; Ohlson, 2018, p. 66).

Para os autores, esse seria o caso de jornalistas que querem evitar a disseminação de desinformação ao formarem uma comunidade para partilhar suas apurações e validar ou certificar as informações colhidas. Eles reconhecem, no entanto, que, para isso, seria necessária uma mudança na produção atual de notícias, baseada na competição entre meios de comunicação. No entanto, em um cenário em que a mídia visa ao lucro, por meio da venda de notícias e de espaço publicitário, a produção de informações a partir de um compartilhamento conforme proposto parece um ideal utópico inalcançável.

Guarda, Ohlson e Romanini (2018) reforçam que o método científico seria o único capaz de separar a informação da desinformação, pois, no pragmaticismo de Peirce, as crenças sociais são fortalecidas ou enfraquecidas quando confrontadas

com a realidade. Para os autores, corporações globalizadas, como Google e Facebook, que utilizam algoritmos para direcionar fluxos de informação, causam uma série de problemas, entre eles o destaque dos métodos da autoridade, tenacidade e a priori e não do científico, enquanto proliferam autoridades falsas, discurso de ódio e a persuasão baseada em desinformação. Nesse sentido, os pesquisadores reforçam que qualidades como “verdadeiro” ou “falso” são aplicáveis somente após a investigação realizada por uma comunidade, mas nunca são adjetivos finais, sendo provisórios e abertos a revisões.

Para Alzamora e Andrade (2019), a semiose de conteúdos falsos pode não ser apenas negativa, uma vez que, quanto maior for a sua propagação e geração de engajamento, mais agregará crenças diferentes, gerando dúvida e promovendo verificação. A dúvida, de caráter icônico, pode levar à revisão de uma crença estabelecida ou à fixação de uma crença concorrente pela verificação, de caráter indicial.

Contudo, nem sempre índices de falsidade conseguem revisar as crenças, que possuem natureza simbólica<sup>17</sup> e, por isso, baseiam-se em convenções sociais relacionadas a um caráter duradouro. Assim, ainda que refutadas, as notícias falsas podem continuar circulando. “A natureza pragmática de tal dinâmica, porém, tende a atuar no aprimoramento progressivo dos mecanismos de significação da notícia” (Alzamora; Andrade, 2019, p. 115). Essas ideias parecem estar em consonância com a nossa pesquisa, que visa descobrir se o confronto entre a desinformação e a verificação de fatos poder levar a um aperfeiçoamento da capacidade crítica em jornalistas verificadores de fatos.

As autoras pesquisam o uso social de *hashtags* no que consideram um ativismo transmídia para a fixação de crenças compartilhadas por meio de associação simbólica de ideias concordantes. No entanto, apontam que essa fixação de crenças varia de acordo com os métodos empregados, os quais influenciam na forma de associação de ideias por meio da experiência colateral<sup>18</sup> e, consequentemente, impactam os processos de engajamento com a notícia falsa, sendo os métodos da tenacidade e o da autoridade os mais presentes “para fixar crenças relacionadas à disseminação de conteúdos noticiosos falsos ou verdadeiros” (Alzamora; Andrade,

---

<sup>17</sup> Ícone, índice e símbolo são tipos de signo, para Peirce. Trataremos sobre o assunto mais à frente.

<sup>18</sup> A experiência colateral se refere ao contexto em que o signo está inserido e que auxilia na compreensão desse signo. Aprofundaremos no conceito no Capítulo 6.

2019, p. 123). Os demais métodos serviriam para confirmar ou questionar notícias possivelmente falsas, mas seriam menos utilizados por acionarem mecanismos de experiência colateral mais específicos.

Borges e Gambarato (2019) utilizam os métodos para exemplificar a forma como as pessoas formam suas crenças no cenário atual. O método da tenacidade seria similar ao que ocorre nas discussões polarizadas nas mídias sociais, como o Facebook, enquanto o da autoridade pode ser percebido nos debates religiosos e pontos de vista políticos. Já o método a priori é encontrado nos filtros bolhas e nas câmaras de eco. O Facebook, por exemplo, utiliza algoritmos para organizar as informações de forma que os usuários acessem conteúdos dos quais já estão inclinadas a gostar.

Assim, segundo Gambarato e Borges (2018), a partir do método a priori, o Facebook tende a não mostrar o que seria estranho para o usuário, gerando um sentimento de que as próprias crenças são similares às dos demais. Como consequência, os algoritmos podem levar à segregação ideológica, perpetuação da desinformação e confirmação de tendências. Como a dúvida causa irritação e se traduz na busca pela tranquilidade da crença, no Facebook significa procurar por conteúdos, situações e interações que confirmem nossas crenças.

Gala e Baldi (2019) sugerem que os jornalistas utilizem o método científico nas suas apurações, passando pelas fases de abdução, indução e dedução, de forma a afastar crenças internas indesejadas, evitar informações desatualizadas e falsas, além de promover uma maior aproximação da realidade e coerência interna, o que contribuiria para prevenção e combate às notícias falsas. Conforme discutiremos ao longo desta tese, concordamos que os jornalistas, principalmente os verificadores de fatos, os quais estamos pesquisando, devem aplicar o método científico na tentativa de se aproximarem da realidade. Para os autores, haveria espaço, ainda, para a revisão e reformulação de conteúdos e premissas operacionais de sistemas de computadores que atuam no cenário da desinformação.

A partir de uma análise semiótica de um processo de desinformação sobre a vereadora do Rio de Janeiro Marielle Franco, assassinada em março de 2018, Romanini e Guarda (2019) identificam o objeto dinâmico<sup>19</sup> e os interpretantes

---

<sup>19</sup> Para Peirce, o objeto apresenta dois aspectos: o dinâmico, aquele que existe independente do signo, e o imediato, veiculado pelo signo, ou o que do objeto dinâmico o signo nos mostra (CP 4.536). Falaremos sobre essa divisão no Capítulo 5.

dinâmicos, bem como os métodos de fixação de crenças envolvidos, buscando compreender melhor como as notícias falsas são criadas. Segundo eles, trata-se de uma mistura de informações verdadeiras e falsas com a mobilização de crenças, preconceitos e informações prévias provenientes do senso comum, tudo isso como uma estratégia de grupos políticos e econômicos que visam atingir objetivos muitas vezes fora do âmbito democrático.

Ribeiro e Paes (2021) utilizam os métodos da fixação das crenças para analisar o motivo pelo qual o discurso científico foi desacreditado por uma parcela da população durante a Pandemia de COVID-19. Nesse sentido, segundo eles, os processos de desinformação podem ser utilizados tanto para reforçar crenças já estabelecidas quanto para impulsionar a criação de conclusões equivocadas. No primeiro caso, por causa do conforto com a crença já estabelecida, rejeitam-se notícias contrárias a essa crença de forma a evitar um esforço indesejado. No segundo caso, as novas crenças são aquelas que parecem agradáveis à razão, mas, na verdade, são motivadas por inclinações pessoais. Os autores reforçam que, para Peirce, um raciocínio válido parte de premissas e conclusões independentes de nossas preferências, ou seja, que correspondam aos fatos e à realidade.

Os pesquisadores também atentam para o fato de que os métodos não devem ser analisados de forma isolada, pois podem coexistir. Como exemplo, utilizam uma postagem desinformativa sobre a origem do vírus causador da COVID-19, em que há um texto, “A culpa foi da China sim!”, e um *link* para o Jornal *O Globo*. A informação disponibilizada no *link* a partir de uma fonte jornalística é verdadeira, mas está descontextualizada para reforçar a ideia de que a China espalhou um vírus propositalmente com o intuito de prejudicar a economia de outros países. Percebe-se, assim, a presença do método da autoridade, com a utilização da mídia para reforçar crenças em fatos alternativos, e do método a priori. Nesse contexto, “notícias que demonstram afinidade à crença desejada são usadas como argumento, como no método a priori. Contudo, nos casos em que a notícia contradiz essa crença, a credibilidade do veículo é abertamente questionada” (Ribeiro; Paes, 2021, p. 98).

Um segundo exemplo é uma postagem que defende o emprego da hidroclorina para o tratamento da COVID-19, ironizando os efeitos adversos dessa droga ao compará-los com os da Novalgina. A argumentação, nesse caso, ocorre a partir do conflito entre fatos e evidências, um exemplo do método da tenacidade, já

que o autor da postagem é fiel às próprias crenças ao tentar não as confrontar e se distanciar dos argumentos válidos. O método a priori também se faz presente porque o autor da postagem sustenta suas ideias aparentemente com um raciocínio lógico, mas que demonstra suas inclinações favoráveis à hidroxocloroquina. Dessa forma, os fatos são usados para a “produção de uma verdade sem lastro com o real” (Ribeiro; Paes; 2021, p. 100).

Os autores continuam de forma mais interessante e com maior aderência às ideias maduras de Peirce, as quais utilizamos nesta tese, abordando o desenvolvimento do pragmatismo ao longo dos anos para compreender o fenômeno da desinformação. A partir da máxima pragmática de Peirce de 1878<sup>20</sup>, os pesquisadores concluem que a desinformação como “objeto da nossa concepção” gera efeitos práticos, como o reforço de crenças em tratamentos sem comprovação científica ou dúvidas sobre a eficácia da vacinação. “Sob o ponto de vista do pragmatismo, o conceito de desinformação equivale ao entendimento que temos do conjunto dos efeitos que ela produz na sociedade contemporânea” (Ribeiro; Paes; 2021, p. 102). Assim, se fosse possível conceber todos esses efeitos práticos, conheceríamos mais claramente a ideia de desinformação.

Contudo, Ribeiro e Paes (2021) ressaltam que Peirce amadurece sua máxima a partir das ciências normativas, Estética, Ética e Lógica, levando o Pragmatismo para além das ações e incluindo os sentimentos e o pensamento. Dessa forma, o ideal pragmático relaciona-se, também, à “capacidade de perceber os fenômenos, admirar suas qualidades, agir de maneira deliberada e refletir sobre seus significados” (Ribeiro; Paes; 2021, p. 102). Busca-se, assim, uma finalidade última a ser perseguida ao longo do tempo a partir de uma ação coletiva apoiada em evidências geradas pela comunidade científica que, a partir de um amplo debate, tende a se aproximar da verdade. Por isso, os autores defendem que todo o conhecimento científico sobre a COVID-19 deve ser amplamente debatido.

Os pesquisadores relembram que tais ideias foram aprofundadas a partir da semiótica. É por meio da Semiose que o pensamento segue em fluxo, “sendo atravessado por novos signos que incessantemente batem à porta da nossa percepção e retornam ao mundo na forma de outros signos através da ação

---

<sup>20</sup> “Considere quais efeitos, que possivelmente podem ter aspectos práticos, imaginamos existir no objeto de nossa concepção. Então, nossa concepção desses efeitos é o conjunto da nossa concepção do objeto” (CP 5.402). Sobre a máxima, discorreremos mais minuciosamente no Capítulo 5.

deliberada” (Ribeiro; Paes; 2021, p. 104). É por meio da Semiose que o signo se desenvolve para um resultado ideal, o interpretante final. No desenvolvimento de interpretantes lógicos, o pensamento evolui por meio da aprendizagem e conhecimento impulsionados pela mudança de hábito.

Essas últimas ideias que são propostas por Ribeiro e Paes (2021) nos parecem mais interessantes do que os estudos desenvolvidos apenas a partir dos métodos da fixação das crenças, pertencentes a um Peirce ainda jovem. A análise desses métodos e do fenômeno da desinformação pode ser mais efetiva, também, a partir da semiótica, especificamente a partir do ramo da gramática especulativa. A proposta de Ibri (2018) é exatamente essa, ao associar tais métodos à aproximação com o objeto dinâmico e à predominância de interpretantes emocionais ou lógicos.

Nesse sentido, conforme discutiremos, o autor explica por que a desinformação se relaciona, principalmente, aos métodos da tenacidade e a priori, nos quais os interpretantes emocionais se sobressaem em detrimento do interpretante lógico, o que faz com que os objetos imediatos praticamente ocultem os dinâmicos. Por outro lado, principalmente no método científico, estão em destaque os interpretantes lógicos e a busca pelo objeto dinâmico, o que reforça o fato de que a checagem de fatos precisa aplicar esse método na tentativa de se aproximar da verdade.

Retomando as ideias de crença e a dúvida, Ibri (2018) relembra que ambas são reais e geram consequências para a conduta, o que demonstra a recusa de Peirce aos ceticismos em plano teórico e especulativo. Sendo assim, mesmo que essas ideias sejam da fase mais jovem de Peirce, elas já demonstram a condição de significação como um conceito que aparece na forma de ação.

O conceito de ação se torna ontologicamente significativo, por denotar como se dá a relação entre mundo interno, configurado por crenças, hábitos, conceitos, com o mundo externo, público, ao qual qualquer mente tem potencial e circunstancialmente acesso direto (Ibri, 2018, p. 923).

Ibri (2018) concorda que, melhor do que explicar a dúvida como um desconforto é explicitar o estabelecimento da crença pelo viés fenomenológico e semiótico ou lógico, o que seria também uma tarefa pragmática, já que crenças genuínas são guias de conduta. Ao adotar uma conduta, é exercida certa racionalidade para a criação de mediações em um mundo reativo, de alteridade, que não se curva às representações dele efetuadas. Por meio da fenomenologia, é possível fazer uma previsão do futuro

para que possamos adequar a conduta aos fatos, o que, então, justifica as crenças como “(...) hábitos de ação que se associam a uma conduta redundante por que atingem os fins que se desejam” (Ibri, 2018, p. 924). Isso impulsiona Ibri (2018, p. 924) a se questionar “que fins seriam esses e como eles se vinculariam à natureza de dois dos mais importantes interpretantes da Semiótica de Peirce – o lógico e o emocional”<sup>21</sup>.

Ibri (2018) explica os métodos de fixação das crenças modificando a ordem em que são originalmente apresentados por Peirce na tentativa de melhor relacioná-los semioticamente com o objeto dinâmico. O método científico possibilitaria um diálogo contínuo das teorias com a experiência, fazendo com que as teorias verdadeiras sejam aquelas que demonstrem boa aderência<sup>22</sup> entre signos e objetos e, conseqüentemente, permitindo interpretantes lógicos comuns a toda a comunidade de investigadores. A razão para isso é o reconhecimento de que objeto imediato e dinâmico são diferentes, sendo que teorias propostas pelo primeiro tentam compreender este último. Aqui, prevalecem os fatos, ou seja, “o objeto dinâmico se impõe ao objeto imediato contido nos interpretantes lógicos” (Ibri, 2018, p. 928).

Por exemplo, se aplicado o método científico, ainda que de forma instintiva, perceberemos, por exemplo, que as hipóteses antivacina baseadas em desinformação não se sustentam, tendo em vista que, na prática, após a imunização global, a pandemia de COVID-19 foi contida. Desse modo, o objeto dinâmico “vacina” não foi representado por signos de ineficácia, como os objetos imediatos advindos

---

<sup>21</sup> Ibri (2018, p. 924) destaca esses interpretantes para o desenvolvimento de suas ideias porque procura por aqueles que “ensejam ações decorrentes de continuidade puramente qualitativa, como o são as emoções, o universo dos sentimentos – o contínuo dos qualisignos, para ser mais fiel ao vocabulário semiótico – dos interpretantes associadas a ações decorrentes de continuidade lógica, ou seja, constituída por relações gerais entre variáveis espaço-temporais”. Segundo o autor, os interpretantes de Peirce podem ser descritos de acordo com seus respectivos poderes preditivos. Nesse caso, os emocionais e imediatos não possuem compromisso com um tempo objetivo regido pela categoria de Terceiridade. O energético faz com que o interpretante seja existencial, um sinsigno que leva à ação, enquanto o dinâmico, o final e o lógico estão na temporalidade. Assim, o autor destaca o emocional e o lógico por apresentarem um caráter imediato e mediato, respectivamente. “Os interpretantes lógicos levam pragmaticamente a condutas dirigidas sob hipóteses de conduta da alteridade no futuro, ou sob hábitos bem-sucedidos porque conducentes a fins desejados. Os interpretantes emocionais pragmaticamente levam a ações que não tomam em conta o futuro e, assim, são tipicamente ações marcadas pela sua presentidade” (Ibri, 2018, p. 925). O interpretante emocional não seria projetivo, relativo a uma conduta futura, mas apenas possibilidades, sem forma lógica. Por outro lado, o interpretante lógico propõe ações relativas a uma regra que define conduta, ou seja, com forma lógica. Por ter poder preditivo, é deliberativo para a conduta futura e, essa, por sua vez, é mediada por tais interpretantes.

<sup>22</sup> Ibri (2018) reconhece que aderência é um termo utilizado por ele, mas não por Peirce, que prefere os termos adotar ou afiliar-se a alguma opinião geral (CP 2.427, 4.63, 5.382, 6.492).

das teorias desinformativas propunham. A realidade que se forçou sobre a sociedade, por meio do objeto dinâmico que impulsionou interpretantes lógicos, foi outra, a de signos de sucesso, tais como a redução do número de casos de COVID-19 e a contenção mundial da pandemia.

Como veremos no Capítulo 4, para Peirce, não existe o incognoscível. Assim, Primeiridade e Terceiridade, indeterminações do contínuo sem forma e com forma, respectivamente, segundo Ibri (2018), vão se manifestar na forma de Secundidade como fatos particulares que se apresentam a qualquer mente que estiver aberta à interpretação.

As crenças científicas não podem, assim, cristalizar seus hábitos, constituídos pelas teorias que balizam a leitura dos fenômenos. (...) As crenças científicas são crenças vivas, na medida mesma em que sobrevivem sustentadas no diálogo interpretável entre os signos e seus objetos. Para tais crenças, a alteridade tem sempre a última palavra, pois é ela que impõe qual a forma lógica que devem ter as mediações, de modo que essas balizem com eficiência a conduta a ser adotada no teatro de reações (Ibri, 2018, p. 927).

Tomar esse tipo de crença como viva permite a compreensão de todos os seres da natureza. O objeto dinâmico de animais e plantas, por exemplo, é a própria vida que conduz as mediações rumo à sobrevivência. Tais mediações são os interpretantes lógicos dos signos possibilitados pelo próprio meio ambiente. Nesse cenário, cristalizar condutas pode significar extinção. “Estudar os hábitos de uma espécie é representar os interpretantes que ela adotou para coabitar com os demais seres que constituem seu meio ambiente” (Ibri, 2018, p. 927).

Já na fixação de crenças pelo método da autoridade, o diálogo semiótico com a experiência é utilizado para direcionar a conduta, e a interpretação final dos fatos é responsabilidade da autoridade que propõe hipóteses, lança estratégias e interpreta os resultados desta última. Aos subordinados cabe a execução das demandas, ou seja, “a generalização empírica das ações em sua secundidade” (Ibri, 2018, p. 928).

Segundo Ibri (2018), as estratégias são calculadas a partir dos resultados práticos e os interpretantes emocionais são colocados de lado pela necessidade de previsão do futuro por meio da melhor análise lógica possível, pois, no caso das guerras, por exemplo, está em jogo vida ou morte, vitória ou derrota. Dessa forma, predominam os interpretantes lógicos, e os emocionais estariam mais presentes nos fins da ação que pode estar atrelada a juízos morais. “As guerras, parece óbvio dizer, nem sempre têm finalidade libertária” (Ibri, 2018, p. 929).

No método a priori, as crenças são fixadas sem diálogo com o objeto dinâmico que não é experienciado, porque se crê no que é conveniente e permite um certo “conforto espiritual” (Ibri, 2018, p. 929). Nesse caso, dificilmente haverá um consenso universal, como no método científico, tendo em vista que o método a priori é sustentado por “doutrinas que afirmam a realidade de objetos cujo lado externo não pode ser experienciado, permanecendo apenas interiores ao que dele em teoria se declara” (Ibri, 2018, p. 929). A realidade não sustenta a crença e, dessa forma, vale a verdade arbitrada por alguém, geralmente que exerce poder, prevalecendo os interpretantes emocionais, pois os interpretantes lógicos são amparados por objetos dinâmicos.

Pode-se dizer, que do método científico até o a priori, passando pelo da autoridade, gradativamente se sobrelevam os interpretantes emocionais sobre os lógicos, uma vez que aqueles passam a ancorar as crenças. Isso, a meu ver, se dá por uma espécie de gradual crepúsculo, permitindo-me essa metáfora, da realidade enquanto algo que radicalmente independe de nossas opiniões sobre ela. Esse movimento, é aqui importante notar, esgarça o universal acordo de opiniões promovido pelo balizamento do signo pelo objeto, levando-o a relativismos advindos do arbítrio dos objetos apenas criados no interior do signo (Ibri, 2018, p. 930).

Para Ibri, (2018, p. 930) o método da tenacidade seria o “mais intenso do gradual crepúsculo da realidade”. Nesse caso, as opiniões sobre objetos são imutáveis, ou seja, a mente é afastada dos objetos dinâmicos que formam os objetos imediatos no interior dessas opiniões. Dessa forma, predominam os interpretantes emocionais em certezas imutáveis nas opiniões sobre o mundo. Às mentes tenazes, “resta-lhes, alternativamente, isolarem-se da rede semiótica que os desafia a conjecturar, figura lógica impensável para a mente tenaz, e viverem sua ficção como se fosse realidade” (Ibri, 2018, p. 931).

Santaella (2020), de maneira mais direta e sem tratar sobre os métodos de fixação das crenças, também aborda como os diferentes signos influenciam os processos desinformativos e apresenta reflexões em consonância com os resultados do nosso teste empírico. Assim como Alzamora e Andrade (2019), ela destaca o papel da experiência colateral, ou seja, do contexto de um signo, para a verificação de sua natureza, se falsa ou verdadeira. A autora atribui aos signos mentirosos, a partir dos quais uma informação é fabricada propositalmente, o sentido mais legítimo de notícias falsas e lembra que os signos podem gerar muitos interpretantes, inclusive errôneos,

os quais, contudo, são passíveis de correção, tendo em vista o objeto que se força para ser conhecido.

É na secundidade, nos signos indiciais dicentes, na existencialidade do objeto e do signo, que o interpretante obtido pode ser relacionado à natureza pretendida pelo signo por meio do rastreamento do objeto originário. “Se o signo é parte de um contexto existencial, factual, maior do que ele, sua verdade ou falsidade pode ser averiguada por experiência colateral com o objeto do signo, quer dizer, o campo de referências do signo” (Santaella, 2020, p. 18).

Santaella (2020) ressalta que a atuação das agências de checagens ocorre nesse campo do sinsigno indicial dicente. “(...) Pois o sin-signo indicial dicente, de fato, aponta para algo no universo da existência, e a verdade ou falsidade da relação entre o que o signo diz e o fato que é nele registrado são passíveis de verificação e de diagnóstico”, ratifica (Santaella, 2020, p. 19). Nesse sentido, a pesquisadora aponta para a relevância das iniciativas de verificação, a qual seria, inclusive, educativa, ao ensinar que “os signos deixam rastros que nos guiam para os objetos que pretendem designar” (Santaella, 2020, p. 24). Assim, a atuação das agências poderia contribuir para uma “prática da suspeita” em meio às bolhas de crenças e convicções, algo possível a partir da experiência colateral que permite a exploração do contexto e, conseqüentemente, o teste sobre a confiabilidade da informação.

Já Baggio (2021), apesar de abordar A Fixação das Crenças, também vai além. O autor ressalta que esse texto não pode ser compreendido como finalizado em si mesmo, porque Peirce teria revisto seus escritos da juventude sob a ótica de seu pensamento mais maduro. Sendo assim, o método científico sofre evolução, a partir da ideia de abdução (em substituição à intuição cartesiana), compreendida como a “escolha e refutação de hipóteses cujo ponto de projeção é o mundo real, exterior, reativo e permanente” (Baggio, 2021, p. 35-36).

Peirce relaciona, ainda, a abdução à dedução e indução, conforme pontuaremos no Capítulo 4. Dessa forma, Baggio (2021) explicita a relação entre A Fixação das Crenças e a Semiótica, desenvolvimento do pensamento maduro de Peirce. Essas três formas de inferência pertencem ao Argumento, tipo de signo plenamente de Terceiridade na Analítica ou Gramática especulativa, ramo da semiótica que classifica os diferentes tipos sîgnicos. A ideia é que, em contato com a

experiência, ao longo do tempo, a hipótese seja refutada e, caso não, seja tomada como uma lei geral, ainda que sempre provisória.

Isso significa que se os fatos se manifestam de forma persistente a partir de um método adequado de investigação, será alcançada a verdade no decorrer da experiência. Baggio (2021) ressalta, ainda, que esse método não deve ser compreendido, apenas, como da ciência, por ser aplicável a qualquer instância da vida, conforme nós também defendemos nesta tese.

Diante dessas ideias, o pesquisador discute como o fenômeno das redes permitiu que os métodos da tenacidade, autoridade e a priori, considerados dogmáticos, apresentassem uma dinâmica similar à do método científico, por meio da fixação de crenças infalíveis. Baggio (2021) explica que o método científico permite a fixação de crenças com uma infalibilidade quantitativa, ou seja, que é posta à prova constantemente na experiência e em diálogo com os fatos, por isso é altamente confiável e representa o objeto satisfatoriamente. Por outro lado, as crenças dogmáticas pretendem uma infalibilidade qualitativa, que despreza a força exercida pelo objeto e não requer o lançamento de hipóteses sustentadas na experiência, o que produz certezas individuais e inquestionáveis.

Nosso argumento consiste em defender que as redes alteram em sentido pragmático o grau de infalibilidade das crenças dogmáticas que passa de qualitativo para quantitativo, garantindo desse modo tanta confiabilidade em seu conteúdo quanto os resultados alcançados pelo método científico devido ao seu caráter de disseminação em massa quase instantâneo, que chamamos “por contágio”. (...) Graças à forma imediata e saturada pela qual seus conteúdos são distribuídos, aliada à criação de fatos alternativos, ou fake news, e à ação das bolhas, as crenças dogmáticas competem em pé de igualdade com as crenças científicas quando se trata do grau de confiabilidade (Baggio, 2021, p. 73-74).

Cardoso e Barreto Júnior (2022) também abordam os métodos de fixação das crenças, mas, como Baggio (2021), vão além, ressaltando que o desenvolvimento da inteligência por meio de raciocínio autocontrolado, como queremos observar nos jornalistas verificadores de fatos, são possíveis a partir do pensamento mediado por signos, estudados por meio de diferentes ramos da Semiótica. Ao longo do texto, os autores retomam a ideia de uma verdade factual, por correspondência, em que a predominância da secundidade promove a resistência às representações geradas. Isso significa a possibilidade de representações equivocadas e, portanto, do falibilismo

que permitiria o aprendizado, a evolução e a autocorreção do pensamento. De forma bastante interessante, os autores acrescentam:

Por outro lado, são também os nossos erros que nos distinguem como espécie viva, já que a assunção de que somos racionais e passionais é o que nos diferencia das máquinas e dos sistemas de inteligência artificial, que, apesar de muito robustos, em certo sentido continuam muito aquém da inteligência humana (Cardoso; Barreto Júnior, 2022, p. 86).

É nesse contexto que os pesquisadores retomam o método científico apresentado primeiramente em *Fixação das Crenças*, mas que, posteriormente, se desenvolveu para o próprio pragmatismo, a partir da necessidade de um método seguro de investigação. Cardoso e Barreto Júnior (2022) ressaltam que esse método seria baseado não em um único indivíduo, mas em uma comunidade de investigadores por meio da mediação dos signos que determinariam uma crença confiável, correspondente aos fatos externos, por meio do raciocínio controlado e crítico. Assim, haveria coisas reais independentes de indivíduos particulares, uma permanência externa que influenciaria os investigadores ao longo do tempo.

Como já pontuamos, no Capítulo 4 refletiremos de forma mais profunda sobre o método científico, conforme as ideias maduras de Peirce, mas, no momento, o que cabe destacar é como os autores ressaltam o papel da Semiótica para além dos métodos de fixação das crenças, indicando que interpretantes são gerados a partir dos objetos pela mediação de signos. Dessa forma, apesar da aparência similar à de uma notícia, as notícias falsas não conseguiriam conectar indicialmente, de forma genuína, um signo ao seu objeto, conforme apontado por Santaella (2020), “gerando símbolos descolados de experiências factuais fundantes, mas com grande potencial político, que simbolicamente reforçam sistemas de crenças de adeptos” (Cardoso; Barreto Júnior, 2022, p. 93).

Assim, a ideia de fatos alternativos é considerada por eles um “absurdo semiótico” (Cardoso; Barreto Júnior, 2022, p. 93), na medida em que os fenômenos estão na esfera da secundidade e não na interpretabilidade, papel da significação no campo da terceiridade. O real existe e é o que força as representações, portanto, os pesquisadores concluem que a investigação deve se aproximar do objeto, por meio da experiência colateral, do falibilismo e aprendizado com os erros para que haja evolução, ideia com a qual concordamos e que nos motiva a pesquisar uma possível

ampliação na capacidade crítica dos jornalistas verificadores de fatos, a partir da reflexão autocontrolada.

Ripoll, Ohlson e Romanini (2022) também vão além dos métodos de fixação das crenças ao abordarem verdade e realidade, como faremos de forma mais profunda no Capítulo 4, e a Teoria da Informação em Peirce, visando à compreensão da desinformação a partir de uma perspectiva semiótica. Os pesquisadores se baseiam em Nöth e Gurick (2011) para abordar a Teoria da Informação Peirceana, que se divide em duas fases. Na primeira, de 1865 a 1867, o lógico se volta às mensagens verbais e a uma lógica proposicional tradicional. A segunda, depois de 1900, está mais relacionada à fase madura de Peirce e, portanto, aborda a informação por meio de aspectos pragmáticos, cognitivos e semióticos.

Na primeira fase, Peirce diferencia denotação e significação nos símbolos. Nöth e Gurick explicam que a denotação se refere ao conjunto de todas as coisas reais das quais um símbolo pode ser predicado (CP 2.407). Por outro lado, a significação diz respeito aos predicados passíveis de atribuição em uma proposição verdadeira. Quanto maior o número de predicados de um termo, maiores são as possibilidades de significação; e quanto mais coisas reais um termo representar, maior será a quantidade de denotação (Nöth; Gurick, 2011). Um símbolo com mais significação denotará um menor número de coisas reais, e vice-versa. Para clarificar, Nöth e Gurick exemplificam da seguinte forma:

Por exemplo, o símbolo “cachorro” se refere à classe de todos os cachorros. Por causa disso, as características atribuíveis a este símbolo são poucas, por exemplo, não incluem raça, tamanho e cor. Portanto, a denotação deste símbolo contém muitos elementos e a significação se compõe de poucas características. Por outro lado, um símbolo que denote um cachorro específico tem uma significação composta por inúmeras características (Nöth; Gurick, 2011, p. 9).

Nesse contexto, a atuação conjunta entre sujeito e predicado resulta em novo significado que gera informação, ou seja, a informação é o conjunto de todos os fatos representados em uma proposição ou outros signos complexos. Uma proposição ampliadora, que veicula informação nova, seria aquela em que o sujeito não pode denotar o significado do predicado. Por outro lado, em uma proposição explicativa, o predicado explica uma implicação do sujeito e, por isso, não há novidade na informação. Em uma visão semiótica, a informação tende a dar forma ao signo para

aproximá-lo do objeto dinâmico, que é justamente o objetivo do processo interpretativo (Nöth; Gurick, 2011).

De forma a tornar mais compreensível essas ideias, Ripoll, Ohlson e Romanini (2022) resumem que, na denotação, as proposições são analisadas a partir do sujeito, ou seja, das coisas reais empíricas, classes gerais. Já na significação, a análise acontece a partir do predicado, ou seja, das características ou significações aplicáveis ao sujeito. Assim, quanto maior o número de predicados, menor será o potencial de denotação e vice-versa. “Enquanto termos isolados, sujeito e predicado não veiculam informação, apesar de serem significativos. Para que haja informação, precisam ampliar o conhecimento sobre o estado de coisas da realidade” (Ripoll; Ohlson; Romanini, 2022, p. 66)

Nesse sentido, os autores defendem que uma primeira dimensão da desinformação no viés semiótico seria a da manipulação denotativa/conotativa de um símbolo, exemplificada pelos boatos de urnas eletrônicas fraudadas. Quando utilizados predicados como “pouco confiável”, a compreensão sobre as urnas é ampliada, mas num contexto ficcional, e há uma extensão do termo para que passe a pertencer ao universo das urnas. Como consequência, são criados hábitos de conduta relativos à rejeição do processo eleitoral, que interferem nas eleições e cuja correção somente se daria ao longo do tempo, num futuro indefinido, conforme postula o método científico de Peirce.

Uma segunda dimensão da desinformação seria o desarranjo entre características icônicas, indiciais e simbólicas. Segundo Nöth e Gurick (2011), um símbolo discente, para informar, precisa incorporar índices e ícones, respectivamente, no sujeito e no predicado. Um exemplo fornecido pelos autores é o seguinte:

(...) para que possamos entender o símbolo dicente *As folhas são verdes*, o intérprete deve ser capaz de relacionar indexicalmente o símbolo remático *folhas* ao seu objeto, i.e., uma espécie de “folhagem” com a qual ele deve ter efetivamente tido experiência e combiná-la com um ícone, uma imagem mental da cor verde (Nöth; Gurick, 2011, p. 23).

Os autores também atribuem aos sinsignos indiciais dicentes (CP 2.257) e ao legissigno indexal dicente (CP 2.260) a capacidade de transportar informações. No primeiro caso, diferente do símbolo, o índice se sobressai por existir uma relação de causalidade e o sinsigno, por ser um singular, como um catavento apontando a

direção do vento. No segundo caso, há signos indexicais que atuam como leis, como nos sinais de trânsito ou de comando.

Diante dessas ideias, Ripoll, Ohlson e Romanini (2022) pontuam que um equilíbrio entre ícones, índices e símbolos, que são interdependentes, resultaria em signos mais informativos. Nesse sentido, o desequilíbrio pode gerar desinformação, tendo em vista que o signo icônico é uma mera possibilidade, não podendo ser informativo e precisando de um índice para isso. Por sua vez, um símbolo falho não produz o necessário “para que ele possa ser apreendido enquanto proposição lógica e submetido coletivamente à avaliação do real ou verdadeiro limitando, no máximo, a sua compreensão ao que seria um índice incompleto ou defeituoso” (Ripoll; Ohlson; Romanini, 2022, p. 67). Os autores relacionam o desarranjo, ainda, a relações estéticas, éticas e lógicas em comunicações sem a preocupação com um conhecimento coletivo, posto à prova na realidade.

A terceira e última dimensão da desinformação pelo viés semiótico, na visão desses pesquisadores, estaria relacionada à aquisição de crenças pelos métodos da tenacidade, autoridade e a priori, tendo em vista que o método científico seria o único realmente eficaz por reforçar hábitos críticos de pensamento. Contudo, os autores questionam a possibilidade de se utilizar esse método em atividades rotineiras e triviais. Em nossa pesquisa, defendemos que ele deve ser buscado mesmo que cotidianamente e, por exemplo, utilizado pelos jornalistas verificadores de fatos, tendo em vista que é aplicado até instintivamente pelos animais. Essa ideia ficará mais clara ao longo da tese, principalmente nos capítulos 4 e 7.

Outros autores que vão além da fixação das crenças para pensar sobre o cenário desinformativo são Mendes, Ribeiro e Alzamora (2023). Eles tratam sobre a teoria dos signos e o pragmatismo, propondo uma convergência da teoria peirceana com a semiótica discursiva e sociossemiótica para analisar os processos desinformativos envolvidos no episódio de 8 de janeiro<sup>23</sup>. Assim como outros pesquisadores, eles ressaltam que Peirce entende a verdade como um ideal que orienta o pensamento, ou a semiose, em um processo autocorretivo de aprimoramento contínuo das crenças, por meio da realidade que se impõe. A

---

<sup>23</sup> No dia 8 de janeiro de 2023, populares invadiram e vandalizaram o Congresso Nacional, o Palácio do Planalto e o Supremo Tribunal Federal (STF) na tentativa de um golpe de estado após a derrota do ex-presidente Jair Bolsonaro nas eleições de 2022. Mais informações podem ser obtidas em <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/justica/audio/2025-01/especial-8-de-janeiro-ato-golpista-foi-planejado-diz-diretor-da-pf>. Acesso em: 21 jan. 2025.

desinformação, nesse contexto, é vista como um desvio que possibilita a fixação e a disseminação de crenças falsas ou distorcidas.

Mendes, Ribeiro e Alzamora (2023) explicam que, no contexto da desinformação, os métodos dogmáticos (tenacidade, autoridade e a priori) seriam frequentemente utilizados, pois não se submetem ao crivo da crítica coletiva e desprezam os fatos. Esses métodos são potencializados pelas redes sociais, que amplificam a disseminação de crenças falsas, criando uma impressão de veracidade.

Nesse âmbito, a desinformação operaria como um símbolo que, por meio de hábitos de ação, gera efeitos práticos na sociedade, e a multiplicação de signos falsos nas redes sociais criaria um efeito de contágio, no qual a repetição e a insistência reforçam crenças errôneas. Esse processo é facilitado pela iconicidade (qualidades formais dos signos), por meio do aprofundamento na conotação, e pela indicialidade (conexão causal com os objetos representados), por extensão na denotação, que conferem uma aparência de verdade às informações falsas.

De forma resumida, os autores apontam que, na teoria de Peirce, a desinformação pode ser compreendida como um fenômeno que distorce o processo de busca pela verdade, utilizando métodos dogmáticos de fixação de crenças e explorando a dinâmica das redes sociais para criar um efeito de contágio, como Baggio (2021) propôs, que perpetua crenças falsas.

Já Cardoso (2024) retoma a Teoria da Informação de Peirce para refletir sobre a desinformação<sup>24</sup>. Ele reforça que a informação seria possível a partir do símbolo, tipo de signo mais complexo, e, assim como outros autores já retomados, ressalta a necessidade da colateralidade, ou seja, do contexto do signo que permite sua relação com outros signos, elementos implícitos que auxiliariam na compreensão do objeto. O pesquisador adentra mais profundamente na Teoria da Informação de Peirce, ressaltando que Nöth e Amaral (2011) diferenciam dois tipos dessa teoria: a semântica, relacionada ao poder de conotação e denotação, conforme abordado por Ripoll, Ohlson e Romanini (2022), e a pragmática, relativa à possibilidade de aprendizagem a partir da informação. O primeiro tipo é o que leva em consideração os ícones, índices e símbolos envolvidos no processo, assim como a experiência colateral necessária para a compreensão.

---

<sup>24</sup> O autor relaciona as ideias de Peirce a de Mona Simon e Minuz Sodré. Entretanto, vamos nos concentrar prioritariamente na abordagem sobre Peirce.

Cardoso (2024) aprofunda a reflexão sobre a teoria da informação pragmática ao abordar uma melhor combinação entre ícones, índices e símbolos que ampliem o conhecimento e, ainda, tenham a capacidade de alterar a conduta. Nesse sentido, estaria proposta a relação entre semiótica e pragmaticismo.

Enquanto a função mais informativa do ícone seria a de servir como imagem na mente do intérprete (formação de imaginário), a função mais informativa do índice seria a de chamar a atenção para um fato, e a função mais informativa do símbolo seria a de informar sobre a regularidade de um fenômeno, relacionando experiências passadas e presentes com experiências futuras (Cardoso, 2024, p. 7).

Com o auxílio das ideias de Simon (2023), Cardoso (2024) conclui que é por meio da rede colateral que um signo pode ter função informativa, relativa à aquisição de informação a partir de correção de falhas, ou desinformativa, a partir da aceitação seletiva de alguns signos e rejeição de falhas. Assim, fica claro que a definição de informação ou desinformação é observada posteriormente, quando ocorre a mudança na conduta dos envolvidos no processo. “Então a função desinformativa não é atributo a priori de um signo, e deve ser identificada como tal apenas depois de uma análise de seus efeitos na esfera social” (Cardoso, 2024, p. 12). Se, por um lado, a informação fomentaria o conhecimento por meio de novos signos e revisão de anteriores, a desinformação estaria ligada a uma ignorância dogmática impeditiva de processos corretivos.

Nossa pesquisa também se propõe a enfatizar a Analítica de Peirce, derivada de sua classificação dos signos (baseada na relação do signo consigo mesmo, com o objeto dinâmico e com o interpretante) como método de pesquisa na tentativa de verificar um possível aperfeiçoamento da capacidade crítica nos jornalistas verificadores de fato ao longo de seus processos interpretativos em conformidade com o método científico. A utilização da Analítica de Peirce como método de pesquisa, cuja aplicação discutiremos no Capítulo 4, tem embasamento em Pimenta (2016), que pesquisa o aprimoramento do pensamento a partir de uma comunicação multicódigo, conforme abordaremos no próximo tópico.

## 2.3 PROCESSOS MULTICÓDIGO: FACILITAM OU COMBATEM A DESINFORMAÇÃO?

Conforme vimos, o relatório da Comissão Europeia sobre desinformação e os dirigentes da OMS sugerem que as redes digitais contribuem para o atual cenário de desinformação. Contudo, nesta pesquisa, defendemos que essas redes podem, na verdade, levar a um aprimoramento do raciocínio conforme a proposta de Pimenta (2016). O pesquisador nomeia os ambientes comunicacionais possibilitados pelas redes digitais de multicódigo, explica que tendem a favorecer a transformação do pensamento e, como consequência, gerar efetividade comunicacional, excelência que é alcançada por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Vamos aprofundar nessa temática ao longo de toda esta seção, ao apresentar as ideias de Pimenta (2016) e relacioná-las a nossa pesquisa.

A comunicação multicódigo tem como característica a sinestesia<sup>25</sup>, possível a partir da hibridização dos códigos, em que os signos representam seus objetos com múltiplos padrões de semelhança, seja de forma tátil, visual, sonora e verbal, o que levaria as mentes interpretadoras a tomarem conhecimento sobre seus processos e hábitos inferenciais (Pimenta, 2016). Isso porque, segundo o autor, os ambientes comunicacionais multicódigo possibilitados pelas redes digitais levam ao aprimoramento de interpretantes lógicos. Nas palavras do próprio Pimenta:

Este Interpretante avança, em relação aos demais, de um caráter de interpretabilidade ligada à esfera dos sentimentos ou da ação, para se constituir numa operação cognitiva diferente, de mudança de hábito, com caráter coletivo e um horizonte de alta generalidade. (...) Desta forma, a excelência dos processos comunicacionais está relacionada à capacidade das mentes interpretadoras chegarem a tal operação cognitiva, o que inclui a submissão a uma permanente heterocrítica por parte de outras mentes e, ainda, ao máximo possível de autoconsciência de seus próprios processos inferenciais (Pimenta, 2016, p. 133-134).

---

<sup>25</sup> O próprio Pimenta (2016) utiliza o termo sinestesia quando se refere a uma comunicação multicódigo, mas pontuamos que o vocábulo é apropriado no sentido metafórico para definir a representação de objetos com signos de diferentes padrões de semelhança. Contudo, a sinestesia, em seu sentido denotativo, faz referência a uma condição neurológica na qual, ao se estimular uma via sensorial, outra é ativada involuntariamente, como na percepção de números e letras como cores. Também pode se referir a uma figura de linguagem, quando uma qualidade de sentido é atribuída a outra, por exemplo, nesse trecho do poema "A arte de ser feliz", de Cecília Meirelles: "Agora, **o cheiro áspero** das flores leva-me os olhos por dentro de suas pétalas" (grifo nosso).

Assim, a mudança de hábito é admissível por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Sobre esse assunto, discutiremos mais detalhadamente no Capítulo 4, porém, já ressaltamos que a mudança de hábito a partir da evolução desse tipo de interpretante é o que queremos observar nos jornalistas verificadores de fatos. Pimenta (2016) elenca três possíveis causas para que os ambientes multicódigo permitam tal efetividade comunicacional. No âmbito da primeiridade (estética), o autor argumenta que os processos comunicacionais multicódigo estariam aptos a possibilitar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. No campo da secundidade (ética), gerariam formas de comunicação coletivas, globalizadas e instantâneas, e, na terceiridade (lógica), uma maior compreensão sobre as mudanças nos processos cognitivos para se chegar a uma comunicação mais eficiente.

Diante disso, a primeira hipótese do pesquisador, domínio da primeiridade e da estética, faz referência ao caráter sinestésico dos ambientes multicódigo, o qual possibilitaria representar os objetos com uma variedade de padrões de semelhança, sejam visuais, sonoros, verbais, gestuais ou hápticos. Assim, as possíveis sinestesias permitiriam relacionar “qualidades, tipos e padrões das representações multicódigo a partir dos variados padrões de semelhanças característicos de seus objetos, passíveis de ser apreendidas pelos juízos perceptivos<sup>26</sup>” (Pimenta, 2016, p. 52). Na prática, isso geraria aos participantes dos processos multicódigo “sensações de permanente compartilhamento comunicacional possível” (Pimenta, p. 61, 2016).

Ao analisarem a manifestação EuroMayDay<sup>27</sup>, especificamente a parada virtual criada pelos organizadores, Pimenta e Soares (2004) encontraram confirmações dessa primeira hipótese na utilização de avatares que funcionavam como símbolos das pessoas participando virtualmente do evento. Esses avatares permitiam imersão e reforçavam o envolvimento do indivíduo na manifestação, uma inserção relacionada à dimensão estética. Se relacionarmos essas ideias a nossa pesquisa, poderemos

---

<sup>26</sup> O processo perceptivo descrito por Peirce envolve três elementos (CP 7.643; CP 7.675-7). O primeiro, *percepto*, seria o que vulgarmente definimos como estímulo; algo externo cuja presença se impõe sobre nós. O segundo, o *percipuum*, é o *percepto* transformado pelas potencialidades e limites do sistema sensório. “O *percipuum* surge como reação instantânea não mediada pela ação do hábito” (Santaella, 2005, p. 104). Quando o *percepto* se torna *percipuum*, já passa a sofrer a influência dos esquemas gerais de interpretação humanos referentes ao terceiro elemento, o juízo perceptivo. “Esse elemento de generalidade corresponde aos princípios condutores ou hábitos mentais que regulam a formação do juízo de percepção. É através do juízo perceptivo que reconhecemos aquilo que é percebido” (Santaella, 2005, p. 104). Abordaremos o processo perceptivo em Peirce de forma mais detalhada no Capítulo 5.

<sup>27</sup> O foco central da EuroMayday é a precarização das relações de trabalho no atual cenário capitalista” (Pimenta, 2016, p. 82)

observar, por exemplo, a utilização de diferentes códigos (imagem, áudio, vídeo, texto) nos conteúdos produzidos pelos jornalistas verificadores para possibilitar uma maior imersão dos usuários e, portanto, envolvimento com os conteúdos que estão sendo desmentidos.

A segunda hipótese de Pimenta (2016), no âmbito da secundidade e da ética, seria a possibilidade de os processos de comunicação multicódigo ocorrerem de forma presencial, ubíqua e imediata, tendo em vista que esse tipo de comunicação permite “representações com múltiplos padrões de relações existenciais, espaciais e temporais, e, também, visuais, sonoras, etc., com seus objetos” (Pimenta, 2016, p. 52-53). Dessa forma, torna-se possível ao juízo perceptivo captar os múltiplos padrões existenciais dos objetos. Na prática, haveria, então, a “adoção de atitudes voltadas para processos comunicacionais de caráter coletivo, globalizado e instantâneo” (Pimenta, 2016, p. 61).

Em um estudo sobre *Wikileaks*, Pimenta e Rodrigues (2012) observam que o caráter colaborativo se faz presente já na denominação *wiki*, que se refere a produções coletivas na *web*, e uma preocupação com o anonimato das fontes por meio de várias tecnologias as quais impossibilitavam a identificação dos envolvidos. O movimento também teve abrangência internacional nos temas tratados e no seu alcance por meio da internet, o que ainda permitiu ao público acessar de forma instantânea os conteúdos veiculados.

Nesse sentido, se aplicada à nossa pesquisa, poderíamos observar os padrões de relações existenciais entre signo e objeto empregados pelos jornalistas para apontar a veracidade ou falsidade de um signo, como a apresentação de provas contextuais, por exemplo. Isso também pode fornecer um caráter coletivo à atividade, na medida em que ao compartilhar tais provas, os profissionais permitem que os usuários do serviço compreendam e participem do esclarecimento dos fatos.

A última hipótese, relativa à terceiridade e à lógica, é de que os processos multicódigo permitiriam “representações com múltiplos padrões de lógicas sógnicas” (Pimenta, 2016, p. 53), levando seus operadores a terem maior compreensão de seus procedimentos e hábitos inferenciais pela “possibilidade de apreensão dos múltiplos padrões de lógicas sógnicas dos objetos pelos juízos perceptivos” (Pimenta, 2016, p. 53). Na prática, ocorreria a “consciência das atuais mudanças nos processos

cognitivos como meio de se obter maior eficiência comunicacional” (Pimenta, p. 61, 2016).

Houve alto grau de confirmação nos estudos do Second Life<sup>28</sup> realizados por Pimenta e Vargues (2010). As características do ambiente impulsionam novos padrões de interação comunicacional que só não atingem todo seu potencial de gerar conhecimento sobre as mudanças advindas com o multicódigo e, conseqüentemente, maior efetividade, devido a interesses comerciais da plataforma. Nos jornalistas verificadores de fatos, queremos observar se as práticas envolvidas na comunicação multicódigo também podem gerar mais reflexão sobre a própria atividade de checagem. Isso permitiria a autocrítica e a heterocrítica, as quais, por sua vez, poderiam levar a uma ampliação da capacidade crítica por meio da mudança de hábitos.

Os resultados das pesquisas acima apresentadas apontaram a busca de um fim ético, ou seja, algo para o qual a força de vontade se propõe, em condutas controladas e deliberadas, seja ao conscientizar militantes (ciberativistas), interagir socialmente ou o alcançar o maior número de pontos (*gamers*). Todos eles, dessa forma, procuram alcançar maior eficiência, cada um em seu respectivo contexto (Pimenta, 2016). Da mesma forma, pretendemos observar se os jornalistas verificadores perseguem o fim ético de esclarecer os fatos e ampliar o acesso a informações mais fiéis ao objeto dinâmico.

Para haver uma aproximação desse ideal, contudo, é necessária uma harmonia das soluções encontradas com os padrões da natureza, tendo em vista os postulados do pragmatismo de Peirce, “que se voltam para uma razoabilidade universal em transformação, sem compromissos com quaisquer paradigmas meramente culturais e humanos. A necessidade de atingir objetivos comunicacionais é uma característica dos processos vivos” (Pimenta, 2016, p. 153). Isso não significaria, contudo, abrir mão de uma conduta crítica na produção e análise dos processos comunicacionais, pois o pragmatismo valoriza o pensamento comum e a heterocrítica.

Em relação à Estética, compreendida como uma ideia adotada coletivamente como a mais adequada, de forma espontânea, simplesmente por uma sensação instintiva de adequação, ela evidencia a importância do sensível, do que é pura

---

<sup>28</sup> “(...) O Second Life visava criar uma nova forma de experiência compartilhada, na qual os usuários da internet coabitariam um ambiente tridimensional e construiriam um ‘segundo mundo’, não apenas simulando o real, mas também o complementando” (Pimenta, 2016, p. 93).

percepção e potencialidade formal nos suportes de comunicação (Pimenta, 2016). As modificações descobertas pelas pesquisas apontam como as características do multicódigo atuam na transformação do pensamento já a partir da Estética, por meio das representações sinestésicas impulsionadas pelos meios digitais. Conforme vimos, essas representações ocorrem pela reprodução das qualidades, tipos e padrões dos objetos que a hibridização entre o verbal, visual, sonoro e tátil proporciona, ocasionando “percepções instintivas de vivermos um momento de transformação” (Pimenta, 2016, p. 155). Assim, foram confirmadas as sensações de permanente compartilhamento comunicacional previstas nas hipóteses.

Em relação ao aspecto Lógico, houve a confirmação de que os meios digitais multicódigo promovem representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação coletiva e compartilhada. De acordo com Pimenta (2016, p. 156),

O fato de hoje ser possível usar diversos padrões de linguagem parece nos fornecer uma aprendizagem que não estava disponível antes dessas operações com tecnologias híbridas e que conduz a uma maior segurança na excelência do raciocínio empregado.

Os resultados mais consistentes foram observados entre os *gamers* e usuários de redes sociais, ou seja, os que mais exploram as possibilidades de linguagens nos meios digitais. E o fato de esse público ser jovem leva à compreensão de que a habilidade de utilização de diferentes códigos ainda está em desenvolvimento. Portanto, a ideia de que estaríamos vivendo um processo de transformações cognitivas, sobre a base de mudanças comportamentais e perceptivas, “(...) nos parece ser real e uma consequência da apreensão coletiva do princípio guia do pensamento em rede digital multicódigo, com suas propriedades sinestésicas, coletivas e autoconscientes” (Pimenta, 2016, p. 157).

Também é possível exemplificar essa dinâmica do multicódigo no contexto da pandemia de COVID-19. A expansão do vírus é acompanhada pela expansão na circulação de informações, precisas ou imprecisas. Como exemplo, podemos citar o caso das mortes por COVID-19 no Brasil, em especial, quando foi alcançada a marca de 500 mil mortos. O caráter sinestésico dos ambientes multicódigo pode ter motivado as sensações de permanente compartilhamento comunicacional nesse marco da Pandemia de COVID-19 no Brasil.

Apesar de não terem sido utilizados ambientes de realidade virtual que permitissem maior imersão e sensação de compartilhamento, conforme vimos anteriormente, aqueles que protestaram puderam colocar em comum seus sentimentos em relação ao tema por meio das redes sociais, o que foi reforçado pelas reportagens multicódigo nos tradicionais meios de comunicação. A partir dessas redes, mesmo os que não participaram dos protestos de ruas que aconteceram no mesmo dia em que houve o marco reafirmavam estar envolvidos na manifestação contra o descaso do governo, compartilhando das mesmas ideias e tomando parte naquela causa.

Tais processos comunicacionais também apresentaram caráter coletivo, globalizado e instantâneo. Enquanto ocorriam atos nas ruas, aproveitava-se o espaço das redes sociais para a mesma finalidade, em ações participativas e coletivas. Concomitantemente, jornais ao redor do mundo inteiro noticiavam o fato. Tudo isso evidencia uma sociedade global interligada, em que as vivências virtuais parecem estar unificadas com as não virtuais.

Por fim, mostrou-se possível uma compreensão das atuais mudanças nos processos cognitivos a partir da utilização de múltiplos códigos, ainda que vaga, para o alcance de uma maior eficiência comunicacional. Além dos protestos nas ruas e na Praia de Copacabana, os indivíduos que querem se expressar compreendem a necessidade de atuar também com recursos digitais, utilizando adequadamente os múltiplos códigos para produzir uma ação mais efetiva.

As manifestações possuíam um fim ético, pois almejavam, de forma controlada e deliberada, conscientizar sobre a situação do país em relação à pandemia de COVID-19 e tentar mudanças nas condições da época. Por meio da estética, com as representações sinestésicas possíveis a partir dos meios digitais, houve a possibilidade da sensação de permanente compartilhamento comunicacional e a percepção já instintiva do momento atual de transformação que requer a utilização das redes digitais nos processos de comunicação. Ao mesmo tempo, sob influência da lógica, foi possível um discernimento, ainda que vago, sobre hábitos e processos inferenciais impulsionados por uma comunicação coletiva e compartilhada.

Nesse cenário multicódigo da Pandemia de COVID-19, em que também circulam informações imprecisas, estudamos de que forma estão inseridos os processos de checagens de fatos. Especificamente, pesquisamos se os jornalistas

que atuam nesse trabalho conseguem alcançar maior efetividade comunicacional, conforme a proposta de Pimenta (2016), por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos que levem ao aperfeiçoamento da capacidade autocrítica e a uma possível mudança de hábito. A seguir, trataremos mais profundamente sobre a prática da checagem de fatos.

### 3 A CHECAGEM DE FATOS E A POSSIBILIDADE DA MUDANÇA DE HÁBITOS

O jornalismo é comumente associado, pelo público em geral, à noção de verdade. O próprio código de ética da categoria, no Brasil, reforça que esse valor deve ser levado em consideração no exercício da profissão, em seu art. 4º.: “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação” (Brasil, 2007). Conforme aponta Traquina (2005), a verdade não tem caráter exclusivo no código brasileiro, mas está presente no de inúmeros países a partir do século XX. O autor acrescenta que esse valor é associado, ainda, à objetividade.

Tanto Traquina (2005) quanto Pena (2008) esclarecem que, ao contrário do que comumente se pensa, a objetividade não significa negar a subjetividade, mas reconhecer que ela existe. Para Traquina (2005), a ideia é propor uma série de ações que forneçam credibilidade ao trabalho jornalístico e proteção contra críticas. Citando Schudson (1978), Traquina (2005) e Pena (2008) dizem que os critérios de objetividade foram impulsionados por conta do surgimento das relações públicas, que buscavam favorecer empresas, e da propaganda, que conseguiu fazer os EUA participarem da Primeira Guerra Mundial. Pena (2008) acrescenta, ainda, um ceticismo desenvolvido na sociedade estadunidense a partir da psicanálise que critica a razão.

Para Lage (2005), a busca por padrões mais objetivos, com a instituição de cursos superiores de jornalismo, a pesquisa acadêmica, modelos para apuração e processamento de informação, foi impulsionada pelo crescente sensacionalismo no final do século XIX e início do século XX. “A luta pelo furo, pela conquista do leitor a qualquer preço, levou a plantar repórteres em toda parte - nas repartições, nos sindicatos, nas empresas - e conduziu a relações progressivamente menos éticas entre jornalistas e fontes” (Lage, 2005, p. 7).

Apesar de valores que sempre permearam a discussão no campo jornalístico, as questões envolvendo verdade e objetividade ganharam nova relevância num cenário marcado por processos de desinformação. Conforme veremos no próximo capítulo, para Peirce, a verdade não seria algo acabado, mas uma busca constante e, portanto, sempre em formação por meio do método científico. A verdade somente

seria viável a partir da mudança de hábitos: a atuação do acaso na Primeiridade, que permite a transformação das leis de Terceiridade, essas, por sua vez, que se manifestam na atualidade da Secundidade (CP 5.407; CP 5.565).

Numa perspectiva jornalística, a checagem de fatos busca pela verdade e, para nós, interessa saber se essa prática permite uma aproximação da verdade conforme a proposta de Peirce e, portanto, nasce a partir da mudança de hábitos. Mais especificamente, buscamos compreender se os processos sógnicos envolvidos nas atividades de checagem promovem a mudança de hábitos nos jornalistas que praticam tais atividades. Antes de testar essa hipótese, contudo, este capítulo vai contextualizar a prática da checagem no mundo e no Brasil, apresentando as possíveis mudanças de hábito e evolução da capacidade crítica que levaram ao estabelecimento da prática da checagem de fatos da forma como realizada atualmente.

### 3.1 O ADVENTO DA CHECAGEM DOS FATOS

A checagem de fatos, ou *fact-checking* do inglês, é a prática de verificação após declarações e supostos fatos tornarem-se públicos, diferente da apuração convencional, em que a checagem ocorre antes (Damasceno; Patrício, 2020). Dessa forma, trata-se da conferência de declarações que já foram divulgadas pela mídia e da publicação do resultado como um novo conteúdo. É considerado um tipo de jornalismo de crítica das reportagens declaratórias convencionais, o que foi possível a partir das alterações tecnológicas advindas com a internet (Graves, 2016) e, portanto, de mudanças de hábito.

Dobbs (2012) explica o jornalismo declaratório como relacionado à ideia de que o repórter precisa apenas reportar, sem que sua subjetividade apareça na história, contando os dois lados de forma a preservar a objetividade e a justiça para que seja o leitor a tirar as conclusões a partir do que foi reportado.

Ao nos concentrarmos no aspecto “ele disse, ela disse” da reportagem, permitíamos que os candidatos presidenciais e outros escapassem impunes com falsidades, às vezes, ultrajantes. Buscar a verdade e dizer a verdade foram relegados à margem do jornalismo, em vez de assumirem seu lugar de direito, no centro (Dobbs, 2012, p. 3, tradução nossa).

Dobbs (2012) defende que a checagem pertence a uma escola de jornalismo com pensamento diferente, na qual o repórter é um “caçador da verdade” (Dobbs, 2012, p. 3) e cujo maior compromisso é com contar essa verdade da melhor forma possível. Para isso, ele não deixaria de relatar todos os lados de uma história, contudo, não trataria todos eles com a mesma credibilidade. A justiça seria mantida por meio de uma aproximação independente, de mente aberta com a verdade, a exemplo de um cientista que inventa, rejeita e refina teorias para explicar o mundo (Dobbs, 2012). Conforme defendemos no último capítulo e explicitaremos ao longo desta tese, a atividade jornalística pode e deve se guiar pelo método científico se pretende uma aproximação com a verdade<sup>29</sup>.

Graves (2016) reforça que os checadores de fatos pretendem revisitar os ideais de busca pela verdade por meio da compreensão e prática da objetividade que sempre esteve presente no jornalismo profissional, conforme pontuamos na abertura deste capítulo. Por causa disso, rejeitam as críticas de que fazem um jornalismo opinativo ou de comentário.

Num sentido mais amplo, a checagem de fatos pode ser compreendida como uma forma de discurso público que reflete as transformações nas últimas décadas, quando houve uma simbiose entre jornalismo e política a partir da mudança tecnológica e econômica resultante de uma “abundância midiática” (Graves, 2016, p. 42). Entre os novos formatos que mesclariam jornalismo e política estariam os *blogs*, mas também antecessores, como os programas políticos de rádio na década de 1980, além dos debates, análises e comentários na TV a cabo na década de 1990 (Graves, 2016). Todas essas alterações são compreendidas por nós como mudanças de hábito que resultaram na checagem de fatos.

Graves (2016) diz, ainda, que a indefinição de fronteiras entre jornalismo e política pode ser observada de duas maneiras, pelo menos. Em primeiro lugar, contestar uma declaração em público, por si só, é um ato político. Em segundo lugar, o gênero da checagem impulsionou a atividade midiática por parte de atores políticos e de organizações que fazem a relação entre as esferas da política e da mídia. Nesse sentido, a checagem seria vista como um fator de equilíbrio de poder entre jornalistas e políticos (Graves, 2016).

---

<sup>29</sup> O conceito de verdade é amplo e possui várias vertentes, a depender da escola filosófica. No próximo capítulo, conforme exposto anteriormente, vamos apresentar um pouco sobre a noção de verdade em Peirce, nossa base teórica.

Se inicialmente a checagem de fatos estava predominantemente relacionada à investigação da factualidade nos discursos político, a maior propagação de desinformação a partir das redes sociais digitais e a utilização dessa desinformação como ferramenta política impulsionou uma nova mudança de hábito, a qual fez com que as iniciativas de verificação se expandissem para outras áreas<sup>30</sup> (Damasceno; Patrício, 2020). É o caso das checagens relativas às informações que circularam sobre a COVID-19. Conforme veremos mais à frente, foi criada uma “Aliança #CoronoVirusFatos” (#CoronoVirusFacts Alliance) que reuniu mais de 100 checadores de fatos ao redor do mundo para trabalhar os dados em torno do novo coronavírus (Fighting, 2023).

No campo da comunicação, a prática da checagem é considerada como pertencente ao Jornalismo Anotativo (*annotative journalism*): “reportagem que atua principalmente por meio da análise crítica de textos de notícias publicados e outros documentos” (Graves, 2013, p. 81, tradução nossa). Graves (2013, 2016) considera que o precursor dessa prática foi o estadunidense esquerdista I. F. Stone ao produzir o boletim de notícias I F Stone’s Weekly, de janeiro de 1953 ao final de 1971, que não se comprometia com a objetividade jornalística, aderindo a causas populares e chegando a ser hostil com fatos políticos e empresariais<sup>31</sup>.

A ideia era ser contrário às forças políticas e econômicas instituídas, recolhendo evidências de fontes públicas, como documentos judiciais, procedimentos legislativos, agência de reportagens, entre outros (Graves, 2013). Conforme vimos no capítulo anterior e aprofundaremos no Capítulo 6, a ideia é fazer prevalecer os sinsignos indiciais docentes, signos predominantemente relacionados ao existente e, portanto, que comprovariam os fatos narrados.

Stone, por exemplo, conseguiu desacreditar uma campanha oficial que tentava reverter o movimento de proibição de testes nucleares e evitar negociações da União Soviética e EUA sobre o assunto. Para isso, escreveu uma reportagem que desmentia os argumentos contrários à proibição de testes nucleares somente utilizando

---

<sup>30</sup> Lelo (2021) tem uma visão mais crítica sobre o fator que teria impulsionado essa mudança de hábito. Conforme trataremos mais a frente, para o autor, as iniciativas de *fact-checking* passaram a investir mais na verificação de desinformação nas redes sociais, do que de discursos públicos, porque começaram a receber financiamento das empresas do Vale do Silício, Google e Facebook (atualmente Meta).

<sup>31</sup> O jornalismo exercido por Stone pode ser compreendido como parte da tradição estadunidense de jornalismo *muckraking* (Graves, 2013; 2016).

documentos públicos e outras reportagens: notícias, relatórios do governo, depoimentos no Congresso, entrevistas e transcrições. Em geral, suas reportagens traziam grandes extensões de citação de textos oficiais, criticavam ou elogiavam outras empresas jornalísticas e sempre informavam sobre todas as suas fontes (Graves, 2013).

Graves (2013), contudo, atenta para o fato de que Stone defendia abertamente o desarmamento nuclear, contando, ainda, com leitores que compartilhavam das mesmas visões e, portanto, apoiavam as publicações. O jornalista compreendia as estratégias de mídia utilizadas por políticos e agências governamentais, além de entender as relações entre repórteres e atores do governo, o que foi muito importante para a sua prática. “(...) A política de Stone permitiu, e sua abordagem para fazer notícias exigiu, que ele tornasse essas leituras explícitas para os leitores” (Graves, 2013, p. 93, tradução nossa).

O conhecimento profundo sobre os processos de comunicação parece ser ação do desenvolvimento do interpretante lógico a partir da experiência passada do jornalista, promovendo uma mudança de pensamento que levou a uma nova forma de atuação profissional. De acordo com o que veremos no último capítulo, ele parecia se preocupar, ainda, com o estabelecimento de uma metodologia de coleta de dados que ficasse explícita para o leitor, o qual poderia repeti-la para alcançar os mesmos resultados, caso desejasse. Essa parece uma preocupação atrelada ao método científico, conforme abordaremos ao longo desta tese.

Graves (2013) inclui os checadores de fatos no Jornalismo Anotativo, porque utilizam hipertextos para citar, criticar e fazer relações, além de permanecerem em constante contato formal e informal com outras organizações de notícias. As reportagens publicadas por outros meios servem tanto como fonte de questionamento quanto como evidências para a verificação, e as demais empresas jornalísticas são incentivadas a citarem os resultados das checagens. Os verificadores prestam, ainda, muita atenção em como as suas produções são recebidas por jornalistas, figuras políticas e o público *online* mais amplo.

Em trabalho posterior, Graves (2016) afirma, ainda, que a checagem pertence ao movimento do novo *long journalism*<sup>32</sup>, cujas reportagens são mais interpretativas,

---

<sup>32</sup> “O jornalismo de formato longo (*long-form journalism*) é um ramo do jornalismo dedicado a artigos mais longos com mais conteúdo (...). Artigos longos geralmente assumem a forma de não-ficção criativa ou jornalismo narrativo” (Long-Form..., 2022, tradução nossa).

analíticas e assertivas. Seria uma mudança de hábito que ocorreu na cultura do jornalismo como reflexo da transformação de atitude social, além da necessidade de status profissional e autoridade. “(...) Jornalismo que fornece visibilidade a forças ocultas em nossas vidas confere um status maior à profissão” (Graves, 2016, p. 93, tradução nossa).

Outro ponto levantado pelo pesquisador que teria impulsionado uma mudança de hábito é a adoção de perspectivas e métodos das ciências sociais nas escolas de jornalismo, assim como o aumento de repórteres que frequentaram universidades, o que promove reportagens mais científicas e críticas do mundo interconectado. Um terceiro fator seria um desencantamento com a política pela população em geral e pelos repórteres, a partir de 1960, após o caso Watergate<sup>33</sup> (Graves, 2016).

Na década de 1980, na eleição de Ronald Regan, também houve um embrião da checagem de fatos, mudança de hábito impulsionada pela reputação do político de cometer erros e exageros ao longo da campanha presidencial. Já nos anos 2000, os jornalistas foram impulsionados a mudarem de hábito a partir da Guerra do Iraque, após o governo de George W. Bush justificar a disputa pela presença de armas de destruição em massa em terreno inimigo, as quais nunca foram encontradas (Dobbs, 2012; Graves, 2016).

Uma peculiaridade desse tipo de prática de Jornalismo, para Graves (2016), é seu relacionamento próximo com as organizações sem fins lucrativos e a academia, seja ao buscar financiamento ou legitimidade por meio de parcerias. Para Diniz (2017), trata-se de formas de custeio possíveis com as novas tecnologias, dissociadas de anunciantes e dos recursos financeiros de grandes empresas.

Essa mudança de hábitos permitiu, então, parcerias entre coletivos de mídia, assinaturas digitais, *crowdfunding*<sup>34</sup> e doações de organizações filantrópicas. Sabemos, no entanto, e discutiremos mais à frente, que a prática tem sido financiada

---

<sup>33</sup> O escândalo de Watergate refere-se “à invasão aos escritórios do Partido Democrata americano em Washington, no conjunto de edifícios Watergate. O incidente aconteceu em 1972 e, após dois anos de investigação, culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon. A invasão rolou durante a campanha eleitoral e, mesmo com evidências ligando o episódio ao comitê de Nixon, o presidente foi reeleito com larga margem de votos” (Cabral, 2020).

<sup>34</sup> “Financiamento coletivo, também conhecido como *crowdfunding*, consiste na obtenção de capital para iniciativas de interesse coletivo através da agregação de múltiplas fontes de financiamento, em geral pessoas físicas interessadas na iniciativa. O termo é muitas vezes usado para descrever especificamente ações na Internet com o objetivo de arrecadar dinheiro para artistas, jornalismo cidadão, pequenos negócios e empresas emergentes, campanhas políticas, iniciativas de software livre, filantropia e ajuda a regiões atingidas por desastres, entre outros” (Financiamento..., 2023).

por grandes empresas, como Google e Meta (antigo Facebook). Seriam influências contextuais, ou, como Peirce chamaria, índices de uma experiência colateral, conforme aprofundaremos no Capítulo 6, que podem interferir na forma como os verificadores representam a realidade.

Os checadores de fatos se dizem, ainda, pertencentes a uma tendência de jornalismo de *accountability* e explicativo, um movimento contrário a um jornalismo declaratório, conforme discutimos mais acima, ou apenas focado na campanha presidencial e em suas pesquisas de intenção de votos, muito comum nos EUA (Graves, 2016). Dourado (2016) explica que *accountability* se relaciona à ideia de responsabilização e de como as iniciativas de checagem podem funcionar como fiscalizadoras do poder e geradoras de conhecimentos que vai empoderar cidadãos com argumentos. Em sua pesquisa, a autora constatou que essa responsabilização não foi efetiva, conforme abordaremos à frente. No entanto, a prática parece ter oferecido ao público a possibilidade de maior transparência na interpretação de declarações políticas.

Diniz (2017) defende que a transparência é fundamental para a prática da checagem, pois estaria relacionada à ideia de objetividade absoluta, em que não haveria relação com uma ideologia, economia ou política que interferiria no conteúdo produzido, o que a autora reconhece ser impossível, na verdade. Para ela, a prática da transparência no que diz respeito a fontes, modelos de negócio e métodos, a independência em relação a governos, mercados e entidades da sociedade civil, além da abertura ao diálogo com fontes e públicos, seriam formas pelas quais o jornalismo procura recuperar sua credibilidade. A transparência e a independência nas práticas dos checadores forneceria, ainda, legitimidade e reconhecimento diante de outros jornalistas e da sociedade em geral.

A checagem de factos pode funcionar como um dispositivo para escrutinar as atividades das altas esferas de decisão e ensinar uma leitura crítica da mídia por si mesma e pelos cidadãos, utilizando-se das informações checadas e das metodologias empregadas para fortalecer o ideal democrático, na medida em que a transparência e o rigor técnico-metodológico, aliados ao compromisso precípua de informar com vistas ao interesse público, consubstanciam a espinha dorsal da atividade jornalística (Diniz, 2017, p. 30).

Um estudo de Seibt e Fonseca (2019) realizado no Brasil também apontou a transparência como um valor preponderante para os checadores, diferente da objetividade e verdade sugeridas por Graves (2016) e por Dobbs (2012) a partir do

estudo de iniciativas estadunidenses. Seibt e Fonseca (2019) desenvolveram um novo tipo ideal de jornalismo, denominado “jornalismo de verificação”, o qual desviaria dos modelos propostos pelos teóricos canadenses Charron e Bonville (2016)<sup>35</sup>. Esse modelo serviu para as pesquisadoras estudarem a prática de *fact-checking* no país e verificar se realmente ocorreu uma mudança de hábito que resultou em uma nova forma de fazer jornalismo.

As pesquisadoras analisaram 14 indicadores de transformação de paradigma no jornalismo por meio de pesquisa bibliográfica, entrevistas exploratórias, pesquisa participante e aplicação de questionários. Nos questionários, Seibt e Fonseca (2019) perguntaram aos verificadores sobre os princípios normativos envolvidos no trabalho de checagem. A ideia era observar características como exatidão e objetividade, cujo apelo era menor no jornalismo de comunicação proposto por Charron e Bonville (2016). Como princípios envolvidos na cultura profissional, para o pragmatismo de Peirce seriam padrões vigentes por meio de um hábito já estabelecido e que, portanto, é repetido cotidianamente pela atuação de interpretantes energéticos, como veremos no Capítulo 7. Isso indicaria uma mudança de hábito não mais em curso, mas uma transformação já ocorrida, um novo paradigma de jornalismo em vigência.

O princípio da transparência foi incluído no questionário porque “era cotidianamente acionado nas rotinas de checagem e nas conversas entre jornalistas acompanhadas no período de observação e participação, além de compor os códigos de conduta compartilhados internacionalmente por verificadores de fatos” (Seibt; Fonseca, 2019, p. 27). Curiosamente, houve baixa adesão à objetividade, verdade e imparcialidade, enquanto todos os respondentes apontaram o princípio da transparência. A preocupação com a transparência também foi observada nas entrevistas com verificadores de fatos realizadas para esta tese, como abordaremos no Capítulo 7.

As autoras discutem que a transparência é utilizada para expor as imprecisões no discurso de um político de forma a mostrar que a checagem não está taxando a

---

<sup>35</sup> Os teóricos canadenses propõem que a mudança no jornalismo aconteceu por meio de transformações de paradigmas, do jornalismo de transmissão, para o de opinião, desse para o jornalismo de informação e, em seguida, para o jornalismo de comunicação. É importante pontuar, contudo, que as ideias de Charron e Bonville (2016) são desenvolvidas com base no estruturalismo, tendo em vista que compreendem o jornalismo como uma forma de comunicação estruturada em textos cujas regras e suas transformações são observáveis a partir da estrutura do próprio texto jornalístico. Portanto, são argumentos que se distanciam da semiótica peirceana utilizada nesta tese.

personalidade de mentirosa. Relaciona-se, ainda, ao princípio da precisão que, por sua vez, pode ser influenciado pela busca de evidências da verdade em documentos, pesquisas, estatísticas e dados públicos, típica da atividade de checagem, conforme mencionamos anteriormente. Se, contudo, essas formas de análises de dados são muitas vezes questionadas por críticos, mais os jornalistas se apoiam na transparência para mostrar e defender seus métodos (Seibt; Fonseca, 2019).

“Se já não é possível confiar no discurso midiático a priori, desvelar o processo de produção do conteúdo é uma alternativa para auferir credibilidade”, concluem Seibt e Fonseca (2019, p. 10). Dessa forma, a transparência parece atrelada a uma preocupação com a explicitação da metodologia que, conforme pontuamos anteriormente, pode ser relacionada a uma compreensão sobre hábitos e processos inferenciais e ao método científico. Para as pesquisadoras, a partir dessa descoberta, outros estudos podem aprofundar sobre como a transparência é apropriada no cotidiano profissional, como aparece nos conteúdos jornalísticos e como é notada e valorizada pelo público.

Além da transparência, Seibt (2019) também reuniu uma série de outras características que fariam o jornalismo de verificação desviante do jornalismo de comunicação proposto por Charron e Bonville (2016), algumas já pontuadas por nós anteriormente. Isso reforça nosso entendimento de que, nesse caso, já estaria estabelecido um hábito ou padrão repetível. Se a publicidade com anunciantes era a principal forma de financiamento, no jornalismo de verificação, apesar de a publicidade continuar em alta, essa prática depende cada vez menos do jornalismo para alcançar os consumidores por conta das plataformas digitais, o que permite ao campo se reposicionar no sistema midiático.

Há, ainda, um retorno ao movimento de desaceleração da produção jornalística para que a informação possa ter mais qualidade e, com isso, os prazos de publicação são estendidos. Os pseudoacontecimentos são relevantes de acordo com a importância do interlocutor. Por exemplo, ainda que um evento seja organizado pela comunicação institucional, os pronunciamentos de agentes públicos ou diretores de uma grande empresa podem vir a ser checados, porque há possibilidade de que ecoem no ambiente social, segundo Seibt (2019). Os atos legislativos também voltam a ser importantes no jornalismo de verificação.

Os próprios meios de comunicação passam a servir como principal fonte de informação, porque neles estão as declarações a serem checadas. “Em se tratando de atividades legislativas ou de uma campanha eleitoral, os atores sociais envolvidos institucionalmente nos acontecimentos também surgem como fontes relevantes, assim como agências de notícias e relações públicas” (Seibt, 2019, p. 152-153). Em geral, os repórteres não obtêm mais as declarações a serem checadas por meio de entrevistas e, para Seibt (2019), aí está uma mudança crucial do jornalismo de verificação: o repórter não é o primeiro a relatar os fatos e atua mais como uma espécie de árbitro.

Já a apresentação dos temas no jornalismo de verificação está relacionada à transparência da informação, conforme pontuado anteriormente, “o que de certa forma desloca o objeto de dependência estrutural do texto jornalístico das dimensões econômica e política em direção ao público” (Seibt, 2019, p. 154). Além disso, são retomados os princípios da exatidão, da imparcialidade e da objetividade, o que, como vimos, na prática, conta menos do que a transparência.

A partir das publicações de checagens, os atores podem sofrer pressão para mudarem de atitude em relação à imprensa e à sociedade como um todo, e para que seus discursos sejam mais verdadeiros. Nesse sentido, a imprensa também passa a ser pressionada para que seja mais precisa. A prática faz, também, com que os fatos checados tenham status de notícia, o que Seibt (2019) considera uma forma de influência sobre o real que não existia nos outros tipos de jornalismo<sup>36</sup>.

A pesquisadora pontua que, em relação ao contexto de enunciação do jornalismo de verificação, assim como seus antecedentes, há mais riqueza de formatos e conteúdos e uma maior concorrência de canais. O tamanho e a composição do público são universais, contudo, se o segmento preponderante era o cultural, agora é o político. Além disso, a grande quantidade de informação já disponível no jornalismo de comunicação se intensifica ainda mais acarretando, inclusive, desinformação. Assim, apesar de o público estar munido de conhecimento prévio, a origem das informações pode não ser de fonte confiável ou pertencer a uma

---

<sup>36</sup> Relatamos o que foi apontado por Seibt (2019). Contudo, conforme apresentaremos no próximo capítulo, para Peirce, a realidade existe e age sobre nós. De forma alguma, o Real sofre mudanças a partir da forma como atuamos sobre ele. Podem existir representações de diferentes características do real ou representações distantes da realidade, a qual acabará se mostrando em algum momento, tendo em vista que o real se força sobre nós.

dieta midiática pouco diversificada a partir de grupos de trocas de mensagens, por exemplo (Seibt, 2019).

O jornalismo de verificação possui, também, um forte apelo informativo o que, muitas vezes, é confundido com persuasão. Além disso, é caracterizado pela assinatura do jornalista, um princípio orientador do *fact-checking*, de forma que o leitor saiba quem produziu aquela verificação. Contudo, o repórter não escreve em primeira pessoa, mas preserva a identidade discursiva do veículo (Seibt, 2019).

Em relação aos elementos ostensivos do jornalismo, compreendidos como os recursos estilísticos e os paratextos próprios do campo (estilo de redação, tipos de títulos, tipografia, distribuição do conteúdo por diferentes páginas), Seibt (2019) pontua que ficam prejudicados. Isso se deve ao fato de que, no multimídia, principalmente com as plataformas sociais que distribuem conteúdos, as produções jornalísticas dividem espaço com outras. Ainda que a dimensão ostensiva perca especificidade, permanece importante, pois são acionadas “uma variedade de elementos paratextuais para fazer com que o leitor atribua valor à informação checada: hiperlinks, gráficos, provas. Mas acima de tudo, etiquetas<sup>37</sup>” (Seibt, 2019, p. 162).

A seguir, vamos discorrer sobre as mudanças de hábitos que permitiram o estabelecimento dos empreendimentos que realizam a checagem de fatos.

### 3.2 O ESTABELECIMENTO DAS AGÊNCIAS DE FACT-CHECKING

O primeiro site não partidário<sup>38</sup> dedicado à checagem de fatos focada em políticos estadunidenses foi fundado em 2001 por três recém-graduados, nos EUA, que se diziam jornalistas, mas também eram críticos da imprensa. Chamava-se *Spinsanity* e descrevia-se como um site apartidário cujo objetivo era desencorajar a desinformação de políticos, jornais e especialistas. Os três proprietários produziram mais de 400 checagens nas eleições dos EUA, em 2004, tiveram alguns dos seus trabalhos utilizados em meios tradicionais e lançaram um *best-seller*, no mesmo ano, sobre a Casa Branca de Bush (Graves, 2013, 2016).

---

<sup>37</sup> Sobre a prática de etiquetagem, discorreremos mais adiante.

<sup>38</sup> São considerados não partidários as iniciativas de checagem independentes e lideradas por jornalistas, que não estão atreladas a partidos políticos e não possuem como função a crítica à mídia (Graves, 2016).

Mas o movimento de *fact-checking* começou a se desenvolver, de fato, a partir de uma mudança de hábitos impulsionada pelas eleições de 1988 nos EUA. Naquele momento, os críticos de mídia e os próprios jornalistas constataram que a cobertura tinha se tornado irrelevante ao focar apenas nos discursos e documentos políticos, deixando de lado a distorção da verdade que pode ter influenciado nos resultados da disputa. Terminada a eleição, o colunista David Broder, do *Washington Post*, escreveu várias colunas sobre o ocorrido e convocou jornalistas para uma campanha de anúncios de “esquadrinhamento da verdade”, chamando atenção de jornalistas e acadêmicos. “Durante as eleições de 1990, essas peças ‘*adwatch*’ se multiplicaram, principalmente nos jornais, onde eram informalmente conhecidos como ‘caixas de verdade’”, explica Graves (2013, p. 130, tradução nossa).

Nas eleições seguintes, a prática já estava amplamente difundida e os novos hábitos estabelecidos. Assim, Brooks Jackson, um correspondente político da CNN, foi designado, em 1991, para trabalhar no segmento de *adwatch* e fez que com que o formato ganhasse fama na rede. Rapidamente, a prática começou a desafiar as publicidades políticas e ganhou o nome de *Fact Check*. Para a redefinição do formato, o correspondente atuou em conjunto com a pesquisadora Kathleen Hall Jamieson cujo trabalho atentou para o fato de que *adwatches* malfeitos reforçavam as mensagens que estavam sendo criticadas (Graves, 2013, 2016).

Entretanto, em 2003, a CNN parou de produzir esse tipo de conteúdo. Foi então que Jackson, juntamente com Jamieson, fundou a FactCheck.org. Sustentados por recursos da Fundação Annenberg<sup>39</sup>, a proposta inicial era para a checagem de fatos na eleição de 2004, mas a agência ficou famosa após ser citada pelo vice-presidente em um debate e passou a funcionar durante todo aquele ano. Ao mesmo tempo, jornais e estações de televisão passaram, também, a fazer checagens de fatos como uma reação à campanha eleitoral que utilizou muitos boatos.

---

<sup>39</sup> Trata-se de uma fundação estabelecida em 1989 por Walter Hubert Annenberg, empresário dono de grupo de mídia responsável por uma série de publicações estadunidenses, como The Philadelphia Inquirer, TV Guide, Daily Racing Form, A+ Magazine, Essence, Star & Sky Magazine, Elementary Electronics, Playboy, The Saturday Evening Post, The Atlantic Monthly e Seventeen Magazine. Tais jornais e revistas eram utilizadas pelo magnata para alcançar seus fins políticos. Entre 1969 e 1974, Annenberg foi também embaixador dos Estados Unidos no Reino Unido. Após a sua morte, os herdeiros deram continuidade ao trabalho da Fundação Annenberg, que fornece suporte e financiamento para organizações intituladas sem fins lucrativos nos EUA e no mundo. Mais informações em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Walter\\_Annenberg](https://en.wikipedia.org/wiki/Walter_Annenberg) e <https://annenberg.org/>. Acesso em: 14 maio 2021.

Em 2007, por exemplo, o repórter político Michael Dobbs sugeriu a criação de uma coluna de checagem no *Washington Post*. Segundo ele, de forma surpreendente, a ideia foi aceita imediatamente, talvez pelas críticas sobre a falta de verificação do episódio das armas de destruição em massa na Guerra do Iraque<sup>40</sup>. “Igualmente, se não mais importante, era a sensação de que outra pessoa faria o trabalho por nós se não monitorássemos a retórica da campanha de forma mais agressiva” (Dobbs, 2012, p. 7, tradução nossa). Para as checagens, foi estabelecida uma escala de veracidade em pinóquios, uma referência ao clássico do boneco de madeira cujo nariz cresce ao contar mentiras, na qual um pinóquio era equivalente a parcialmente verdade e quatro pinóquios a uma grande mentira.

Já nas eleições de 2008, Bill Adair, chefe da sucursal de Washington para o *Tampa Bay Times* (anteriormente chamado de *St. Petersburg Times*), propôs ao seu editor a criação da *PolictFact*, uma versão do *FactCheck.org* elaborada em torno de um banco de dados. A veracidade das checagens passou a ser medida em uma escala de seis pontos, de verdadeiro a mentira descarada (*pants on fire*). As checagens concluídas eram transferidas para uma base de dados, onde podiam ser encontradas por tópicos, avaliação e por quem havia dado a declaração, o que possibilitava consultar o registro completo na escala de verdade do site referente a figuras públicas já rastreadas.

Em 2010, a *PolictFact* passou a licenciar sua marca e metodologia para parceiros estatais por U\$30 mil no primeiro ano e cerca de U\$1 mil por mês daí em diante. Esses parceiros passavam a operar de forma independente depois de receberem treinamento. As franquias se comprometiam a produzir várias peças por semana publicadas em uma página dedicada à *PolictFact* e passavam a fazer parte do banco de dados referente à escala de veracidade. “Por sua vez, os parceiros da mídia estatal (...) recebiam o direito de divulgar os conteúdos do *PolitiFact* em suas edições impressas ou de distribuí-las a outros veículos de notícias no estado” (Graves, 2013, p. 135, tradução nossa).

---

<sup>40</sup> É importante ressaltar e esclarecer que empresas jornalísticas são empreendimentos preocupados com a venda de um produto, a notícia, e com os anunciantes, que também são patrocinadores. Portanto, *Washington Post* e *CNN*, assim como todas as outras citadas, possuem interesses comerciais e políticos, que influenciam nas decisões editoriais, fazendo com que essas decisões não sejam isentas, mas possuam certos propósitos (Traquina, 2005).

Para se ter uma ideia das proporções alcançadas mundialmente pela checagem de fatos, no último levantamento realizado pelo Duke Reporters' Lab<sup>41</sup> foram contabilizadas 446 iniciativas ativas ao redor do mundo<sup>42</sup>. O crescimento da prática de verificação acabou resultando na criação de uma rede internacional, a *International Fact-Checking Network* (IFCN), em 2015, após a segunda Reunião Internacional de Checadores de Fatos ocorrida naquele ano (a primeira havia sido realizada no ano anterior) (Graves, 2016). Em 2024, aconteceu a 11ª edição do evento, em Sarajevo, na Bósnia e Herzegovina.

A IFCN é suportada pelo Poynter Institute, uma instituição de treinamento jornalístico que também possui o *The Tampa Bay*, uma franquia profissional de futebol americano sem fins lucrativos. Apesar de o Poynter Institute classificar-se como sem fins lucrativos, o site da IFCN diz que a rede já recebeu financiamento das seguintes organizações (algumas até mesmo de reputação polêmica): Arthur M. Blank Family Foundation, Duke Reporters' Lab, Bill & Melinda Gates Foundation, Google, Facebook, U.S. Department of State, National Endowment for Democracy, Omidyar Network (Luminate), Open Society Foundations, Fritt Ord Foundation, Duke Reporters Lab, Craig Newmark Philanthropies e Park Foundation (International..., 2020).

A IFCN sustenta um código de princípios voltado

para organizações que publicam regularmente relatórios não partidários<sup>43</sup> sobre a precisão nas declarações de figuras públicas e instituições proeminentes e outras declarações amplamente divulgadas relacionadas a questões de interesse público. É o resultado de consultas entre verificadores de fatos de todo o mundo (The Commitments..., 2020, tradução nossa).

Tal código de princípios fornece algumas condutas que deveriam ser seguidas no trabalho diário. Os compromissos descritos no código são: com o apartidarismo e a justiça; com a transparência dos padrões de checagem e das fontes; com a transparência de financiamento e da organização; com a transparência e padrões da metodologia e com uma política de correções abertas e honestas<sup>44</sup>. Para ser um

<sup>41</sup> "O Reporters' Lab é um centro de pesquisa jornalística na Sanford School of Public Policy da Duke University. Nossos principais projetos se concentram na verificação de fatos, mas também fazemos pesquisas ocasionais sobre confiança na mídia e outros tópicos". Disponível em: <https://reporterslab.org/>. Acesso em: 9 fev. 2023

<sup>42</sup> A contagem de iniciativas de checagem realizada pelo laboratório está disponível em <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em: 18 jan. 2025.

<sup>43</sup> Leia-se: sem filiação a partidos políticos, conforme ressaltamos em nota de rodapé anterior.

<sup>44</sup> Pode-se notar os esforços da IFCN para que as iniciativas de checagem sejam vistas como organizações isentas de opiniões. No entanto, conforme relatamos, a própria rede possui uma série de

signatário verificado, as agências precisam passar por uma avaliação, supervisionada pelo conselho consultivo da IFCN<sup>45</sup>, que analisa a adequação dessas agências aos compromissos descritos no código de conduta. No Brasil, os signatários são Agência Lupa e Aos Fatos, além das iniciativas Estadão Verifica e Uol Confere (pertencente ao jornal *Estado de São Paulo* e ao portal *Uol*, respectivamente) (Signatories..., 2024).

Em janeiro de 2020, a IFCN lançou a “Aliança #CoronaVirusFatos” (#CoronaVirusFacts Alliance), reunindo mais de cem checadores de fatos ao redor do mundo para desenvolver os dados em torno do novo coronavírus. Os integrantes do projeto utilizavam uma planilha compartilhada e aplicativos de mensagens instantâneas para acrescentar informações ao banco de dados que era atualizado diariamente. Segundo a página da iniciativa, esse modelo permitiu uma resposta mais rápida que alcançou públicos mais amplos. No Brasil, as Agências Lupa e Aos Fatos, além da iniciativa Estadão Verifica, colaboraram com o projeto (Fighting..., 2023)<sup>46</sup>.

Segundo o que apresentamos, o movimento de checagem parece ter se consolidado ao longo dos anos. Contudo, conforme discorreremos na próxima seção, alguns pesquisadores teceram críticas como a acusação de que as iniciativas de verificação mostram uma visão simplista do mundo. Isso ocorreria porque não teriam critérios claros para escolher temas e pessoas a serem checados, pela maneira como selecionam ou reúnem declarações conferidas, pela falta de utilização de métodos científicos rígidos ou de critérios explícitos de julgamento e pela análise de previsões futuras.

Além disso, alguns pesquisadores dizem que a checagem não alcança o objetivo de *accountability*, ou seja, os políticos não se retrataram pelos erros que cometeram. Eles alegam que há dependência de fontes e estudos oficiais, que o principal objetivo seria, na verdade, alcançar cliques, comentários e compartilhamentos, e que as iniciativas estão mudando seu estilo de checagem por conta do financiamento que recebem da Meta. A seguir, discorreremos sobre essas críticas.

---

financiadores. Assim, é possível pensar que ela mantém compromissos com esses financiadores, o que impede isenção. O mesmo é válido para as agências de checagem de forma individual.

<sup>45</sup> “A Rede Internacional de Verificação de Fatos tem 15 membros em seu conselho consultivo de organizações signatárias verificadas ativas e até 4 membros independentes participando dos processos de tomada de decisão” (Advisory..., 2020, tradução nossa).

<sup>46</sup> A página da iniciativa da internet informa que o programa foi encerrado no início de 2023 (Fighting..., 2023).

### 3.3 AS CRÍTICAS AO MOVIMENTO DE CHECAGEM

Apesar de existirem muitos teóricos entusiastas da checagem de fatos, também há aqueles que criticam o movimento. No capítulo anterior, por exemplo, retomamos Lazer *et al.* (2018), que questionam se a prática é eficaz, pois os indivíduos tenderiam a confirmar suas próprias crenças e, portanto, não confiariam em verificações contrárias ao que creem. Os autores questionam, também, se a repetição de uma informação falsa poderia confirmá-la como verdade, ainda que com intenção contrária. Já Albuquerque (2020) argumenta que o movimento surge sem epistemologia, com discursos frouxos, que consideram tudo, em algum grau, como *fake*, e acrescenta que as agências apresentam um discurso autoritário ao definir o que seria verdade.

Já Uscinski e Butler (2013) produzem um artigo inteiro de crítica à prática de verificação. Os autores consideram que o *fact-checking* não seria muito diferente do infoentretenimento<sup>47</sup>, mas um pouco pior, pois refletiria e encorajaria uma compreensão simplista do mundo. Segundo os autores, “o assunto da política é frequentemente complexo, ambíguo e aberto a uma variedade de interpretações conflitantes, mesmo quando afirmações empíricas estão sendo feitas. Portanto, as pessoas podem genuinamente discordar sobre a verdade” (Uscinski; Butler, 2013, p. 163, tradução nossa).

Para sustentar essa tese, os pesquisadores tecem cinco críticas metodológicas à prática. A primeira delas diz respeito à falta de critérios para a escolha de atores e declarações a serem checadas que, segundo Uscinski e Butler (2013) seguem padrões comerciais, mas não um método rigoroso. Como comparação, os autores utilizam a criteriosa seleção de caso em pesquisas de ciências sociais.

Em segundo lugar, Uscinski e Butler (2013) criticam o fato de que os checadores, em geral, reúnem várias declarações como uma única afirmação factual ou, então, fazem o inverso, desmembram uma declaração em várias afirmações. “Mas é ingênuo pensar que a lista de fatos resultante não é influenciada por filtros conceituais – teorias, assim como por ideologias” (Uscinski; Butler, 2013, p. 167, tradução nossa). Como exemplo, os autores citam o site do *PolictFact*, no qual está posto que as declarações são separadas em frases individuais para checagem, uma

---

<sup>47</sup> “Cobertura de notícias que tenta encaixar a realidade comercialmente em segmentos” (Uscinski; Butler, 2013, p. 163, tradução nossa).

tentativa de contextualizar os fatos. Contudo, os pesquisadores afirmam que o contexto “verdadeiro” também é objeto de disputa.

Os autores apontam, ainda, que os checadores identificam alegações causais<sup>48</sup> sem as rigorosas ferramentas utilizadas pelos cientistas sociais. “Porém, mais importante, as relações causais não podem ser verificadas ‘pesquisando a resposta’, que é a metodologia típica usada pelos verificadores de fatos” (Uscinski; Butler, 2013, p. 169, tradução nossa). Os cientistas sociais compreendem que as relações causais agregam mais ou menos argumentos de suporte e não são como um *continuum* de certo-errado (em referência às escalas de veracidade usada por algumas iniciativas), como geralmente tratadas nas checagens. “Tais afirmações não são fatos e não devem ser tratadas como tal” (Uscinski; Butler, 2013, p. 170, tradução nossa).

Essa crítica, contudo, parece afastada da proposta pragmaticista, visto que os objetos são reais e deixam marcas por meio de sinais indicais. Sendo assim, é possível, a partir do método científico, uma tentativa de aproximação com o objeto, ainda que uma correspondência plena seja apenas um ideal, conforme veremos mais profundamente nos capítulos 6 e 7.

Uscinski e Butler (2013) dizem, também, que, apesar de o futuro não possibilitar observação e, portanto, verificação, em uma amostra recolhida para análise, 18% do conteúdo tentava checar previsões. Segundo os estudiosos, frequentemente, os profissionais tentam comparar a previsão de um político com a de uma outra fonte não partidária, de um especialista ou de uma agência de governo. Mas haveria duas questões envolvidas: o verificador pode escolher como “verdade” previsões de fontes diferentes e a complexidade da política torna maior a propensão a erros.

A verificação do futuro poderia levar, ainda, a uma tendência de classificar o impreciso como mentira.

Pelo menos quando se trata do futuro, não há fatos a serem verificados, então o checador pode acabar verificando a intenção de um orador, em vez da precisão do que ela disse. Uma mentira é uma falsidade intencional; quando a falsidade de uma declaração não pode ser estabelecida, o verificador de fatos se contenta em verificar a intenção (Uscinski; Butler, 2013, p. 171, tradução nossa).

---

<sup>48</sup> “Uma alegação causal é aquela que afirma uma relação entre fatos. Por exemplo, um cientista político pode reivindicar uma relação causal entre as condições macroeconômicas e o voto presidencial, afirmando que uma economia melhor leva o partido no poder a ter um desempenho melhor na eleição” (Uscinski; Butler, 2013, p. 168, tradução nossa).

Para os autores, esse tipo de classificação é impulsionado pela ilusão de uma realidade objetiva. Entretanto, eles argumentam que os fatos discutidos na política são ambíguos o suficiente para gerar dúvidas, principalmente no caso das previsões do futuro (Uscinski; Butler, 2013). E aqui, reforçamos o comentário feito anteriormente sobre a oposição dessas ideias ao pragmaticismo.

Por fim, Uscinski e Butler (2013) criticam a falta de critérios explícitos de julgamento. Eles se perguntam, por exemplo, qual seria o valor de aproximação de um dado para que seja considerado verdadeiro: 7,9925 não é um 8, mas dificilmente um candidato comunicaria o número preciso. Os autores pontuam que a maioria dos dados nos quais os verificadores confiam são estimativas e, portanto, propensos a alguma taxa de erro. Dessa forma, algumas declarações são etiquetadas a partir de uma estimativa imperfeita da “verdade”. Sem explicar claramente como são feitas as checagens, qualquer critério pode ser incluído, mesmo que não seja pertinente. Uma pesquisa realizada por Damasceno e Patrício (2020, p. 17) confirmou que “não são explicados os motivos que encaminham os recortes e os enquadramentos das matérias de checagem”. Uscinski e Butler (2013) pontuam ainda:

A abertura do cientista social a novas evidências ou a reinterpretação de evidências antigas é incompatível com as necessidades dos cidadãos, políticos e, portanto, jornalistas para respostas binárias. O jornalista que vê o mundo como ambíguo não tem uma história escrita, e o verificador de fatos nunca será capaz de fazer o seu trabalho. No entanto, nós convivemos bem sem verificar os fatos antes, deixando a política aberta à ambiguidade. Há poucos motivos para pensar que, ao consolidar a noção de que não há ambiguidade, os verificadores de fatos estão nos prestando um serviço (Uscinski; Butler, 2013, p. 178, tradução nossa).

Amazeen (2015), contudo, se contrapõe a Uscinski e Butler (2013), argumentando que as críticas tecidas partem mais de uma falta de clareza conceitual sobre a prática de checagem e da seleção de uma amostra pobre do que de um problema inerente ao *fact-checking*. A pesquisadora diz que a amostra dos pesquisadores foi retirada não só de iniciativas dedicadas à verificação, daí a falta de clareza conceitual, mas também do *New York Times* e do *Washington Post* que não praticavam, na época da amostragem, uma checagem consistente. “Fazendo isso, eles (Uscinski e Butler) perpetuam os efeitos da seleção que tanto criticam” (Amazeen, 2015, p. 3, tradução nossa).

Por outro lado, Amazeen (2015) apresenta os dados de sua pesquisa que confirmam um alto nível de concordância entre três iniciativas estadunidenses dedicadas exclusivamente à checagem de fatos, o que poderia até ser um indício de confirmação por meio da aplicação do método científico, ao nosso ver. Isso, para a pesquisadora, aponta para o sucesso na seleção de declarações factuais que podem ser consistentemente avaliadas. As discordâncias, segundo a pesquisadora, ocorreram por conta de maior ou menor aprofundamento na contextualização dos conteúdos verificados. Em relação à checagem de projeções futuras, a autora reconhece que a prática impõe desafios e que, por ser dessa forma, também resultou em discordâncias na checagem.

A pesquisadora diz ainda que Uscinski e Butler (2013) criticam o uso das escalas de veracidade como uma medida simplista e sem rigor científico. Contudo, ela argumenta que existem várias iniciativas de checagem que não se baseiam nessas escalas e acrescenta, ainda, que não é realmente uma pretensão do jornalismo nem da checagem de fatos seguir métodos científicos (Amazeen, 2015). Aqui ressaltamos que os autores não estão considerando o método científico da forma como empreendido por Peirce e no qual nos baseamos nesta tese.

Por fim, Amazeen (2015) considera equivocada a ideia de Uscinski e Butler (2013) de que as declarações políticas são uma questão de interpretação. Para a autora, alguns fatos não são passíveis de debates. Além disso, apresenta o posicionamento de agências de checagem favoráveis à contribuição do leitor para argumentar que a prática fomenta o discurso político e não o sufoca, como defendem Uscinski e Butler (2013). “(...) A verificação de fatos incentiva a contribuição construtiva no debate” (Amazeen, 2015, p. 16). A pesquisadora afirma, ainda, citando outros estudos, que, uma verificação de fatos bem estabelecida torna mais difícil para os políticos fabricar declarações.

Essa última ideia de Amazeen (2015) estaria ligada à possibilidade de *accountability* a partir do *fact-checking*, conforme citamos anteriormente. Contudo, nas análises realizadas por Dourado (2016) a partir de checagens brasileiras, os políticos parecem não terem sido constrangidos a ponto de se retratarem ou serem punidos, ou seja, responsabilizados por suas falas falsas, assim, parecem não ter mudado seus hábitos. Para a pesquisadora, isso foi consequência da checagem de figuras ou episódios pouco relevantes. Além disso, os conteúdos não nomearam o político ou o

partido já no título, assim como não informaram o grau de veracidade dos fatos checados nesse mesmo local.

O mesmo foi constatado por Damasceno e Patrício (2020), os quais apontaram que poucas vezes os políticos se sentiram forçados a prestar contas a partir das verificações publicadas, permanecendo em silêncio na maioria das vezes. Quando houve resposta, ela não foi consistente a ponto de mudar as etiquetas que haviam sido atribuídas anteriormente. Além disso, nos conteúdos respondidos, os erros foram considerados pelos políticos como tecnicidades que não invalidariam seus discursos ou como pertencentes a um contexto mais amplo ignorado na checagem. As explicações buscaram, ainda, interpretações alternativas para as declarações.

Outro problema apontado por Damasceno e Patrício (2020) é a dependência de fontes e estudos oficiais. Segundo os autores, 100% da amostra que analisaram utilizaram alguma fonte desse tipo e até 70% das declarações foram investigadas a partir de fontes oficiais. “Esses dados são percebidos como índices inquestionáveis do real e não são postos à prova pelas checagens”. (Damasceno; Patrício, 2020, p. 21).

Já a pesquisa de Lelo (2021) indica que, apesar de o *fact-checking* demonstrar um ideal mais participativo, abrindo espaço maior para o público, na realidade, a intenção das agências é mais ter uma visibilidade ampliada e, também, medir os gostos do público para que haja retorno por meio de cliques, comentários e compartilhamentos. Para exemplificar essa conclusão, Lelo (2021) traz a fala de um dos entrevistados de uma iniciativa de checagem estudada. “Por exemplo, se eu faço um *tweet* sobre uma *fake news* clássica como ‘chá de erva doce previne contra o coronavírus’, ela gira bastante no Twitter; aí eu faço uma verificação de um político e me dá dois, três *retweets*. É muito menos giro”. (Goulart *apud* Lelo, 2021, p. 21).

Além disso, o pesquisador observou que várias iniciativas de checagem, no Brasil, passaram a ser financiadas pelas empresas do Vale do Silício - Facebook (atualmente Meta) e Google – o que promove uma reorganização de linhas editoriais. Todas as organizações estudadas pelo pesquisador se dizem independentes, apesar das parcerias financeiras. Contudo, Lelo (2021) observou que a exemplo do que acontece em outros países, “o *fact-checking* brasileiro também tem se inclinado ao

*debunking*<sup>49</sup> em detrimento da verificação de declarações de personalidade públicas” (Lelo, 2021, p. 19). Para o autor, essas empresas de plataforma estão usando as agências de *fact-checking* para moderação de conteúdo, “agentes institucionalmente legitimados para exercer o ofício” (Lelo, 2021, p. 21), de forma a evitar que sejam acusados contra a liberdade de expressão.

O financiamento do *fact-checking* compõe parte desta estratégia publicitária esteada em desviar o foco de propostas de regulação externa das plataformas digitais. (...) As empresas de plataforma são indiferentes às decisões editoriais dos *fact-checkers* por elas financiados porque, conquanto estes cumpram a média mensal de checagens e não infringam as políticas gerais estabelecidas pelas parcerias (que inibem a verificação de declarações em decorrência de uma alargada concepção de liberdade de expressão tipicamente estadunidense), já irão atender ao propósito geral de reiterar o compromisso das *big techs* com o combate à desinformação (Lelo, 2021, p. 22).

É importante pontuar que em 7 de janeiro de 2025 a Meta, empresa proprietária do Whatsapp, Instagram, Threads e Facebook, informou a descontinuidade do programa de checagem que financia várias iniciativas pelo mundo, implementado em 2016. Segundo o comunicado divulgado pela empresa, inicialmente, o programa seria encerrado apenas nos EUA e, após avaliação da medida, pode vir ser finalizado em outros países. Por meio da parceria, agências de checagem identificavam processos desinformativos publicados nas plataformas da Meta, reduziam o alcance e incluíam uma notificação na publicação; em contrapartida, recebiam financiamento. Agora, para a verificação nas redes da companhia, passarão a ser utilizadas notas da comunidade, um sistema similar ao do X, em que os usuários checam fatos publicados e são avaliados por seus pares.

A medida foi amplamente criticada pela imprensa e rechaçada pelo movimento de checagem. Reportagens publicadas sobre o tema relacionam a decisão ao retorno do governo de Donald Trump, nos EUA, devido ao modelo de checagem ser similar ao do X, do empresário Elon Musk, que integra o Departamento de Eficiência Governamental de Trump, e pelas declarações de Mark Zuckerberg, presidente-executivo da Meta<sup>50</sup>. Em vídeo, ele disse que a prática se aproximava da censura, que

<sup>49</sup> O *debunking* é o exercício de desbancar boatos na rede, “(...) tarefa que, embora possa ser assumida por instâncias de *fact-checking*, não é o que define o formato enquanto um ‘movimento de reforma’ do jornalismo (...)” (Seibt, 2019, p. 130).

<sup>50</sup> Ver, por exemplo, <https://www.nexojornal.com.br/extra/2025/01/07/facebook-instagram-meta-checagem-de-fatos>. Acesso em: 18 jan. 2025.

os checadores eram enviesados politicamente e destruíram ainda mais a confiança dos usuários, principalmente nos EUA.

A LatamChequea, uma rede latino-americana (que inclui, também, Espanha e Portugal) de checadores que reúne 47 organizações de 21 países, fez um comunicado afirmando que a atividade não pratica a censura e defendendo a verificação de fatos<sup>51</sup>. Também foi escrita uma carta aberta em defesa do movimento assinada por 30 agências de checagem do mundo<sup>52</sup>. No Brasil, a Advocacia Geral da União (AGU) notificou a Meta por considerar que a nova política empresarial anunciada não atendia à legislação brasileira em relação à moderação de discurso de ódio. Em resposta, a empresa reafirmou que, inicialmente, a nova forma de verificação funcionaria, apenas nos EUA<sup>53</sup>.

Algumas das críticas ao movimento de checagem apresentadas pelos autores retomados nesta seção, como a seleção de fatos a partir de critérios comerciais ou mesmo a falta de clareza para a escolha, além da influência de filtros ideológicos e do financiamento pelas empresas do Vale do Silício, são temas afins à nossa segunda sub-hipótese e serão discutidos no Capítulo 6. A seguir, vamos abordar o desenvolvimento do movimento de checagem no Brasil de forma a contextualizar as Agências Lupa e Aos Fatos que fornecem o *corpus* desta pesquisa.

### 3.4 A CHECAGEM DE FATOS NO BRASIL

Conforme pontuamos anteriormente, o movimento de checagem é recente, apesar de ter embriões mais antigos, tendo surgido e se desenvolvido ao longo dos anos 2000. O crescimento do número de iniciativas reflete no cenário brasileiro, segundo levantamento realizado pelo Duke Reporters' Lab<sup>54</sup>, que apresentaremos abaixo, por isso, é uma temática relevante de estudo<sup>55</sup>. Nessa tese, especificamente,

<sup>51</sup> Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/fact-checking-nao-e-censura/>. Acesso em 18 jan. 2025.

<sup>52</sup> Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/carta-aberta-checadores-de-fatos-a-mark-zuckerberg/>. Acesso em 18 jan. 2025.

<sup>53</sup> Ver mais em <https://www.nexojornal.com.br/extra/2025/01/14/meta-se-diz-comprometida-com-direitos-humanos-resposta-agu>. Acesso em: 18 jan. 2025.

<sup>54</sup> O censo de iniciativas de checagem realizado pelo laboratório fica disponível em <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

<sup>55</sup> Uma reportagem do laboratório de maio de 2024 (Stencel; Ryan; Luther, 2024), contudo, discute um decréscimo no número de iniciativas até o momento em que o texto havia sido redigido: de 457 para 439. Atualmente, conforme pontuamos em seções anteriores, foram contadas 446 iniciativas. Para se

de acordo com o que já pontuamos, pretendemos descobrir se a atividade de verificação tem permitido uma ampliação da capacidade crítica de jornalistas que exercem essa função.

O último levantamento Duke Reporters' Lab contou dez iniciativas de checagem no Brasil. Além de Aos Fatos e da Lupa, foi contabilizada a AFP Checamos, uma sucursal do serviço de checagem da Agência France Press no Brasil, e Fato ou Fake, atrelado ao grupo Globo, que desenvolveu, anteriormente, as iniciativas Preto no Branco, vigente de 2014 a 2015, e É isso mesmo, entre 2017 e 2018. Na lista consta, também, o Uol Confere, que tem suporte do portal Uol, ligado ao Grupo *Folha*, e realiza checagens principalmente de declarações de figuras públicas no país, além do site E-farsas<sup>56</sup> que analisa conteúdos virais *online* e é sustentado por anúncios da empresa de mídia R7.

Há, ainda, o Estadão Verifica, pertencente ao grupo do *Estado de São Paulo*, que, apesar disso, segundo o levantamento, age de forma independente e produz conteúdo de maneira neutra, o que, na prática, sabemos não ser possível, de acordo com o que discutiremos no Capítulo 6 mais profundamente, em relação aos objetos dinâmicos e imediatos. É listado, também, o Projeto Comprova, iniciado nas eleições de 2018 e retomado posteriormente após oito meses sem atividade. A iniciativa, que reúne 24 organizações midiáticas contra a desinformação, é coordenada pela Associação Brasileira de Jornalismo (Abraji) e pela First Draft, uma organização que firma parcerias do mesmo tipo ao redor do mundo. A First Draft fornece a metodologia de checagem que as organizações do projeto utilizam, e o suporte técnico e financeiro ocorre por meio do *Google Notícias* e do Projeto de Jornalismo do Facebook.

Por fim, é contabilizado o *Boatos.org*, um site independente, suportado por anúncios, fundado por um jornalista de tecnologia para checar conteúdos virais, e o projeto voluntário de verificação Coar Notícias. Segundo o levantamento, a iniciativa objetiva o *debunking* de boatos na região norte e nordeste do país, além de literacia midiática, a partir de parcerias com meios de comunicação locais. O projeto é

---

ter uma ideia, em 2006, o laboratório registrou 17 iniciativas, em 2016, 190 e, em 2020, já eram 421. A paralização e até diminuição do crescimento, na análise de Stencel, Ryan e Luther (2024), são atribuídas a um gerenciamento de equipes durante a pandemia e a dificuldades financeiras, mas, principalmente, à hostilidade de políticos, governos e seus apoiadores.

<sup>56</sup> O E-farsas, contudo, não “assume publicamente os compromissos metodológicos preconizados pela IFCN nem se dedica à checagem de declarações de políticos, por exemplo. O que eles fazem estaria mais próximo do que se define, na língua inglesa, como *debunking* (...)” (Seibt, 2019, p. 130).

financiado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji), Meta, Centro Internacional para Jornalistas, doações de instituições sem fins lucrativos e de leitores.

Os projetos considerados pioneiros no Brasil são a Agência Lupa, a Agência Aos Fatos e o Truco<sup>57</sup>. Seibt (2019) diz que, antes delas, existiram algumas iniciativas pontuais, como o Mentirômetro e o Promessômetro, criados pela *Folha de S. Paulo* para as eleições de 2010. O Mentirômetro era visualmente divulgado como a figura do Pinóquio e, também, contava com uma escala de veracidade. Sobre os pioneiros Lupa, Aos Fatos e Truco:

As três iniciativas brasileiras citam como inspiração a experiência do Chequeado, site argentino de checagem que ganhou destaque em 2013, após vencer, na categoria Inovação, o prêmio Gabriel García Márquez, um dos principais reconhecimentos em jornalismo na América Latina. Presentes na premiação, as jornalistas Cristina Tardáguila e Natália Viana levaram o modelo para suas redações no Brasil. Tardáguila criou o blog Preto no Branco, no jornal O Globo, onde era editora de Política, para checar as declarações dos candidatos na corrida presidencial de 2014. Viana instituiu a seção Truco no site da Agência Pública, da qual é diretora, para checar o que os candidatos diziam na propaganda eleitoral de televisão. Em 2015, Tardáguila deixou O Globo e fundou a Agência Lupa. No mesmo ano, a jornalista Tai Nalon criou o Aos Fatos (Seibt, 2019, p. 29).

Vamos aprofundar mais no histórico das agências Lupa e Aos Fatos, de onde retiraremos o *corpus* de nossa pesquisa.

### 3.4.1 Agência Lupa

A Agência Lupa foi selecionada para este estudo por ser uma das pioneiras do ramo no Brasil e ser signatária do Código de Princípios da IFCN. Conforme abordamos na Introdução e especificaremos no próximo capítulo, analisamos dez conteúdos da iniciativa que circularam no X, antigo Twitter, e entrevistamos três jornalistas que compõem a equipe, dois dos quais participaram da produção do conteúdo analisado.

A Lupa foi fundada por Cristina Tardáguila após deixar o Jornal *O Globo*, em novembro de 2015 (Seibt, 2019). Foi o cineasta João Moreira Salles que pediu a Tardáguila para criar um projeto nos moldes da agência (Silveira *apud* Seibt, 2019). Salles é filho de um dos banqueiros mais conhecidos do país e, por meio de sua herança, investe em cultura e jornalismo. Ele manteve, também, a *Revista Piauí* por

---

<sup>57</sup> A iniciativa pertencia à Agência Pública (<https://apublica.org/>), mas foi finalizado em 2018.

meio da sua Editora Alvinegra, até 2021 (Como funciona..., 2023). “A Agência Lupa foi incubada pela editora num modelo de *startup* com garantia de financiamento por três anos” (Seibt, 2019, p. 131), mas já buscava outras formas de financiamento, como a venda de conteúdo para meios de comunicação. Por causa disso, a iniciativa se autodenominou como uma agência de notícias especializada em checagem.

A Lupa também se sustenta por meio de projetos de educação, um dos braços da agência, conforme veremos, e firma parcerias e contratos com plataformas digitais, como o *Third-Party Fact-Checking Program* (3PFC), da Meta, por meio do qual verifica o grau de veracidade de publicações denunciadas nas plataformas da empresa, como explicamos anteriormente. No WhatsApp, é disponibilizada uma linha de contato que recebe denúncias sobre conteúdos falsos e solicitações de verificação (Como funciona..., 2023).

Além disso, o TikTok e o Twitter já firmaram parcerias com a Lupa em projetos especiais e “o Google foi o apoiador de No Epicentro, plataforma que a Lupa desenvolveu em 2020 sobre o impacto da pandemia da COVID-19 vencedora de sete prêmios internacionais de jornalismo e visualização de dados” (Como funciona..., 2023). A agência recebe, ainda, financiamento de diferentes entidades em projetos especiais de produção de conteúdo e, a partir de 2021, iniciou um programa de membros denominado *Contexto*, que consiste no pagamento mensal de uma assinatura no valor de até R\$ 19,90 (Como funciona..., 2023).

O site da Lupa permaneceu hospedado no portal da *Piauí* até 2022. A justificativa é que isso ocorria por questões administrativas, como o fato de a agência e a revista terem o mesmo programador. Apesar disso, não haveria uma relação editorial, e as publicações continuavam com diferentes sedes e administrações independentes (Silveira *apud* Seibt, 2019). Contudo, Seibt (2019) observa que a Lupa utilizava o pinguim, mascote da *Revista Piauí*, em suas etiquetas de checagem. A partir de maio de 2018, a agência informou que decidiu diminuir o uso dessa imagem, sem explicar a motivação para isso (Entenda..., 2023). Podemos supor, apenas, que foi uma forma de indicar independência editorial. Em julho de 2022, o site da agência passou a ser hospedado pela Uol. Ainda assim, a Lupa garante que atua de forma independente (Como funciona..., 2023).

Atualmente, a iniciativa se autodenomina como “um *hub* de combate à desinformação através do *fact-checking* e da educação midiática” (O que é..., 2024).

Isso porque, em 2017, a Lupa criou o “LupaEducação” com o objetivo de capacitar estudantes e profissionais de qualquer área do conhecimento em técnicas de checagem e *debunking*. Os treinamentos ocorrem, também, por meio de parcerias com fundações e organizações. Segundo o site da agência, já foram capacitadas “mais de 7 mil pessoas no Brasil, em Portugal, na Espanha e em países da África” e, ainda, desenvolvido projetos “como o FactCheckLab, que estimulou a criação de iniciativas regionais de checagem, e o Democracia Digital, que capacitou servidores públicos para o combate à desinformação eleitoral” (O que é..., 2024).

Em 2020, ao longo da pandemia de COVID-19, além da rede de checadores da IFCN, a agência integrou, também, a LatamChequea Coronavírus, que reuniu verificadores da América Latina, Espanha e Portugal no compartilhamento de informações confiáveis sobre o vírus e a doença. No mesmo ano, ampliou as análises sobre desinformação referentes à COVID-19 no CoronaVerificado, plataforma, em português, com informação verificadas por sites e agências de checagem da América Latina, Espanha e Portugal sobre o coronavírus (O que é..., 2024; Em Nova..., 2020).

Em 2021, a empresa se reestruturou, inaugurando o que denomina a área de produto,

abarcando o *core business* da Lupa: Jornalismo e Educação. O primeiro oferece ao público uma cobertura ampla sobre os processos desinformativos, em uma expansão da atuação do *fact-checking* que acompanha as mudanças relacionadas ao ambiente digital e aos conteúdos falsos; o segundo desenvolve, através de ações e projetos especiais, o pensamento crítico e o ensino de técnicas de checagem. (O que é..., 2024).

Em 2022, a agência iniciou uma área de Marketing e Novos Negócios, “com o objetivo de fortalecer a Lupa institucionalmente e ampliar a oferta de soluções de combate à desinformação” (O que é..., 2024). Apesar disso, garante que a área de jornalismo permanece independente desse setor. No mesmo ano, também lançou um novo site com conteúdo jornalístico, institucional e de educação (O que é..., 2024).

Para verificar os fatos, os jornalistas da organização seguem uma metodologia própria, baseando-se em outras plataformas de checagem, como a argentina Chaeado e a estadunidense PolictFact. Segundo eles, são observadas as declarações de figuras públicas e as informações potencialmente falsas que circulam em plataformas de redes sociais e troca de mensagens, os quais servem como matéria-prima para a checagem. Assim, os jornalistas selecionam frases para serem

checadas e classificadas, e a preferência é por “afirmações feitas por personalidades de destaque nacional, assuntos de interesse público (que afetem o maior número de pessoas possível) e/ou que tenham ganhado destaque na imprensa ou na internet recentemente” (Como a lupa..., 2024).

A agência não checa opiniões, a não ser as contraditórias que levarão esse selo, não prevê o futuro nem aponta tendências ou avalia conceitos amplos. O esforço é por verificar a veracidade em frases com dados históricos, estatísticos, comparações e informações que dizem respeito à legalidade ou constitucionalidade de fatos. Pode ser verificada, ainda, a utilidade de produtos e serviços, além da veracidade de anúncios publicitários, *slogans* e imagens (Como a lupa..., 2024).

Desde 2018, quando aderiu ao *Third Party Fact-checking Project*, a Lupa passou a realizar checagens também de fontes não oficiais, em um trabalho de *debunking*, como a pesquisa de Lelo (2021) já havia apontado e problematizado. Em todos os casos, há uma busca pelas informações já publicadas sobre o assunto, em jornais, revistas e sites, nas bases de dados oficiais e, se necessário, por meio da Lei de Acesso à Informação ou em assessorias de imprensa.

Além disso, o repórter pode também ir a campo e solicitar análises de especialistas. Por fim, com todas as informações apuradas, é dada voz ao autor da informação checada, exceto quando se trata de checagem de informações de fontes desconhecidas. Nenhuma informação é publicada com fontes anônimas e são disponibilizados os links e/ou as imagens dos bancos de dados usados nas verificações (Como a lupa..., 2024).

Por princípio, a Lupa não analisa a intenção de atores públicos ao proferirem informações falsas. Porém, desde janeiro de 2021, a Lupa se reserva o direito de “apontar mentiras”, identificando em títulos e textos quando vê repetições de falas equivocadas como parte de um comportamento repetido que busca distorcer o debate público (Como a lupa..., 2024).

A agência diz que, em geral, não promove conteúdo nas redes sociais pagando para isso e nem o selo de perfil verificado. Contudo, em agosto de 2024, começou a assinar o pacote premium do X que fornece a opção de tuítes mais longos, correção até meia hora após a publicação e uso da aba Destaque. “A decisão foi tomada a partir de uma avaliação de que os custos não são altos frente aos benefícios que a assinatura traria para a audiência da Lupa no X” (Como a lupa..., 2024).

Para classificar os conteúdos checados, a Lupa utiliza etiquetas (Quadro 1) de forma similar ao *ranking* desenvolvido pela checagem de fatos do *Washington Post* e do *PolictFact*. No caso da agência brasileira, as etiquetas aparecem nas informações verificadas publicadas no site e nas redes sociais. Além disso, os clientes que utilizam o conteúdo também precisam colocar as etiquetas. Nas verificações a partir das redes sociais, há marcadores visuais que explicam o motivo para classificação como “Falso” ou “Sem contexto” (Entenda..., 2024).

Quadro 2 - Etiquetas propostas pela Agência Lupa

| Etiqueta             | Significado                                                                                            |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Verdadeiro           | A informação está comprovadamente correta.                                                             |
| Falso                | A informação está comprovadamente incorreta.                                                           |
| Falta contexto       | A informação exige um detalhamento para contextualizá-la.                                              |
| Exagerado            | A informação traz dados inflados ou é uma afirmação superdimensionada.                                 |
| Subestimado          | A informação traz dados minimizados ou é uma afirmação subdimensionada.                                |
| Contraditório        | A informação contradiz outra difundida pela mesma fonte antes.                                         |
| Insustentável        | Não há dados públicos que comprovem a informação.                                                      |
| Cumpriu              | Exclusiva para checagens de propostas feitas por políticos. A promessa foi cumprida em sua totalidade. |
| Não cumpriu          | Exclusiva para checagens de propostas feitas por políticos. A promessa não foi cumprida.               |
| Cumpriu parcialmente | Exclusiva para checagens de propostas feitas por políticos. Apenas parte da promessa foi cumprida.     |

Fonte: Entenda... (2024).

As três últimas etiquetas foram criadas em dezembro de 2022 e serão utilizadas para monitorar os planos de governos dos candidatos eleitos. A etiqueta é selecionada pelo repórter, mas confirmada por dois editores. Segundo a agência, trata-se do método de dupla edição, o qual prevê que o conteúdo só pode ser publicado após

passar por três pessoas. O selo selecionado é passível de revisão a partir de questionamentos da audiência ou de quem é checado (Entenda..., 2024).

Atualmente, a agência é gerida por seis jornalistas que atuam como diretora-executiva, gerente de produto, coordenadora de Audiência e Engajamento, coordenadora financeira e administrativa, coordenador de educação e editora-chefe. A equipe de jornalismo conta com sete repórteres, um editor e dois editores-assistentes. Há, ainda, equipes destinadas à área de produto, educação, audiência e engajamento e operações (Quem..., 2024).

A seguir, passaremos a abordar a agência Aos Fatos, que também foi utilizada no *corpus* desta pesquisa.

### 3.4.2 Agência Aos Fatos

Como a Lupa, selecionamos a Agência Aos Fatos por ser uma das pioneiras do ramo no Brasil e ser signatária do Código de Princípios da IFCN. Conforme abordamos na introdução e especificaremos no próximo capítulo, analisamos dez conteúdos da iniciativa que circularam no X, antigo *Twitter*, e entrevistamos cinco jornalistas que participaram da produção do conteúdo analisado.

A Agência Aos Fatos entrou em operação em 7 de julho de 2015, fundada pela jornalista Tai Nalon. Ela trabalhava na editoria de política da *Folha de S. Paulo* e integrou as equipes das iniciativas do Mentirômetro e Promessômetros desenvolvidas nas eleições de 2010 (Seibt, 2019), conforme mencionamos anteriormente. A ideia de Aos Fatos teria surgido porque Tai estava insatisfeita com a cobertura política que, para ela, era superficial, apenas declaratória e abordando bastidores, o que não considerava seguro. “E também tinha uma série de outras questões que são inerentes das dificuldades das redações hoje em dia, que é a precarização, redução de mão de obra, enfim, milhares de problemas que são conhecidos” (Nalon *apud* Seibt, 2019, p. 137).

Assim, Nalon se ofereceu à direção da *Folha* para liderar um projeto de checagem nas eleições de 2014. Houve concordância, desde que a repórter acumulasse suas funções com as do projeto, o que fez com que ela desistisse naquele momento. Quando já não integrava mais a equipe do jornal, após as eleições, Tai apresentou uma ideia de *fact-checking* à *Folha*, em formato de *blog*, a partir da

observação de outras iniciativas que já operavam em países vizinhos, mas que ainda não existiam no Brasil. O jornal recusou a proposta, e a repórter passou a pensar no projeto como uma alternativa profissional, com auxílio de seu colega de faculdade, Rômulo Collopy (Seibt, 2019). Também contribuiu para a fundação da agência Carol Cavaleiro como consultora de design (Quem somos, 2024).

No seu site, Aos Fatos é descrita como uma organização jornalística que investiga campanhas de desinformação e checa fatos por meio da utilização de tecnologia e investigação jornalística. Para isso, a iniciativa conta com uma equipe multidisciplinar de repórteres, cientistas de dados, linguistas, programadores e especialistas em inovação. Para se sustentar sem recorrer à publicidade ou aos recursos de governos ou partidos políticos, a agência conta com financiamento de um programa de apoiadores denominado Aos Fatos Mais, parcerias editoriais e com empresas de tecnologia, além de produtos e serviços de tecnologia e inteligência pertencentes ao programa Aos Fatos Lab (Quem Somos, 2024).

Os apoiadores inseridos no Aos Fatos Mais escolhem um valor mensal, anual ou único de contribuição (Apoie... 2024). Em relação às parcerias editoriais, Aos Fatos licencia comercialmente as verificações que realiza para que outras plataformas criem as próprias políticas de combate à desinformação. São clientes de projeto a Meta, o Telegram e o Kwai (Quem Somos, 2024).

O Aos Fatos Lab engloba produtos e serviços de tecnologia e inteligência, como o Escriba, um serviço de transcrição de áudios e vídeos para pessoas físicas ou empresas, com assinatura a partir de R\$ 50 por mês. Já o Radar Aos Fatos, por meio de um algoritmo, possibilita a produção de relatórios sobre desinformação e discurso de ódio nas redes sociais que são entregues a clientes, como empresas de tecnologia. De acordo com o site da agência, é uma “tecnologia desenvolvida por cientistas de dados, estatísticos, linguistas e jornalistas para facilitar o entendimento sobre campanhas mentirosas na internet” (Quem Somos, 2024). O projeto foi patrocinado pelo Google, conta com a parceria do Global Desinformation Index<sup>58</sup> e foi vencedor do Prêmio Gabo de 2020<sup>59</sup> na categoria inovação (Aos Fatos..., 2024).

---

<sup>58</sup> Global Desinformation Index é uma entidade sem fins lucrativos que reúne dados para classificar o risco de desinformações nos sites da internet. Mais informações podem ser obtidas na página da iniciativa: <https://www.disinformationindex.org/>. Acesso em 21 jan. 2025.

<sup>59</sup> Mais informações sobre o prêmio estão disponíveis em <https://premioggm.org/portugues/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

Ainda na área de tecnologia, com recursos de *grants* oferecidos pelo setor privado e por fundações, são desenvolvidos projetos como a robô de inteligência artificial Fátima (Quem Somos, 2024), disponível no WhatsApp, Telegram e no site de Aos Fatos para ajudar os usuários na checagem de informações. A iniciativa recebeu o Prêmio Cláudio Weber Abramo de Jornalismo de Dados<sup>60</sup> e do Digital Media Awards Américas<sup>61</sup> (Aos Fatos..., 2024).

Outro projeto financiado com o mesmo tipo de recurso é o Artefato que procurou combater a desinformação sobre a COVID-19 utilizando a cultura (Artefato, 2024). Por meio do projeto, Aos Fatos comissionou obras de arte sobre a pandemia de COVID-19 para aumentar o alcance de um tira-dúvidas relacionado à doença. “Os trabalhos foram leiloados e a renda doada para organizações sociais” (Aos fatos..., 2024). A Fátima e o Artefato receberam patrocínio das fundações Heinrich Böll<sup>62</sup> e Votorantim, além da Meta (Quem Somos, 2024).

Também pertencem Aos Fatos Lab o Check-up, que analisa a presença de desinformação em anúncios publicitários nativos de saúde presentes em sites de notícias brasileiros, e o Golpefilx, que conta com áudios e vídeos para a investigação do papel das plataformas na tentativa de golpe de Estado no Brasil, em 2023<sup>63</sup>. Consta na lista do Aos Fatos Lab, ainda, o painel verificador de declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro, projeto que foi finalista do Sigma Data Journalism Awards<sup>64</sup>, sobre o qual falaremos mais no capítulo 4 (Aos fatos..., 2024).

Aos Fatos checa “o que dizem e o que publicam autoridades e demais personalidades influentes, além de boatos, fotografias, vídeos, áudios, gráficos, panfletos, desenhos e outras mídias” (Política..., 2024). Por outro lado, não são verificadas opiniões, previsões nem assuntos sem relevância para o debate público como vícios de linguagens ou questões de foro íntimo. Também não são passíveis de checagem assuntos sem fontes disponíveis para desmentir objetivamente, como em

---

<sup>60</sup> Outras informações sobre a premiação estão disponíveis em <https://premio.jornalismodedados.org/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

<sup>61</sup> Mais informações sobre o prêmio estão disponíveis em: <https://wan-ifra.org/events/digital-media-awards-americas-2024-english/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

<sup>62</sup> A Fundação Heinrich Böll é uma organização política alemã sem fins lucrativos, preocupada com ecologia e sustentabilidade, democracia e direitos humanos, autodeterminação e justiça social. Mais informações podem ser obtidas no site da organização: <https://br.boell.org/pt-br>. Acesso em: 21 jan. 2025.

<sup>63</sup> Informações sobre o episódio foram apresentadas em nota de rodapé do Capítulo 2.

<sup>64</sup> Mais informações sobre a premiação podem ser obtidas no site <https://www.sigmaawards.org/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

uma teoria da conspiração. Ainda assim, nesse caso, são incentivadas “reportagens, explicadores e recursos audiovisuais que demonstrem como a mentira é construída e por que a premissa central desse tipo de desinformação não é factualmente correta” (Política..., 2024).

As checagens devem se basear em temas importantes para o público, com impacto na vida dos cidadãos. A decisão sobre os fatos que serão checados requer agilidade e é tomada de acordo com a influência do emissor e o potencial danoso, definidos a partir da quantidade de compartilhamentos e visualizações em redes sociais, volume de audiência, número de seguidores e presença em várias plataformas (Política..., 2024). De forma mais direta, os jornalistas devem responder às seguintes questões:

- Este assunto é de interesse público?
- A pessoa ou instituição que está endossando essa versão dos fatos tem poder institucional sobre um grupo social?
- Este tópico pode gerar algum mal coletivo ou a indivíduos em situação de vulnerabilidade?
- Existem fontes confiáveis que atestem, de modo objetivo, a veracidade de tal afirmação?
- A circunstância em que tal declaração foi feita é de grande exposição?
- Quantas pessoas têm acesso e podem tomar decisões baseadas nessa mentira em potencial?
- É possível classificar elementos dessa declaração como falsos? (Política..., 2024)

O trabalho de apuração dos jornalistas começa com a verificação da origem da desinformação, além disso, o conteúdo é analisado para a compreensão do que está errado. Os repórteres buscam fatos e dados em fontes que consideram confiáveis na tentativa de alcançar o que seria factualmente correto sobre o assunto. As informações são confirmadas por uma ou mais fontes primárias, ou seja, na origem ou com testemunhas do fato. “No entanto, seus jornalistas devem estar atentos ao fato de que nem sempre fontes primárias são confiáveis — seja pelo histórico, seja pelo interesse na pauta” (Política..., 2024). Dessa forma, os verificadores também devem analisar o contexto e, se necessário, consultar fontes secundárias e abordar temáticas semelhantes.

Por fim, é publicado um texto geralmente em forma de checagem, com a utilização de etiquetas - denominadas como “selos” pela iniciativa (Quadro 2). Todas as fontes utilizadas são listadas ao fim do conteúdo com seus respectivos links, de

forma a mostrar como foi realizada a verificação. “Dessa maneira, o leitor poderá refazer o caminho do repórter e entender por que determinadas decisões editoriais foram tomadas” (Política..., 2024). Contudo, a checagem também pode resultar em conteúdos que não levam selo, como reportagens, explicadores, análises, quadrinhos, mídias audiovisuais, vídeos de curta e média duração, além de ferramentas auxiliadas por inteligência artificial, como *chatbots* e monitores interativos (Política..., 2024).

Quadro 3 - Selos propostos pela Agência Aos Fatos

| Selo            | Significado                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Verdadeiro      | O cerne do tema checado é condizente com os fatos reportados por fontes idôneas e não carece de contextualização para se mostrar correto.                                                                             |
| Não é bem assim | A informação verificada está fora de contexto, foi inflada ou alterada, contradiz declarações passadas, carece de fontes e, sobretudo, tem como finalidade induzir a uma compreensão equivocada da realidade factual. |
| Falso           | Ao menos duas fontes primárias, além de dados e fatos passados, apontam o oposto ao que a informação pretende afirmar.                                                                                                |

Fonte: Política... (2024).

O texto deve ser preciso e valorizar a objetividade e o didatismo. Para isso, a informação principal é colocada em destaque, e o conteúdo deve responder onde, como e por que houve aquele enfoque. Assim, são utilizados elementos que expliquem a presença de certas informações, principalmente de indicadores mensuráveis, como números, leis, documentos públicos, pesquisas de opinião e produção científica (Política..., 2024).

Os conteúdos a serem publicados também passam por dois editores, como na Lupa. Em Aos Fatos, um editor confere com o repórter as fontes consultadas e a coerência do método, enquanto o outro faz uma revisão final e atesta se a apuração foi eficaz. Quando a publicação vai utilizar etiquetas, “todos os jornalistas envolvidos no processo de apuração e edição devem chegar a um consenso a respeito do selo que será usado para classificar a informação checada” (Política..., 2024).

A equipe de Aos Fatos é composta por uma diretora executiva, a fundadora Tai Nalon, um diretor editorial e de operações e um diretor de audiência. Na parte editorial,

a agência conta com dois editores executivos, uma editora, uma editora de arte, cinco repórteres, sendo que duas acumulam a função de analista de OSINT (open source intelligence)<sup>65</sup> e uma repórter especial. Na equipe de audiência, constam três editoras, sendo uma de audiência, uma executiva e uma de vídeo, além de uma repórter de vídeo e uma produtora executiva. Por fim, no núcleo de tecnologia, há um desenvolvedor-chefe, uma desenvolvedora e uma gerente de produto. Segundo o site da agência, apesar de sua sede ser no Rio de Janeiro, esses profissionais estão espalhados nas quatro regiões do país<sup>66</sup> (Nossa Equipe, 2024).

Conforme já é possível observar, e as análises de conteúdos e entrevistas confirmarão de acordo com o que apresentaremos na segunda parte desta tese, as agências de verificações se preocupam em apontar as fontes de informação na tentativa de diferenciar uma informação factualmente correta de uma incorreta. Além disso, buscam estratégias de objetividade para melhor esclarecer os fatos, como a utilização de etiquetas. Dessa forma, utilizam sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, que representam por meio de padrões de relações existenciais para apontar uma prova do ponto defendido, uma aproximação da indução presente no método científico, sobre o qual aprofundaremos no próximo capítulo.

Adicionalmente, principalmente Aos Fatos deixa clara uma preocupação em explicitar a metodologia de checagem, ao longo do conteúdo publicado, para que possa ser repetida pelo usuário. Essa também é uma preocupação implícita da Lupa, na medida em que apresenta todos os *links* e dados ao longo do texto produzido. Assim, parece haver o desenvolvimento de um padrão por meio de um legissigno simbólico, possibilitando a conferência e a repetição da metodologia. Essa é também uma preocupação relativa ao método científico que, conforme veremos, pode levar à mudança de hábito e a uma ampliação da capacidade crítica, o que essa tese procura observar nos jornalistas verificadores de fatos.

---

<sup>65</sup> O Analista de OSINT “ou Analista de Inteligência de Fontes Abertas, é um profissional especializado em coletar, analisar e interpretar informações disponíveis em fontes abertas na internet. Essas fontes podem incluir redes sociais, fóruns, blogs, sites de notícias, entre outros. O objetivo principal do OSINT Analyst é obter informações relevantes e atualizadas que possam ser utilizadas para tomada de decisões estratégicas (...)” (O que faz..., 2023)

<sup>66</sup> Quando Seibt (2019) realizou entrevistas com integrantes da equipe de Aos Fatos, em 2017, para sua tese de doutorado, a agência não possuía sede física e a equipe, dispersa geograficamente, compartilhava as informações em um grupo do Telegram. Os profissionais entrevistados para esta tese trabalhavam em casa.

No próximo capítulo, vamos apresentar a nossa hipótese de forma mais minuciosa, bem como discutir mais amplamente o conceito de mudança de hábito e o método científico. Por fim, abordaremos a mudança de hábito como uma forma de se buscar pela verdade, o que o trabalho de checagem também almeja.

#### 4 OS JORNALISTAS CHECADORES DE FATOS E A MUDANÇA DE HÁBITOS

Nos capítulos anteriores, apresentamos as referências que embasam os estudos de desinformação e checagem de fatos. Neste momento, abordaremos o problema de pesquisa e a hipótese e aprofundaremos na teoria de Peirce sobre a mudança de hábitos que embasa tais hipóteses e todo nosso método de pesquisa.

O objetivo desta tese é pesquisar em que medida o confronto entre a circulação de desinformação durante a pandemia de COVID-19 e os procedimentos de verificação podem conduzir a mudanças nos processos interpretativos de jornalistas checadores de fatos, ampliando suas capacidades críticas. Para isso, propomos a hipótese de que, nos processos interpretativos relativos ao confronto entre desinformação e verificação de fatos, ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas checadores.

A hipótese foi dividida em outras três sub-hipóteses, de acordo com as categorias fenomenológicas de Peirce – Primeiridade, Secundidade e Terceiridade – e as relações do signo em si mesmo, do signo com seu objeto e do signo com seu interpretante, pertencentes a essas categorias respectivamente. Em relação à primeira sub-hipótese, suspeitamos de que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impacta os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias.

Na segunda sub-hipótese, supomos que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizado pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das empresas encarregadas da verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias. Por fim, na última sub-hipótese, levantamos que a influência da robótica e das condições de trabalho nos procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais dos jornalistas checadores, no sentido de ampliar capacidades críticas.

A seguir, passaremos à discussão sobre o conceito de mudança de hábito e método científico que fundamentam a pesquisa.

#### 4.1 A MUDANÇA DE HÁBITO

Na busca por compreender os processos de significação complexos e a evolução da conduta racional, Charles Sanders Peirce (1839-1914)<sup>67</sup> desenvolveu e aprimorou uma Máxima Pragmática que pudesse ser aplicada às formas de representação envolvidas no pensamento. Esses processos, como os que estamos estudando, pertencem à Terceiridade, na qual prevalecem as trocas sýnicas mais genuínas, de caráter predominantemente lógico, sem a dominância de aspectos existenciais ou qualitativos, pertencentes às categorias de Secundidade e Primeiridade, respectivamente.

Reescrita várias vezes ao longo das diferentes fases da vida intelectual de Peirce, para Nesher, (1983, p. 240), a máxima mais representativa de fase madura do lógico seria a de 1907: “Considere quais os efeitos que concebivelmente poderiam ter as consequências práticas que você concebe que o objeto de sua concepção tem; então, o hábito mental geral que consiste na produção destes efeitos é o significado total de seu conceito” (Peirce, 1907: MS 318).

Nessa versão, Peirce formula uma máxima autenticamente realista, ou seja, a referência última é um processo que existe para além do pensamento, em continuidade a ele, uma vez que o Realismo atribui realidade a fenômenos universais e autônomos em relação à esfera humana (CP 5.604; CP 7.558). Para Pimenta (2016), isso quer dizer que o significado do conceito é associado a uma possível mudança de hábito como consequência dos resultados de um processo investigativo. Em concordância com as ideias do autor, nesta tese, o que procuramos pesquisar é uma mudança de hábito nos jornalistas verificadores de fatos que possa levar à ampliação da capacidade crítica e, conseqüentemente, a formas inovadoras de se fazer jornalismo.

Segundo Santaella (2016), a noção de hábito é a principal responsável pela coerência entre as escalas de complexidade no trabalho de Peirce, que vão das suas categorias fenomenológicas até as ciências normativas (Estética, Ética e Lógica ou

---

<sup>67</sup> Peirce viveu nos Estados Unidos entre o século XIX e começo do século XX, iniciando a tradição filosófica do pragmatismo. Já na fase mais madura de seus estudos, o lógico preferiu denominar sua corrente como Pragmaticismo de forma a diferenciá-la de outras correntes pragmáticas que proliferavam e não possuíam respaldo em suas ideias.

Semiótica), envolvendo os signos, as teorias da investigação, o pragmaticismo evolucionário, a metafísica, o Realismo radical<sup>68</sup> e, especialmente, o Sinequismo.

Nöth (2016) explica que Peirce tinha em mente a definição ordinária de hábito (uma maneira usual de ação) quando propôs seu próprio conceito como algo que pressupõe uma forma de agir: “algum princípio geral atuando na natureza de um homem para determinar como ele agirá” (CP 2.170, tradução nossa). Contudo, Nöth (2016) chama atenção para o fato de que Peirce aplica a ideia de hábito também para plantas e cristais, e não de forma metafórica. O lógico defendia que os hábitos não são somente maneiras físicas ou práticas de se fazer algo, pois existiriam, também, hábitos mentais ou formas intermediárias tanto físicas quanto mentais e, ainda, hábitos de sentimento (Nöth, 2016). Além disso, para Peirce, o hábito é algo que está em nós: “Que um hábito é uma regra ativa em nós, é evidente” (CP 2.643, tradução nossa).

Se relacionarmos essas ideias à nossa pesquisa, o próprio desenvolvimento e estabelecimento de um jornalismo de verificação pode ser atribuído a uma mudança de ação — ou de hábitos — iniciada, primeiramente, por uma modificação de pensamento, conforme pontuamos no capítulo anterior. Como retomamos no capítulo anterior, o estabelecimento da prática de checagem e, portanto, de um novo hábito ou padrão de jornalismo, ocorreu a partir da reflexão de que as reportagens políticas eram apenas declaratórias e, portanto, propensas a erros. O que esta tese se propõe a verificar é se a atividade de checagem ainda apresenta o potencial de levar seus praticantes a mudarem de hábitos e, assim, perpetuarem uma evolução no jornalismo.

Retornando à formação de hábitos, ela é uma característica da Terceiridade, e Peirce chega a se referir a essa categoria como “a tendência de adquirir hábitos” (CP 1.32, tradução nossa). Para Nöth (2016), isso é uma influência de Aristóteles, que adotou o hábito como uma de suas categorias metafísicas do pensamento. É importante pontuar, ainda: Peirce reforça que a Terceiridade se refere à capacidade

---

<sup>68</sup> A própria Santaella (2016) define Peirce como um realista radical, com o que concordamos. Conforme detalharemos ao longo desta tese, o lógico defendia o real como algo independente do que qualquer pessoa pense sobre ele. O real contempla, ainda, as três categorias fenomenológicas — potencialidade, existencialidade e generalidade —, as quais são inter-relacionadas e permitem o movimento universal de continuidade e evolução. Assim, essas ideias fazem de Peirce um realista radical, mas não contrário ao seu idealismo objetivo. Conforme tentaremos demonstrar, a lei em operação no universo é a da mente, e a própria matéria seria uma lei rígida que, com a atuação do acaso, pode sofrer alterações.

*consciente* de adquirir hábitos (MS 681, 20-22). Seja qual for a ideia de hábito, ela pressupõe continuidade no tempo, poder para evocar ideias e, também, mudança.

A teoria do hábito de Peirce é uma teoria dinâmica no sentido de que não se restringe a descrever por que e como temos hábitos, mas também examina como os hábitos aumentam e como eles diminuem. A lei do hábito, como Peirce a chama, inclui a hábito da mudança de hábito (Nöth, 2016, p. 40, tradução nossa).

Para compreender essa ideia paradoxal, pois, em geral, o hábito é uma tendência que pressupõe continuidade e não modificação, faz-se necessário tratar o hábito como parte do *sinequismo*<sup>69</sup>, “ou a doutrina de que tudo existe em continuidade” (CP 1.172). Nöth (2016) pontua que o *sinequismo* se manifesta na prática de um hábito, na tendência à generalização e na tendência das ideias a crescer e se espalharem. “Crenças somente são verdadeiras quando têm continuidade no tempo” (Nöth, 2016, p. 41).

Conforme já pontuamos, os hábitos, contudo, não seriam um fenômeno restrito ao humano, mas viriam da própria natureza. Para Peirce, as leis da física só se tornaram regularidades fixas após processos de evolução com a atuação do acaso, de forma a ampliar a variedade do mundo, até que se chegasse à uniformidade. O lógico defende que o universo está progredindo do acaso puro (Primeiridade) para um estado de completa determinação da lei (Terceiridade), em uma propensão a adquirir hábitos que evolui gradualmente e se fortalece. Dessa forma, todas as coisas tenderiam a criar hábitos, sendo essa própria tendência uma regularidade continuamente em crescimento (W 5: 293; W 6: 208).

No entanto, os fatos não se conformam precisa e uniformemente à lei. O *tiquismo* é o que define a regularidade imperfeita da natureza provocada por desvios infinitesimais da lei; quanto mais precisa a observação, maior a tendência de se perceber tais desvios. Assim, o acaso é uma característica objetiva da natureza contrabalanceada com o papel dos hábitos (CP 6.46). “Olhamos para um ponto no passado infinitamente distante, quando não havia lei, mas mera indeterminação; esperamos um ponto em um futuro infinitamente distante, quando não haverá indeterminação ou acaso, mas um reino completo da lei” (CP 1.409, tradução nossa).

---

<sup>69</sup> O *sinequismo* pode ser definido como “aquela tendência do pensamento filosófico que insiste na ideia de continuidade como de importância primordial na filosofia e, em particular, na necessidade de hipóteses envolvendo a continuidade verdadeira” (CP 6.169). O Capítulo 7 trará uma análise mais profunda sobre o tema.

As divergências causadas pelo acaso são raras e atuam devagar, mas são frequentes e fazem com que também a mente humana seja flexível e instável; consequentemente alguns hábitos são deixados de lado e outros adotados (CP 6.101). Assim, o acaso é uma fonte de criatividade que adia a tendência à estagnação. Para que o universo evoluísse, houve modificação nas leis da física e essas mudanças podem ser explicadas, então, pelo tiquismo, hábito e continuidade, por meio da doutrina do sinequismo. O acaso diferencia, ainda, a lei do hábito, tendo em vista que a lei não atua com exceções, enquanto o hábito leva em consideração exceções e desvios. “De acordo com isso, são três elementos ativos no mundo: primeiro, acaso; segundo, lei; e terceiro, aquisição de hábitos” (CP 1.409, tradução nossa).

Ao diferenciar a lei do hábito,

Peirce muda seu foco da ideia de regularidade inerente aos hábitos e leis para a ideia ‘de que um hábito é uma regra ativa em nós’ (...). Por ‘incorporação’, Peirce muitas vezes significa a instanciamento de alguma lei ou regra geral em um fenômeno real desse princípio (Nöth, 2016, p. 49-50, tradução nossa).

Essa incorporação seria um caso de “Secundidade envolvida na Terceiridade” (CP 1.530, tradução nossa). Como exemplo, Nöth cita o significado de uma palavra, Terceiridade, que é incorporada em um pensamento atual ou em uma definição de dicionário.

Assim, Peirce chegou à conclusão de que o hábito não seria uma lei, mas a incorporação de uma lei. “Uma lei nunca pode ser incorporada em seu caráter de lei, exceto pela determinação de um hábito. [...] Uma lei é como um futuro infinito deve continuar a ser” (CP 1.536, tradução nossa). Uma sucessão de eventos ocorridos define a existência de uma regularidade, mas o tempo adiciona eventos em série, permitindo que essas regularidades sejam quebradas indefinidamente. Se há uma regularidade que não foi nem será quebrada, na qual o futuro infinitamente se conformará, ela corresponde a uma lei (MS 478: 32-33; EP 2: 269).

Contudo, o hábito como incorporação de uma lei não o transforma em uma Secundidade genuína, uma singularidade determinada por uma lei. Peirce sempre posicionou o hábito como um fenômeno de Terceiridade genuína. Para Nöth (2016), o que existe é apenas uma hierarquia dentro da própria Terceiridade – a lei, um modo mais geral dessa categoria, seria incorporado pelo hábito, que é menos geral. O pesquisador pontua, ainda, que lei, hábito e regra são quase sinônimos, mas Peirce,

por vezes, faz algumas distinções. O hábito, por exemplo, diferente das leis, apresentaria diversos níveis:

Esses graus são misturas de prontidão de ação [...]. A mudança de hábito geralmente consiste em aumentar ou diminuir a força de um hábito. Os hábitos também diferem em sua resistência (que é igualmente uma qualidade composta). Mas, de um modo geral, pode-se dizer que os efeitos da mudança de hábito duram até que o tempo ou alguma causa mais definida produza novas mudanças de hábito (CP 5.477, tradução nossa).

Os diferentes níveis nos hábitos são características de sua plasticidade. Se há queda na plasticidade, ocorre o “fortalecimento de hábitos em leis absolutas que regulam a ação de todas as coisas em todos os aspectos” (CP 1.409, tradução nossa). Por outro lado, o enfraquecimento pode levar à mudança de hábito. Importante notar que, para Peirce, um sinal desse enfraquecimento é a tendência ao erro, considerada pelo lógico como fonte de criatividade:

Essa tendência ao erro, quando colocada sob o microscópio da reflexão, parece consistir de variações fortuitas de nossas ações no tempo. Mas é capaz de escapar de nossa atenção que em tal variação fortuita nosso intelecto é nutrido e cresce. Pois sem tal fortuita variação, a aquisição do hábito seria impossível; e o intelecto consiste na plasticidade do hábito (CP 6.86, tradução nossa).

Assim, Nöth (2016) reforça que a plasticidade do hábito – “característica peculiar de não agir com exatidão” (CP 6.260) – é o que o diferencia da lei e, também, o que não está presente nas maneiras de ação irrefletidas, fenômenos de Secundidade. Além disso, o hábito é geral e como uma lei porque determina a maneira geral de agir ou porque é ou possui uma lei geral (CP 2.148), sem ser rígido ou irrefletido.

A reflexão, característica presente nos hábitos que permite sua plasticidade e, portanto, a tendência à mudança, é levada em consideração nesta tese. Conforme discutiremos no último capítulo, procuramos observar uma possível ampliação da capacidade crítica nos jornalistas verificadores quando esses profissionais relatam evoluções na maneira como atuam a partir de avaliações deliberadas e controladas. Dessa forma, seria possível escapar apenas da lei rígida já estabelecida nos padrões cotidianos jornalísticos, como a simples aplicação de valores-notícia para a seleção de fatos e estruturação do texto, e a mudança de hábito permitiria formas diferentes de atuação profissional que levariam à evolução do próprio jornalismo.

Peirce defendia que os hábitos mentais deliberados preparam para a conduta e, ainda, determinam o que fazemos na imaginação (MS 4: 43; CP 2.148). Agir no mundo interior das ideias prepara ou antecipa formas de ação no mundo externo à nossa mente. “Os hábitos de pensamento também servem para controlar os hábitos de ação e avaliar a experiência real, e vice-versa, percepção e experiência afetam hábitos de pensamento” explica Nöth (2016, p. 42, tradução nossa). Dessa forma, é possível observar claramente a ideia de que os hábitos não estariam apenas ligados ao comportamento ou à ação, mas, também, ao pensamento.

Nöth (2016), pontua que os hábitos de pensamento seriam, assim, resultado de experiências práticas prévias cuja consequência é o hábito de imaginar que o mesmo aconteceria novamente sob as mesmas circunstâncias. Contudo, o hábito de imaginação também pode ocorrer antes e guiar hábitos práticos, funcionando como fonte de criatividade prática e do pensamento e conduta intelectual. Nas palavras do próprio Peirce:

As pessoas que constroem castelos no ar, na maioria das vezes, não realizam muito, é verdade; mas todo homem que realiza grandes coisas é devido a construir elaborados castelos no ar e depois copiá-los dolorosamente em terra firme. Na verdade, todo o negócio do raciocínio e tudo o que nos torna seres intelectuais, é realizada na imaginação (CP 6.286, tradução nossa)

O símbolo seria o tipo de signo determinado por um hábito mental autocontrolado, um padrão mental que é sempre repetido (CP 5.487) e não precisa ser adquirido por aprendizagem, mas pode vir por instinto (CP 2.297). Um hábito, é, ainda, menos uma disposição e mais a incorporação da lei por ele acionada. “O símbolo, por exemplo, é fruto da lei da aquisição do hábito. Além disso, ele incorpora um propósito próprio, o propósito de ser compreendido e interpretado como significativo” (Nöth, 2016, p. 44, tradução nossa). Mesmo experiências por vezes sem intencionalidade podem ser determinadas por hábitos se realizadas repetidamente. Um exemplo dado por Peirce para isso é que os cubanos têm “mais hábito de conhecer e lidar com negros do que os nova-iorquinos, meramente porque eles se encontram com uma proporção maior deles” (MS 671: 8-9, tradução nossa).

Já os hábitos de sentimentos<sup>70</sup> são juízos perceptivos, uma contraparte psicológica do julgamento lógico, “o primeiro julgamento de uma pessoa sobre o que está diante de seus sentidos” (CP 5.115, tradução nossa). Os julgamentos perceptivos não são controlados pela mente perceptiva, pois não há como duvidar de qualidades desse tipo, “eles são o que são em si mesmas” (Nöth, 2016, p. 45, tradução nossa). Por esse motivo, a nossa primeira sub-hipótese, cujos resultados dos testes empíricos apresentaremos no próximo capítulo, pressupõe que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se humana ou robótica, pode dificultar o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Nesse sentido, estamos preocupados em observar os hábitos de sentimento envolvidos nos processos perceptivos dos verificadores e que podem vir a influenciar as demais etapas do desenvolvimento de interpretantes lógicos, conforme refletiremos no próximo capítulo.

O hábito de sentimento é o que determina julgamentos estéticos, cujas avaliações deliberadas ocorrem a partir de um ideal o qual “deve ser um hábito de sentimento que cresceu sob a influência de um curso de autocríticas e de heterocríticas; e a teoria da formação deliberada de tais hábitos de sentimento é o que deve ser entendido por estética” (CP 1.574, tradução nossa). Importante ressaltar que os hábitos de sentimento não necessitam de reflexão para se estabelecerem e, somente eles, não permitem a mudança de hábito, ao contrário dos hábitos de pensamento e ação, que são modificáveis e incluem o hábito de mudar de hábito.

Os hábitos não são instâncias atuais de pensamento, mas determinam atos ou instâncias de pensamento e fazem a mediação entre o passado e as “potencialidades *in futuro*” (CP 2.148, tradução nossa). “Peirce considera os hábitos da natureza como mediadores no sentido de que fazem a mediação entre as tendências gerais das mudanças por acaso e a determinação por leis mecânicas imutáveis” (Nöth, 2016, p. 54, tradução nossa). Assim, para Nöth (2016), os hábitos de sentimento, ação e pensamento explicam como os fenômenos de Primeiridade, Secundidade e Terceiridade se relacionam com o hábito por meio de inclusão, subordinação ou determinação, lógica pertencente à Faneroscopia de Peirce, em que a Primeiridade está incluída na Secundidade e ambas, na Terceiridade.

---

<sup>70</sup> Nöth (2016) observa que Peirce compreende os sentimentos (*feelings*) não apenas como a emoção, mas também como sensações e modos de percepção. Seria uma “consciência passiva de qualidade, sem reconhecimento ou análise” (CP 1.377, tradução nossa).

Isso significa notar, também, que nos hábitos de pensamento estão inseridos os hábitos de sentimento e ação, enquanto os hábitos de sentimento podem existir sem os demais. Se os hábitos de sentimento, incontroláveis, estão inseridos nos hábitos de pensamento, autocontrolados, Nöth (2016) conclui que mesmo os hábitos de pensamento possuem elementos de falta de controle. “Assim, os hábitos de raciocínio não podem ser inteiramente autocontrolados dado os hábitos de sentimento e percepção” (Nöth, 2016, p. 55, tradução nossa).

Um exemplo da inclusão das categorias de Primeiridade e Secundidade na Terceiridade dos hábitos seria a abdução, sobre a qual refletiremos mais detidamente à frente. A Primeiridade estaria presente nas sugestões alcançadas pelas sensações, enquanto a Secundidade seria a reação mental decorrente do processo abduativo. Peirce explica da seguinte forma:

Hábito é aquela especialização da lei da mente por meio do qual uma ideia geral ganha o poder de excitar reações. Mas, para que a ideia geral atinja toda a sua funcionalidade, é necessário, também, que ela se torne sugestível pelas sensações. Isso é realizado por um processo psíquico tendo a forma de inferência hipotética (EP 1:327-328, tradução nossa)

A criação de hábitos ou continuidade (Terceiridade) faz, então, a mediação entre a possibilidade ou acaso (Primeiridade) e a atualidade ou operatividade da Lei (Secundidade). “À luz do sinequismo, a terceiridade significa continuidade, isto é, terceiridade relacional (CP 6.190), o que implica a interrelação das três categorias e sua coexistência dentro da terceiridade” (Santaella, 2016, p. 158-159, tradução nossa).

De forma resumida, vimos que os hábitos pertencem à categoria da terceiridade, a qual pode ser explicada como a capacidade consciente de adquirir hábitos. Eles estão presentes na natureza, onde podem ser modificados a partir do acaso, o que aponta para a adaptação, também, da mente humana. Assim, diferente da lei, que é rígida, os hábitos são flexíveis e atuam como uma regra ativa em nós, ou seja, como a incorporação de uma regra. Apesar disso, não podem ser considerados uma singularidade; apenas é possível dizer que a lei, mais geral, é incorporada pelo hábito, menos geral. Além disso, o hábito é deliberado, diferentes de ações repetitivas e, por isso, irrefletidas no campo da secundidade, e a sua plasticidade é o que permite o enfraquecimento para que haja mudança por meio do erro, por exemplo.

Vimos, também, que os hábitos determinam pensamentos ao fazerem a mediação entre as mudanças ao acaso e as determinações da lei. O símbolo é o tipo de signo gerado por um hábito mental. O hábito de sentimento é incontrolável e, diferente dos demais, somente ele não gera uma modificação. Já os hábitos de pensamento incorporam os demais e, portanto, existe um teor incontrolável vindo dos hábitos de sentimento, como na abdução, a qual detalharemos mais à frente.

Compreendidas essas ideias, poderemos passar para a reflexão do interpretante lógico cuja evolução, por meio do método científico, possibilita a mudança de hábitos. Ao entender mais profundamente como se dá esse processo, conseguiremos, também, embasar os resultados dos testes empíricos que apresentaremos nos próximos capítulos para averiguar uma possível ampliação na capacidade crítica nos jornalistas verificadores de fatos.

#### 4.2 O INTERPRETANTE LÓGICO, O MÉTODO CIENTÍFICO E A MUDANÇA DE HÁBITO

Nesta seção, procuramos fazer uma reflexão a partir de Santaella (2016), Nöth (2016), Houser (2016), Pimenta (2016) e Bergman (2016) para aprofundar na evolução de interpretantes lógicos, por meio do método científico, que podem levar à ampliação da capacidade crítica. Adicionalmente, a explicitação da forma como ocorre a evolução de interpretantes lógicos também nos permitirá abordar a maneira como propusemos nossa hipótese, as sub-hipóteses e o teste empírico que as colocará à prova, ou seja, possibilitará a explicitação do nosso método de pesquisa.

O que garante que o signo seja convertido em outro é o interpretante lógico, se o compreendermos como uma regra de interpretação que habitualmente é atualizada pelo intérprete, seria um significado ou efeito significante próprio de um conceito intelectual. A partir da Máxima Pragmática de 1907, contudo, Peirce busca por um interpretante sem natureza de conceito, que seja uma apreensão intelectual do significado de um signo cujo interpretante lógico resultante vai requerer um interpretante lógico mais completo e, assim por diante, infinitamente. A busca era por um interpretante lógico que levasse o pensamento para a porta da ação deliberada (Santaella, 2016; Houser, 2016).

Em sua juventude, Peirce definiu os interpretantes lógicos a partir da Semiose como um *continuum* infinito de signos, em que não poderia existir um objeto original nem um interpretante final, tendo em vista a natureza de signo dos três correlatos, em que um interpretante lógico requer outro do mesmo tipo, ou seja, outro signo, e assim infinitamente. Esses interpretantes lógicos são quase-hábitos condicionais, já que estão associados a um futuro condicional que pode ou não levar à ação (CP 5.483). Além disso, como os hábitos, são gerais ou intimamente conectados à gerais, já que são maneiras de agir gerais ou regras de ação (CP 5.482).

Mais tarde, Peirce desenvolveu uma noção mais acurada, definindo um outro tipo de interpretante lógico, já que os quase-hábitos não possuem uma característica que os hábitos podem ter, a repetitividade nas transações interpretativas. Os conceitos podem funcionar como interpretantes lógicos comuns, e comecem a ser acompanhados por interpretantes lógicos de outro tipo, o hábito, o qual permite a continuidade, já que pode ser exercido repetidamente e regular os eventos que ocorrem sob seu governo. Como fenômeno existente, são descontínuos e transitórios, mas, na continuidade, garantem que as suas ocorrências individuais serão repetidas de acordo com certas regularidades (Santaella, 2016).

Somado a isso, os hábitos precedem a ação, sendo que os princípios-guia da razão também têm a natureza de hábito. O mesmo pode ser aplicado ao interpretante lógico: sem hábito não existiria regra de tradução na passagem do signo para seu interpretante. No entanto, conforme vimos, nenhuma conformidade exata é requerida pela lei mental, o que poderia cristalizar o pensamento e prevenir a completa formação do hábito (Santaella, 2016). Sendo assim, a lei da mente somente faz com que um sentimento de "mais provável" surja (EP 1: 292, tradução nossa). Isso significa que a lei do hábito é um princípio guia, uma força viva, um guia geral que leva a ações, mas sem aprisioná-las, sempre com algum grau de flexibilidade. Assim, o último interpretante lógico teria as características de hábito, mas de um tipo especial, caracterizado pela modificação, como define o próprio Peirce:

Pode ser provado que o único efeito mental que pode ser assim produzido e que não é um signo, mas é de aplicação geral, é uma mudança de hábito; o significado por uma mudança de hábito é uma modificação de tendências da pessoa para a ação, resulta de experiências anteriores ou de esforços de sua vontade ou atos, ou de um complexo de ambos os tipos de causa (CP 5.476, tradução nossa).

A mudança de hábito completa a função de um futuro condicional com uma referência geral, um futuro condicional de uma natureza hipotética. O interpretante lógico último aponta a natureza de evolução do interpretante final e do pragmaticismo para a lógica da abdução e o processo de investigação (Santaella, 2016). Nesse cenário, a inteligência humana possui um papel importante no desenvolvimento do ideal pragmático, por meio da autocrítica e do autocontrole, os quais permitem que o interpretante lógico último seja a mudança de hábito, já que ela depende da avaliação das consequências dos hábitos de ação.

Pimenta (2016) reforça essa ideia ao abordar que uma excelência dos processos comunicacionais poderia ser alcançada por meio de um interpretante lógico último, caracterizado pela mudança de hábitos. Para tanto, além da autocrítica, é necessária uma permanente heterocrítica, ou seja, uma avaliação também por outras mentes, e a compreensão dos próprios processos inferenciais. Ressalta, ainda, que esse interpretante requer um grau de capacidade lógica que pode não ser obtida “por seres vivos de configuração biológica muito simples” (Pimenta, 2016, p 134), tendo em vista que mesmo para os humanos é difícil alcançá-lo.

Conforme destacamos anteriormente, quando abordamos os hábitos de sentimento, ação e pensamento apresentados por Nöth (2016), nossa pesquisa pretende avaliar, por meio de análises de conteúdos e entrevistas, se o combate à desinformação pode ter levado os jornalistas verificadores a terem ciência de seus hábitos inferenciais. Assim, buscaremos evidências de que mais do que repetir padrões jornalísticos que indicam hábitos já estabelecidos, como utilizar critérios para selecionar fatos e redigir um conteúdo ou optar pelos mesmos formatos, ações mais automáticas, esses processos envolvam, também, reflexões que possam levar à interpretantes lógicos mais evoluídos e, portanto, à disrupturas.

Além da autocrítica e da heterocrítica, no processo da mudança de hábitos, também, há a ação das ciências normativas. Nöth (2016) atenta que a causa final do crescimento de um hábito não é avaliada pela própria lei do hábito, mas nos termos das ciências normativas. A “estética considera as coisas cujos fins são para incorporar qualidades de sentimento, ética [estuda] as coisas cujos fins estão na ação e lógica [estuda] as coisas cujo fim é representar algo” (CP 5.129, tradução nossa). A ética é necessária na medida em que é um ideal que, deliberadamente, estamos preparados

para adotar. Ela é reforçada pela estética, a qual nos conduz ao ideal pragmático último.

Por um lado, na estética, somos atraídos irresistivelmente para o que é admirável, ou seja, o crescimento da razão criativa no mundo; por outro lado, por meio da ética, o poder da autocrítica e do autocontrole levam à mudança de hábito, permitindo que a ação ética seja exercida por meio daquele ideal (Santaella, 2016). Os hábitos ruins de raciocínio tendem a ser corrigidos pelos bons por meio do autocontrole possível com as normas e a crítica da lógica, as quais evidenciam se o hábito produz uma conclusão verdadeira ou falsa (Nöth, 2016).

Conforme veremos no Capítulo 6, em que refletiremos mais sobre a ciência normativa da ética, as análises de conteúdos e entrevistas apontam que os verificadores de fatos parecem seguir um forte apelo ético, o que pode guiar uma possível ampliação da capacidade crítica, pela autocrítica e autocontrole. A utilização predominante de sinsignos indiciais dicentes, assim como a explicitação da metodologia utilizada para a checagem, por meio do desenvolvimento de um legissigno simbólico, apontam para uma preocupação ética de esclarecer os fatos e informar melhor o público

Por tudo isso, constata-se que a mudança de hábito assume papel central na teoria de Peirce, pois, sem ela, não pode haver evolução. Como interpretante lógico último, a mudança de hábito explicita a relação do pragmatismo evolucionário com a teoria dos signos, em que a constante mudança dos interpretantes dinâmicos tende ao interpretante final, um ideal pensável, mas concretamente inalcançável, pois a razão criativa está em constante ação:

Quando nossa sensibilidade é atraída por este ideal, nossos hábitos se regeneram graças à autocrítica e ao autocontrole, desencadeando nosso compromisso ético para nos tornarmos participantes, mesmo humildes, de um processo evolutivo que visa encarnar, cada vez mais, os ideais que se revelam razoáveis (Santaella, 2016, p. 168, tradução nossa).

Dessa forma, a mudança de hábitos é uma tendência que permite a afinidade com as leis universais da natureza, conforme explicitaremos no Capítulo 7. Por isso, Nöth destaca que “aderir a um velho hábito contra melhor evidência apenas por causa do hábito em si caracteriza o método infrutífero de tenacidade, que Peirce descreve em seu artigo ‘A fixação das crenças’ de 1877” (Nöth, 2016, p. 56, tradução nossa),

sobre o qual falamos no Capítulo 2. Mesmo assim, os antigos hábitos que não são mais adequados tendem a ser deixados de lado e substituídos.

Nöth (2016) considera que o hábito exemplar associado à mudança de hábito é o conhecimento. “O crescimento auto-organizado do conhecimento nas ciências exemplifica o hábito da mudança de hábito (cf. Nöth 2014a). O conhecimento antigo é abandonado quando novas evidências levam ao *insight* de que ele é incompatível com a experiência e a realidade” (Nöth, 2016, p. 57, tradução nossa). Sendo assim, adquirir o hábito da mudança de hábito atua como uma condição para o conhecimento e para a pesquisa científica, guiado pelo autocontrole. “Todo homem exerce mais ou menos controle sobre si mesmo por meio da modificação de seus próprios hábitos” (CP 5.487, tradução nossa). Nesse sentido, na próxima seção, vamos refletir sobre o significado do método científico e tentar relacioná-lo à evolução de interpretantes lógicos.

#### **4.2.1 Os diferentes interpretantes lógicos e o método científico**

Peirce postulava que o método científico era o único capaz de fixar uma crença de forma independente de nossos pensamentos e opiniões, predominantemente a partir da atuação de forças externas e do raciocínio. Ainda segundo o que vimos, Pimenta (2016) propõe que a máxima pragmática associa o significado de um conceito a uma possível mudança de hábito como consequência dos resultados de um processo investigativo, ideia a qual aderimos.

A mudança de hábito, também de acordo com o que já apresentamos, é admissível por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Em alguns de seus manuscritos, Peirce detalhou uma progressão desses interpretantes, que foi estudada e esclarecida por Bergman (2016), no qual nos baseamos para apresentar os parágrafos seguintes, juntamente com os manuscritos do próprio Peirce, e a pesquisas de Pimenta (2016), Pimenta e Carvalho (2019) e Baggio (2021). Entre os diferentes níveis dos interpretantes lógicos, podemos encontrar correspondentes fases do processo investigativo<sup>71</sup>.

---

<sup>71</sup> As interseções entre etapas do método científico e o desenvolvimento dos interpretantes lógicos a serem apresentadas foram propostas pelo Prof. Dr. Francisco J. Paoliello Pimenta ao grupo de pesquisa sobre pragmaticismo do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFJF, que constituem parte de seu livro em desenvolvimento intitulado, provisoriamente, “Mudança pela Comunicação: como superar hábitos por meio de processos multicódigos”.

Segundo Peirce, o primeiro interpretante lógico corresponderia aos conceitos em seu desenvolvimento inicial ou conjecturas (CP 5.480), ou seja, um julgamento abdutivo típico de sua natureza perceptual e, portanto, todos os novos conceitos surgem a partir desses julgamentos nascentes (CP 5.546). Esse primeiro interpretante lógico pode ser compreendido, ainda, na forma do hábito como uma crença não analisada (CP 5.480), em que estão presentes rudimentos de um autocontrole deliberado.

Assim, o primeiro interpretante lógico é compatível com a fase do lançamento de hipóteses a partir do problema de pesquisa, denominada Abdução (CP 5.196). Apesar de surgirem de uma associação inusitada de ideias no processo perceptivo e, ainda que sejam formas de inferências vagas, são pontos de partida para continuidade do processo de investigação.

Nesse processo interno à mente, emergem comparações e são possíveis pequenas mudanças das conjecturas. Tais observações caracterizam os primeiros passos para o controle e a mudança de conduta, tendo em vista futuras consequências. Quando as conjecturas iniciais começam a ser delineadas mais claramente, trata-se do segundo interpretante lógico inferior; no momento em que é possível observar relações entre as conjecturas revisadas que levam a generalizações, trata-se do segundo interpretante lógico superior (MS 318: 45). Esse último é caracterizado por uma experimentação na imaginação, a qual pode levar a um tipo de “habituação” que realmente guie nosso comportamento quando surgirem as circunstâncias (CN 3: 278), ou seja, trata-se da mudança de hábito, mas no âmbito interno da mente.

No processo científico, depois de formulada, a hipótese é disposta em um diagrama mental para que se possa alcançar seus desdobramentos, eventualmente por meio de sub-hipóteses, a partir de experimentações mentais. Com isso, é possível subtrair os aspectos mais plausíveis para a compreensão do problema e, assim, levá-los adiante na investigação. Claramente, nota-se que, nesse processo, o caminho está aberto para comparações e mudanças das conjecturas, ainda que pequenas, rumo ao controle e à mudança de conduta, tendo em vista futuras consequências, caracterizando o campo do segundo interpretante lógico, conforme proposto por Peirce (MS 318: 45).

A partir do diagrama montado, é necessário levantar as consequências práticas possíveis para que, em seguida, ocorra o teste empírico. Assim, os aspectos gerais das ideias, típicos das hipóteses, são transportados para uma realidade concreta, tornam-se eventos singulares, por meio de inferências dedutivas (CP 4.549). Essa fase de experimentações mentais, na qual as hipóteses são delineadas mais claramente, estariam no âmbito do segundo interpretante lógico inferior.

Em seguida, ocorre a indução, o momento no qual as conjecturas passarão pelo teste empírico necessário na medida em que é preciso ir além da mente do pesquisador, procurando um certo padrão para os processos estudados. De posse dos resultados do teste, busca-se alcançar a lei que está à frente da regularidade do fenômeno estudado, analisando qual grau de confirmação obtiveram na pesquisa (CP 8.209).

É uma etapa que se refere, assim, ao teste empírico e que pode levar a um tipo de “habituação” que guie o comportamento quando surgirem as circunstâncias, conforme a descrição presente em Bergman (2016) para o segundo interpretante lógico superior. É, portanto, o momento de se observar relações entre as hipóteses propostas que tendem a levar a generalizações. Essas seriam experimentações ainda predominantemente internas, tendo em vista que, neste momento, ainda não apresentam resultados compartilhados socialmente.

Peirce fala muito pouco sobre o terceiro interpretante lógico, mas Bergman (2016) destaca o fato de que, se esse interpretante fosse constituído apenas pelos segundos interpretantes lógicos, o pragmatismo estaria limitado à exposição mental interior dos hábitos. Adicionalmente, Peirce diz que o terceiro interpretante lógico é acionado quando a atividade passa “do teatro da experiência interna para o da experiência externa” (MS 318: 46). Assim, depois do segundo, ou até mesmo logo em seguida ao primeiro interpretante lógico, ocorre uma “experimentação externa que, como os experimentos internos, pode levar a modificações de hábito, mas provavelmente com força confirmatória ou disruptiva mais definida” (Bergman, 2016, p. 193, tradução nossa).

Externamente, as concepções passam para a experimentação pública, afetando uma comunidade social mais ampla, e pode ocorrer “uma reconciliação ou interajuste entre a razão e os fatos da experiência” (LI 392, tradução nossa). Desta forma, para Bergman (2016), se o primeiro e o segundo interpretante lógicos são,

predominantemente abdutivos e dedutivos, respectivamente, o terceiro seria indutivo<sup>72</sup>. “Contudo, nenhuma dessas fases de interpretação é redutível a uma forma pura de raciocínio como tal. Além disso, essas não são divisões rígidas” (Bergman, 2016, p. 193, tradução nossa).

Consideramos que a ideia de verdade, para Peirce, ratifica o terceiro interpretante lógico como parte da experiência externa, tendo em vista que, conforme já pontuamos, a verdade só pode ser alcançada socialmente, por uma comunidade investigadora. Compreendemos que Houser (2016) também reforça a ideia de uma experimentação pública atuando em uma comunidade social mais ampla na medida em que:

o pensamento é intrinsecamente um processo externo e essa mente é uma rede relacional de signos (consistindo fundamentalmente de concepções gerais interrelacionadas e hábitos interpretativos associados) da qual participamos e na qual operamos, mas que não é realmente nossa. (...) Peirce ampliou o escopo da mente para abranger toda a ação do signo - qualquer processo governado por propósito ou causalidade final. A mente é a base de toda semiose (Houser, 2016, p. 386, tradução nossa).

Para Peirce, a essência de um estado mental é lógica ou funcional, não física, e, portanto, a mente não depende da incorporação (CP 7.364), o que Houser (2016) compara a um programa de computador. O comentador ressalta que as mentes operativas poderiam, então, ser incorporadas em instituições, tradições, práticas culturais ou artefatos e que, para Peirce, essas mentes estendidas servem como base cognitiva para o pensamento humano, ou seja, para a semiose.

Quando a mente se desenvolveu no mundo orgânico, não se desenvolveu exclusivamente dentro dos cérebros de criaturas sencientes, mas como programas instintivos de comportamento de grupo, como os exibidos por abelhas em suas colmeias e formigas em suas colônias (por exemplo, CP 4.551). O ponto central é que a consciência, ou sentimento, não é um atributo essencial da mente: “o sentimento nada mais é do que o aspecto interior das coisas, enquanto a mente, ao contrário, é essencialmente um fenômeno externo” (CP 7.364) (Houser, 2016, p. 387, tradução nossa)

---

<sup>72</sup> Conforme explicamos, possivelmente, o momento indutivo referente ao teste da hipótese ainda não poderia ser considerado como o terceiro interpretante lógico por não ter alcance social e ainda estar sob influência de um cientista ou de um grupo deles. O teste já promove um certo “interajuste entre a razão e os fatos da experiência” (LI 392 [1908]), já tratado por nós, que permite à mente interpretadora ajustar seus hábitos aos do mundo (Altshuler *apud* Bergman, 2016), característica do terceiro interpretante lógico. Contudo, para Bergman (2016), com esse interpretante, é possível que as concepções afetem “uma comunidade social mais ampla de hábitos do que pode o autocontrole interno” (Bergman, 2016, p. 194, tradução nossa). Assim, supomos que o teste empírico na pesquisa científica poderia ser considerado um segundo interpretante lógico superior rumando para o terceiro.

Essa ideia de mente externa faz sentido quando compreendemos que, em Peirce, a mente da natureza é um conceito central. Os sistemas das leis naturais que evoluíram para direcionar a operação física do universo formaram uma mente generalizada que é retomada em aspectos cruciais nas submentes desenvolvidas sob sua influência. Sendo assim, Houser (2016) ressalta que a sobrevivência das espécies depende da afinidade com a mente da natureza, o que, para Peirce, ocorreria por instinto. Até mesmo o desenvolvimento da mente individual num processo de investigação seria uma “simples flor” do “vasto complexo” pertencente à mente instintiva (CP 5.212).

Mas para dirigir qualquer processo de investigação, a mente instintiva deve operar semioticamente, pois todo pensamento está em signos, e Peirce nos diz que todos os signos se dirigem ao pensamento futuro e, portanto, com efeito, a outras mentes (ou estados subsequentes da mente significante) (Houser, 2016, p. 388, tradução nossa).

Houser (2016) pontua, ainda, que, para Peirce, as partes das mentes se reuniriam em uma única mente, chamada de “*commens*” (EP 2:478). Dessa forma, o pensamento compreendido como uma mente compartilhada pode operar em indivíduos separados e até mesmo em grupo, mas também é possível uma mente autônoma produzida pela investigação social (pensamento comunitário), que é amplamente distribuída entre os grupos nas submentes dos seus integrantes. O pensamento humano é o mais dependente desta mente social: “o homem é essencialmente um animal social” (CP 1.11, tradução nossa). “Tudo o que tem um significado importante para ele deve receber sua interpretação de considerações sociais” (R 1573.273, tradução nossa).

Para os presentes propósitos, o que é importante é que Peirce desenvolveu uma teoria social da mente, sustentando não apenas que existe uma mente social externa e separada da mentalidade humana individual (que é, no entanto, uma consequência da mente social), mas que a mente social constitui sua própria rede de crenças e pode até exemplificar um caráter ou personalidade única (Houser, 2016, p. 391, tradução nossa).

Para Peirce, a ciência seria a instituição que apoiaria a aspiração humana de avançar no conhecimento, dirigida por anseios intelectuais e pelo simples desejo de saber. A ciência como um modo de vida, como a busca pelo conhecimento e a “devoção à verdade que o homem ainda não é capaz de ver, mas está esforçando-se para obter” (HP 1: 490-491). Houser resume essa ideia de forma bem interessante:

(...) É a prodigiosa acumulação de conhecimento e métodos, a vasta rede de inteligência destilada de gerações de tentativas e erros, de sucessos e fracassos, e preservada na mente estendida da ciência como instituição, que torna possível a um mero indivíduo, com um cérebro tão pequeno e efêmero, participar de tão grande empreendimento (Houser, 2016, p. 396, tradução nossa).

No Capítulo 7, continuaremos a reflexão sobre essa ideia de mente ao abordar mais detalhadamente o sinequismo de Peirce. Por enquanto, cabe ressaltar que Peirce considerava o método científico, desenvolvido por meio da abdução, dedução e indução, conforme vimos, tão primordial que, defendemos, também o descreveu na sua máxima pragmática. De acordo com o que já pontuamos, a ideia é que a máxima fosse aplicada aos processos de representação que envolvem o pensamento, de Terceiridade, em que há trocas sígnicas mais genuínas, ou seja, predominantemente lógicas. Desse modo, a seguir, procuramos demonstrar como a máxima e o método científico podem ser relacionados.

#### 4.2.2 A ciência e a Máxima Pragmática

Para auxiliar na compreensão da relação entre a máxima pragmática e o método científico, vamos retomar a máxima por meio do diagrama abaixo (Diagrama 1). Exemplificaremos a associação entre os dois a partir desta pesquisa de doutorado, de forma a explicitar, também, como alcançamos nossas hipóteses, sub-hipóteses, consequências práticas e a proposta de teste empírico:

Diagrama 1 - A Máxima Pragmática

Considere quais os **efeitos**  
que concebivelmente poderiam ter as **consequências práticas**  
que **você concebe**  
que o **objeto de sua concepção** tem;  
então, o **hábito mental geral**  
que consiste na **produção destes efeitos**  
**é o significado** total de seu conceito  
(formulação de 1907)

Fonte: Pimenta, 2016, p. 37.

A partir do Diagrama 1, torna-se mais simples compreender que o objeto da nossa concepção seria nossa ideia sobre algum objeto, no caso desta pesquisa, sobre

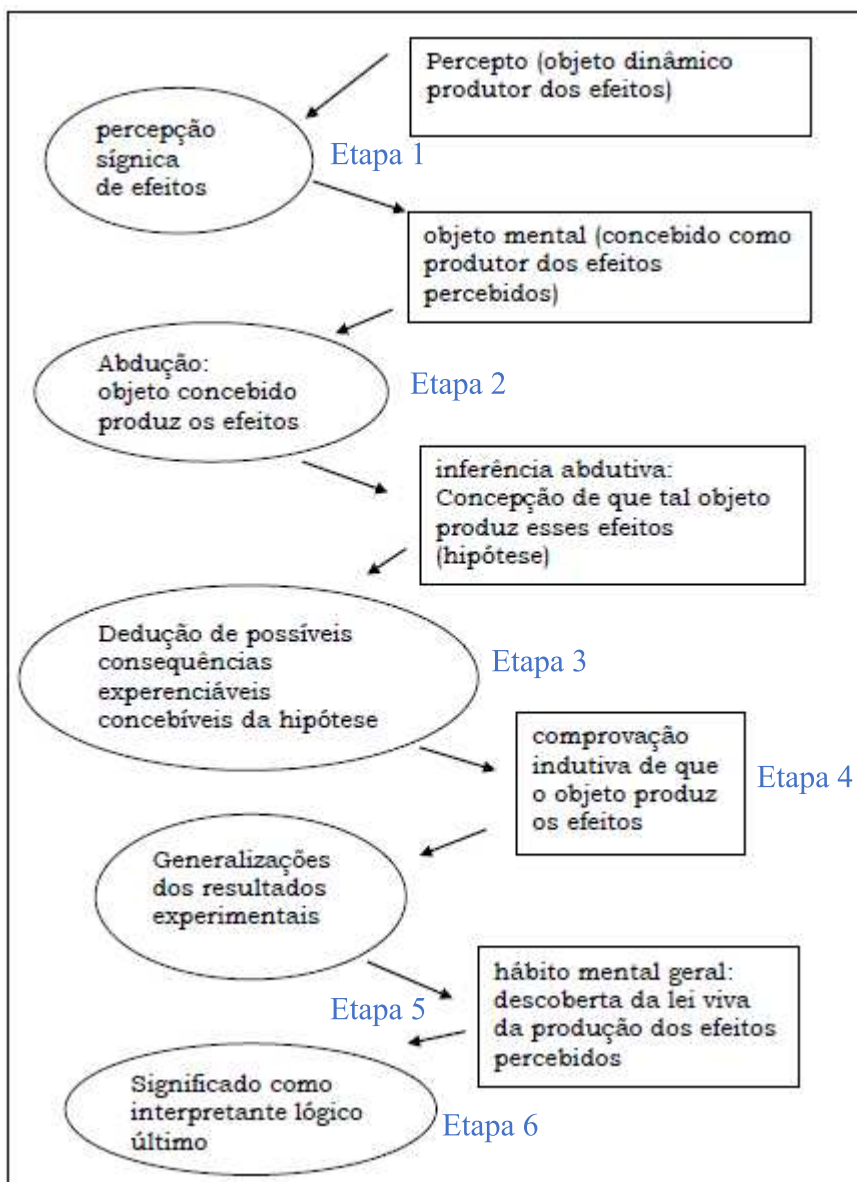
possíveis mudanças nos processos interpretativos de jornalistas checadores de fatos, ampliando suas capacidades críticas. Tal objeto possui efeitos práticos, pois os pensamentos<sup>73</sup> causam esse tipo de efeito. Por exemplo, diferentes formas de processos interpretativos podem ampliar a autocrítica e, conseqüentemente, gerar diferentes maneiras de se fazer jornalismo, ou seja, de checagem de fatos.

Na Máxima (Diagrama 1), o significado de um conceito é equivalente a um hábito mental geral, a uma lógica do universo, relacionado ao objeto que tentamos apreender por meio do método científico. É esse objeto o produtor de efeitos, independente de qualquer mente, até da mente coletiva de pesquisadores. Portanto, no nosso exemplo, a possível ampliação da capacidade crítica de jornalistas seria o objeto dinâmico, o hábito mental geral que tentamos compreender por meio do objeto da nossa concepção, nossas hipóteses, ou seja, um de seus objetos imediatos. O diagrama abaixo (Diagrama 2) esclarece de forma mais minuciosa o relacionamento da Máxima Pragmática com a pesquisa científica:

---

<sup>73</sup> É importante lembrar, conforme já pontuamos, que a máxima está relacionada à conceitos intelectuais, ou seja, signos genuínos, de terceiridade, na esfera no pensamento. Ela faz uma descrição de uma lógica não antropocêntrica, mas presente no universo.

Diagrama 2 - O processo de descoberta via Máxima Pragmática



Fonte: Pimenta, 2016, p. 38, adaptado pela autora (2024).

Pelo Diagrama 2, nota-se que o objeto dinâmico, o hábito mental geral, força-se sobre nós, produzindo efeitos e impulsionando uma percepção física desses efeitos. Assim, em nossa mente, concebemos alguns efeitos práticos, não os propriamente ditos, mas aqueles que acreditamos existirem (Diagrama 2, Etapa 1). Isso possibilita o movimento abdutivo de lançamento de hipóteses e o desenvolvimento do primeiro interpretante lógico (Diagrama 2, Etapa 2). Em nossa pesquisa, por exemplo, por meio da abdução, lançamos a hipótese de que, nos processos interpretativos relativos aos confrontos entre desinformação e verificação

de fatos ocorrem limitações que impedem um aperfeiçoamento consistente da capacidade crítica dos jornalistas checadores.

No desenvolvimento do segundo interpretante lógico inferior, por meio das experimentações mentais, encontramos três sub-hipóteses relacionadas às categorias fenomenológicas propostas por Peirce. Na primeira, propomos que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impacta os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Na segunda, suspeitamos que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizada pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das empresas encarregadas da verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias. Na terceira, supomos que a influência da robótica e das condições de trabalho nos procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais dos jornalistas checadores, no sentido de ampliar capacidades críticas.

Na etapa 3 do Diagrama 2, ainda no segundo interpretante lógico inferior, passamos para a fase mais propriamente dedutiva, em que, ainda em nossa mente, levantamos as possíveis consequências práticas caso as hipóteses se confirmassem, conforme já explicamos. Em nossa pesquisa, deduzimos que, referente à primeira sub-hipótese, as checagens não levarão em consideração se a desinformação ocorreu a partir de humanos ou de robôs, apenas citarão as plataformas de circulação e utilizarão fontes oficiais ou reportagens para trazer mais credibilidade para a verificação. Assim, prevemos que não haverá atenção em relação a um fator qualitativo dos tipos sógnicos na esfera do signo em si mesmo, referente ao processo perceptivo<sup>74</sup>, que pode impactar os processos de checagem e, conseqüentemente, todo o processo interpretativo dos jornalistas.

Em relação à segunda sub-hipótese, consideramos o grande número de desinformação que circula, já que parte de esforços humanos e robóticos e nem todas as informações duvidosas existentes serão verificadas. Do mesmo modo, os jornalistas acabarão influenciados por valores comerciais e políticos (precariedade do

---

<sup>74</sup> Sobre o processo perceptivo em Peirce que é impulsionado pelos tipos sógnicos na esfera do signo em si mesmo e formado por percepto, percipuum e juízo perceptivo, tratamos rapidamente em nota de rodapé no primeiro capítulo. Falaremos de forma aprofundada sobre eles no próximo capítulo.

serviço, sobrecargas de trabalho, lealdade e adesão ideológica à empresa, influência do Vale do Silício), além dos valores-notícia, para selecionar os conteúdos que serão checados. Tais critérios também estarão presentes na forma como as informações verificadas tentam se aproximar da verdade.

Referente à terceira sub-hipótese, deduzimos que os procedimentos de checagem, influenciados pelos fatores observados nas sub-hipóteses anteriores, não possuirão a força para a ampliação da capacidade autocrítica (e até da heterocrítica) ao longo dos processos interpretativos dos jornalistas que poderiam resultar em novas formas de verificação e de se fazer jornalismo. Isso significa que o jornalista não alcançará interpretantes lógicos mais desenvolvidos que transformem as formas vigentes de jornalismo, prevalecendo os interpretantes energéticos de repetição de padrões anteriormente estabelecidos ou interpretantes lógicos menos desenvolvidos que não geram mudança de hábitos.

Para tentar descobrir a lógica existente por trás da possível ampliação da capacidade crítica ao longo dos processos interpretativos nos jornalistas checadores de fatos, ou seja, o hábito mental geral que gera efeitos e, por conseguinte, consequências práticas, realizamos o teste empírico, que constitui, predominantemente, o Segundo Interpretante Lógico Superior (Diagrama 2, etapa 4). Nessa fase, realizamos a análise de dez conteúdos da Agência Lupa e dez da Agência Aos Fatos<sup>75</sup>. Selecionamos as agências de checagens Aos Fatos e Lupa para serem estudadas, conforme pontuamos no capítulo anterior, por terem sido as primeiras iniciativas de checagem de fatos no Brasil. Os projetos também são dedicados exclusivamente à verificação de fatos e não estão inseridos em redações de outras empresas jornalísticas como o Então Verifica e o Uol Confere. Aos Fatos e Lupa são, ainda, signatárias verificadas do código de princípios da Rede Internacional de Checagem de Fatos (International Fact-Checking Network - IFCN) e colaboraram com a “Aliança #CoronaVirusFatos” (#CoronaVirusFacts Alliance).

Para as análises, realizamos um levantamento de todas as verificações sobre a pandemia de COVID-19 produzidas pelas agências selecionadas, em 2020, que foram publicadas no X (antigo Twitter)<sup>76</sup>. A coleta foi feita manualmente, por meio da

---

<sup>75</sup> As análises completas estão disponíveis no Apêndice A.

<sup>76</sup> A coleta foi realizada em maio de 2023 e, portanto, a rede ainda se chamava Twitter. A mudança de nome ocorreu em 24 de julho de 2023, após a plataforma ter sido adquirida pelo empresário

Ferramenta de Busca Avançada da plataforma, informando o tema “Pandemia COVID-19” no campo “Todas essas palavras” da referida ferramenta e especificando o perfil das agências, @agencialupa @aosfatos, em buscas separadas, não conjuntas, no campo “Contas”. Transcrevemos os resultados em uma tabela<sup>77</sup>, organizando o conteúdo das mais para as menos retuídadas. Essa opção pela categorização por retuítes faz sentido semioticamente porque indica os *posts* que mais impulsionaram novas semioses, ou seja, que, depois de publicados, mais geraram novos conteúdos. A análise foi qualitativa e, por isso, a quantidade de conteúdos selecionados levou em consideração apenas o número de checagens necessárias para a observação de certos padrões.

Adicionalmente, realizamos entrevistas semiestruturadas com oito profissionais envolvidos nas verificações analisadas para questionar o que observamos nos conteúdos, sendo três da agência Lupa e cinco de Aos Fatos<sup>78</sup>. O contato inicial foi feito diretamente com a agência de checagem, pelo e-mail institucional informado na página da internet. No caso da Lupa, houve uma resposta com os endereços eletrônicos de cada profissional solicitado e que ainda atuava na empresa. No caso de Aos Fatos, não ocorreu o retorno, e a pesquisadora conseguiu o contato inicial por meio da rede social LinkedIn. Posteriormente, as tratativas continuaram por e-mail institucional. Os profissionais que não trabalhavam mais nas agências também foram contatados pelo LinkedIn.

As entrevistas foram realizadas de forma remota, no Google Meet institucional, entre janeiro e março de 2024. Todos os entrevistados concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, de forma digital, por meio de formulário Google. A pesquisa foi submetida ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos da Universidade Federal de Juiz de Fora, pela Plataforma Brasil (CAAE 69190823.8.0000.5147), em abril de 2023, e aprovada em maio do mesmo ano.

---

estadunidense Elon Musk. Mais informações podem ser obtidas em <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-63422571> e em <https://www.bbc.com/portuguese/articles/cjlwyy3rl3o>. Acesso em: 25 jan. 2025.

<sup>77</sup> A tabela está disponível em: [https://docs.google.com/spreadsheets/d/10Cfhcrdw-TQGLxJ1V6\\_bniU2kkC5v2OH/edit?usp=sharing&ouid=100858965577815940190&rtpof=true&sd=true](https://docs.google.com/spreadsheets/d/10Cfhcrdw-TQGLxJ1V6_bniU2kkC5v2OH/edit?usp=sharing&ouid=100858965577815940190&rtpof=true&sd=true)

<sup>78</sup> Quatro jornalistas da Agência Lupa e sete da Agência Aos Fatos que participaram da produção dos conteúdos analisados foram convidados a dar entrevistas, mas apenas dois da Lupa e cinco de Aos Fatos aceitaram participar. Um terceiro profissional da Lupa, que não esteve presente nos materiais analisados, mas ocupava cargo de liderança, se voluntariou e conversou com a pesquisadora. Por questões éticas, preservaremos o nome dos entrevistados e nos referenciaremos a eles por números. As entrevistas, na íntegra, estão disponíveis no Apêndice B desta tese.

Assim, foi realizada de acordo com padrões éticos estabelecidos pelos normativos vigentes.

No teste da primeira sub-hipótese, as análises objetivaram verificar se os conteúdos consideram ou não a origem da informação, se robótica ou humana. Nas entrevistas, questionamos o que observamos nas checagens, auxiliados por uma análise semiótica para descobrir em que medida os diferentes aspectos qualitativos dos signos podem indicar origem robótica ou humana e, consequentemente, impactar o processo perceptivo dos jornalistas checadores.

Já no teste empírico da segunda sub-hipótese, identificamos, nas checagens, a presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos. As entrevistas averiguaram como ocorre o processo de seleção dos fatos a serem checados e quais critérios são utilizados na própria checagem. Por fim, por meio de uma análise semiótica dos conteúdos, observamos como os diferentes tipos de signos desencadeiam objetos imediatos na mente desses jornalistas em suas tentativas de representação dos objetos dinâmicos.

Para o teste da terceira sub-hipótese, as entrevistas com checadores de informação examinaram a presença de autocrítica e heterocrítica, possíveis alterações em seus procedimentos interpretativos, principais características dessas eventuais mudanças e a receptividade que podem encontrar nas organizações em que atuam. Além disso, a partir de uma análise semiótica, identificamos, nas entrevistas, interpretantes emocionais, energéticos e lógicos e quais seriam predominantes.

Dessa forma, por meio do teste empírico, verificamos se os efeitos que concebemos estão realmente relacionados ao hábito mental geral e, assim, tentamos obter o significado do conceito, a lei viva que produz tais efeitos percebidos. Esses resultados serão apresentados na conclusão de nossa tese e poderão ser generalizados, ou seja, tomados como possíveis para além dos casos estudados (Diagrama 2, etapa 5). Na publicação desta pesquisa em periódicos e na sua apresentação em conferências científicas estaremos possivelmente alcançando um terceiro interpretante lógico ao compartilhar os resultados com uma comunidade social mais ampla (Diagrama 2, etapa 6).

Portanto, após discutir o método científico e relacioná-lo à nossa pesquisa, podemos compreender por que, desde seus primeiros escritos, enquanto ainda jovem,

Peirce está certo de que o único método de fixar crença que permite uma aproximação com a realidade e, portanto, uma mudança de hábitos que se aproxime do hábito geral regulador é o método científico. Conforme vimos, das hipóteses propostas por meio da abdução, são retiradas consequências práticas por meio da dedução, as quais podem ser testadas e, portanto, colocadas à prova na experiência, por meio do teste empírico. Assim, é possível levar as descobertas a uma comunidade de investigadores que reafirmará os resultados ou realizará novas pesquisas.

Para Peirce, esse é o único método para se alcançar a verdade e, por isso, defendemos que deve ser aplicado pelos jornalistas verificadores, se quiserem ser mais eficientes para esclarecer os fatos. Esse processo é possível, ainda, a partir do aprimoramento da capacidade crítica desses profissionais, também viabilizado pelo método científico, que permitirá inovações para fortalecer novas maneiras de se alcançar o público, promovendo signos mais fidedignos aos objetos dinâmicos, sobre os quais discutiremos no Capítulo 6.

Tendo sido apresentada a ideia de mudança de hábitos em Peirce e o método científico, podemos, então, compreender melhor o que seria sua ideia de verdade e se seria possível aos jornalistas verificadores se aproximarem da verdade conforme a proposta do lógico, o que discutiremos na próxima seção.

#### 4.3 A VERDADE EM PEIRCE

Conforme vimos, de forma resumida, a mudança de hábito é a procura por uma evolução que permita uma aproximação com a razoabilidade universal, o que fica bem claro principalmente em Houser (2016), de acordo com o que apresentamos nas seções anteriores. Portanto, poderíamos dizer que a mudança de hábitos busca pela verdade, baseada na realidade que se força sobre nós, por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos no método científico.

Ciência (...) [é] um modo de vida; não o conhecimento, mas a devotada e ponderada busca do conhecimento na vida: devoção à Verdade – não “devoção à verdade como alguém a vê”, pois isso não é devoção à verdade de forma alguma, (...) não, longe disso, devoção à verdade que o homem ainda não é capaz de ver, mas está se esforçando para obter (HP 1:490-491, tradução nossa).

No capítulo anterior, vimos que há grandes discussões acerca da checagem de fatos como uma prática que busca se aproximar da verdade. Assim, nesta seção, procuramos compreender qual o significado da Verdade em Peirce, para refletir se seria possível aos jornalistas verificadores alcançá-la de alguma forma.

Peirce defendeu diferentes versões do real ao longo de sua vida, e a noção de real sempre esteve envolvida com a sua ideia de verdade<sup>79</sup>. Como o lógico vai modificando suas ideias ao longo da vida, suas opiniões sobre essa temática também vão se alterando; talvez, ele deixasse a mudança de hábitos atuar da forma como propunha em suas teorias. Contudo, suas mudanças de pensamento em relação à verdade causam muita polêmica entre seus comentadores, que nem sempre chegam a um consenso sobre o tema. Para Baggio (2021), contudo, é unânime a ideia de que na fase mais madura, Peirce desenvolveu um realismo original de extrema relevância para fundamentar sua filosofia e, portanto, sua ideia de verdade. O autor resume o realismo de Peirce de forma bastante elucidativa para a nossa discussão:

Seu realismo, além de defender a realidade dos universais, constrói um edifício metafísico que categoriza os modos de aparecer de todos os fenômenos e, fundamentado na própria experiência dos eventos cotidianos, generaliza-os de modo a caracterizar os seus modos de ser. Esta empreitada faz surgir as categorias ontológicas que, sob as formas de acaso, existência e lei, respectivamente, constituem a natureza do real, aquele que, vale lembrar, foi aqui entendido como aquilo que independe de nossos pensamentos, ou ainda, o objeto alcançado através da opinião final (Baggio, 2021, p. 96).

Desta forma, para Peirce, todas as categorias fenomenológicas são reais e impulsionam o alcance da opinião final, ou verdade, cujo objeto é a realidade. Nas palavras do próprios Peirce: “A opinião que está fadada a ser acordada por último por todos que investigam, é o que nós queremos dizer por verdade, e o objeto representado nessa opinião é o real” (CP 5.407, tradução nossa). Nessa perspectiva

---

<sup>79</sup> Comentadores como Michael (1988) e Meyers (2005) dizem que, na juventude, Peirce tinha ideias nominalistas, uma doutrina da negativa, para a qual somente os particulares existiriam, enquanto o geral seria ficcional. Assim, somente universais representados e incorporados seriam reais e nada existiria de forma independente ao pensamento. Já para o realismo, entidades físicas ou lógicas são reais, independente de incorporação ou do pensamento. Seria um real no qual a investigação acabará por resultar, um produto final da cognição, ou seja, o real é cognoscível e será conhecido no momento oportuno. Isso indicaria porque Peirce resolveu rejeitar o nominalismo, tendência que acredita em realidades incognoscíveis. “O real, então, é aquilo que finalmente resultaria, mais cedo ou mais tarde, da informação e do raciocínio, e que é, portanto, independente dos meus e dos seus caprichos” (CP 5.311, tradução nossa). Sobre as discussões filosóficas em torno do realismo de Peirce, vale a pena consultar Baggio (2021) que explica de maneira bem clara o desenvolvimento do pensamento do lógico e as oposições do realismo ao nominalismo e ao idealismo.

e na tentativa de propor um caminho de compreensão sobre a verdade, reforçamos a ideia da mudança de hábito como procura por uma evolução que permita uma aproximação com a razoabilidade universal e, assim, seria uma busca pela verdade baseada na realidade que se força sobre nós, por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos no método científico.

Essa ideia está de acordo com a proposta de Ibri (1999). Segundo ele, a verdade para Peirce segue em constante formação, de acordo com dois dos modos dispostos pela sua Faneroscopia, quais sejam, o acaso na Primeiridade e a lei na Terceiridade, ideias que também já apresentamos quando tratamos sobre hábitos em Peirce.

Assim, retomando um pouco o tema, trata-se de uma hipótese evolucionária do universo, “em que as leis se encontram ainda em formação, derivando-se de um estado de coisas onde absolutamente elas não existiam, fazendo nascer a ordem da desordem, em que se deve supor que a primeira tende a crescer da segunda” (Ibri, 1999, p. 287). Haveria, assim, um “continuum de formação gradativa das leis: o tempo e o espaço devem se constituir evolucionária e objetivamente contínuos para que se tornem condições de possibilidade da evolução das leis” (Ibri, 1999, p. 288).

Nessa visão, não existiria uma verdade final, quando não se pode alcançar um mundo acabado. Segundo Ibri (1999), é a ação do acaso que sustenta o falibilismo de Peirce (CP 1. 141): as representações são falhas, porque o mundo ainda está em construção e permanece indeterminado perante as leis absolutas reguladoras. As verdades seriam, assim, tendências predominantes, mas que podem sofrer desvios severos. Peirce descreve essa ideia da seguinte forma:

Não podemos ter certeza de que a comunidade chegará a uma conclusão inalterável sobre qualquer questão. Mesmo que o façam na maioria das vezes, não temos razão para pensar que a unanimidade será bastante completa, nem podemos presumir racionalmente que qualquer consenso esmagador de opinião será alcançado em cada questão. Tudo o que temos o direito de assumir é na forma de uma esperança de que tal conclusão possa ser substancialmente alcançada a respeito das questões particulares com as quais nossas investigações estão ocupadas (CP 6.610, tradução nossa, grifo nosso).

Para Liszka (2019), contudo, alcançamos a certeza de uma resposta final se compreendermos a teoria convergente da verdade, em Peirce, a partir da Lei dos Grandes Números na matemática, descrita por Peirce da seguinte forma:

À medida que vamos tirando inferência após inferência do tipo dado, durante os primeiros dez ou cem casos, pode-se esperar que a proporção de sucessos mostre algumas flutuações consideráveis; mas quando chegamos aos milhares e milhões, essas flutuações tornam-se cada vez menores; e se continuarmos por tempo suficiente, a proporção aproximar-se-á de um limite fixo (CP 2.650, tradução nossa).

A Lei dos Grandes números, conforme apontamos acima, é baseada na indução, considerado pelo lógico como o principal método para encontrar falhas nas hipóteses e promover autocorreção (CP 2.279). Na indução, as hipóteses são testadas a partir de amostras, um método de certeza matemática que permitiria, por princípio, capturar a verdade em meio às hipóteses falsas (Liszka, 2019).

É neste sentido que Baggio (2021) ressalta o poder da indução para apontar a realidade desde que ela mantenha a validade do objeto ao longo do tempo, no curso da experiência, o que foi denominado por Peirce como *long run*. “A validade de um argumento indutivo consiste (...) no fato de que ele segue um método que, se devidamente persistido, deve, pela própria natureza das coisas, levar a um resultado que se aproxima indefinidamente da verdade no longo prazo” (CP 2.781, tradução nossa). Dessa forma, o real se reafirmará e o tempo mostrará que estão corretas as representações feitas, tornando-se possível visualizar uma adequação futura entre o real e o que se pensa dele. Sobre essa ideia, Liszka reforça:

Por causa da certeza matemática de indução, e a existência de verdades estabelecidas, há bons motivos para esperar que futuras investigações sejam convertidas em reivindicações verdadeiras com o tempo. Dada esta ligação de possibilidade, esperança e realidade, Peirce frequentemente usa formulações da teoria da convergência da verdade que expressa uma ou outra dessas ideias, e isso aumenta algumas das confusões e críticas sobre sua teoria (Liszka, 2019, p. 94).

Diante disso, Liszka (2019) aponta que a teoria convergente da verdade de Peirce apresenta três modalidades: (1) subjuntiva – a investigação possivelmente convergiria para verdade; (2) indicativa – ao longo do tempo, a investigação vai convergir para verdade, como já ocorreu outras vezes; (3) expectativa – a prova de possibilidade e a existência de verdades já estabelecidas justificam a esperança na verdade alcançada pela investigação, e os cientistas atuam como se isso ocorresse de fato, o que é um ideal regulador para as pesquisas que ainda virão.

Há, ainda, três diferentes sentidos de convergência utilizados por Peirce: aproximação da verdade, resultado destinado da investigação (todos os caminhos

levarão ao mesmo resultado) e convergência da opinião (consenso apontando que os resultados alcançados são suficientes para tomá-los como verdade). O primeiro deles seria alcançado por meio da indução no método científico e é o mais fundamental, porque todos os outros dependem dele. É o método que pode, também, apontar quando as hipóteses devem ser descartadas (Liszka, 2019).

Diferente do primeiro sentido que aborda os métodos da investigação, o segundo trata sobre os seus resultados. Peirce defende que a investigação sobre uma mesma questão, ao longo do tempo, alcança o mesmo resultado. Essa ideia reforça que os resultados de uma pesquisa experimental podem ser reproduzidos por outros grupos de cientistas (Liszka, 2019).

(...) a opinião humana tende universalmente, no longo, prazo, para uma forma definida, que é a verdade. Deixe que qualquer ser humano tenha informações suficientes e reflita o suficiente sobre qualquer questão, e o resultado será que ele chegará a uma determinada conclusão, que é a mesma que qualquer outra mente alcançará em circunstâncias suficientemente favoráveis (CP 8.12, tradução nossa).

O terceiro sentido de convergência está proposto em “Como tornar nossas ideias claras” e é apresentado em consonância com a Máxima Pragmática. Assim, a verdade pode ser explicada por meio de suas consequências práticas, e a principal delas levaria a um consenso de opinião, conforme trecho de Peirce que destacamos anteriormente (CP 5.407). Liszka (2019) ressalta que esse terceiro sentido deve ser bem explorado para estar em consonância com os demais. O autor chama atenção para o fato de que Peirce utiliza “convergência de opinião” e não “crença”, tendo em vista que esta apresenta um caráter duradouro, sendo uma disposição para a ação, enquanto a opinião tem um caráter provisório não relacionado à ação, o que estaria mais próximo da ciência.

Portanto, sustento que o que é apropriada e usualmente chamado de crença, (...) não tem lugar algum na ciência. (...) A crença plena é a disposição para agir de acordo com a proposição em crises vitais, a opinião é a disposição para agir de acordo com assuntos relativamente insignificantes. Mas a ciência pura não tem a ver com ação. As proposições que aceita, apenas escreve na lista de premissas que se propõe a utilizar. Nada é vital para a ciência; nada pode ser. As proposições aceitas são, portanto, no máximo, apenas opiniões; e a lista completa é provisória. O homem científico não está minimamente apegado às suas conclusões. (...) Ele está pronto para abandonar uma ou todos assim que a experiência se opõe a elas (CP 1.635, tradução nossa).

Liszka (2019) pontua que, como Peirce se refere à opinião e não à crença, a investigação deve ser conduzida por cientistas que são devidamente capacitados para

conduzir uma pesquisa (CP 1.32). E a opinião final será aquela acordada entre os que pesquisam utilizando os métodos corretos, não entre todos os homens. Porém, isso vai contra a ideia de um método científico mais cotidiano, que deve ser utilizado por qualquer ser para se aproximar da razoabilidade universal e, portanto, também pelos checadores de fatos, por exemplo. É o que nós e outros comentadores defendem, como Baggio (2021) e como Haack (2005), por exemplo, que retomaremos no Capítulo 7.

Liszka (2019) explica, ainda, que por “fadada” (*fated*) Peirce quer dizer um resultado inevitável da ação ou pensamento (CP 5.407), ou seja, qualquer pesquisador chegará ao mesmo resultado, o que está de acordo com o segundo sentido de convergência proposta. Como um realista, Peirce visualiza uma ligação dos resultados da investigação, por meio da indução, e a concordância que será proposta na forma de uma opinião presente nas hipóteses em teste. Baggio ratifica essa ideia ao dizer que “devemos compreender o conceito de verdade como o limite do conhecimento da realidade, construído de modo coletivo por um processo indutivo cuja determinação sempre é projetada no futuro” (Baggio, 2021, p. 103).

A adoção de uma teoria a partir da evidência não é simplesmente causal, mas uma instância ética sustentando a lógica. “Isso é por que Peirce considera a lógica uma ciência normativa, uma vez que é como as pessoas deveriam raciocinar, não como eles de fato fazem”, pontua Liszka (2019, p. 100, tradução nossa). Assim, mesmo quando há resistência em relação a uma nova teoria que, no longo prazo, mostra-se verdadeira, os pesquisadores ficam em torno de uma opinião que está “fadada” a ser aquela, como um acordo final. Seria realmente aquela última opinião, sem razões para que se duvide dela, a qual outras investigações não conseguirão refutar.

O caminho percorrido até aqui apenas nos confirma que os jornalistas verificadores somente poderão alcançar uma verdade, ainda que provisória, se movidos pelo método científico. Desde o primeiro capítulo, quando retomamos as pesquisas sobre desinformação com a base teórica do pragmatismo, os autores já reforçavam que a falsidade ou veracidade de um fato apenas poderia ser descoberta na experiência, por meio das marcas deixadas na forma de sinais indiciais que apontam para um contexto mais amplo no qual um signo está inserido, ou seja, a partir da experiência colateral.

Essas ideias, reafirmadas por Liskza (2019) e Baggio (2021), quando tratam do método científico e da certeza indutiva, nos impulsionam a permanecer defendendo que os verificadores devem lançar hipóteses, deduzir consequências práticas e, principalmente, testá-las na experiência, por meio da indução, de forma a gerar um consenso na comunidade jornalística e entre os usuários do serviço, promovendo, ainda, um método replicável, conforme destacado por Liskza (2019).

Contudo, Liskza também não deixa de apontar, como Ibri (1999), que mesmo com a possibilidade de se alcançar a verdade por meio da indução, não há uma absoluta certeza, tendo em vista o Falibilismo. A certeza matemática proveniente das Teoria dos Grandes Números permitiria uma certeza indutiva, algo “quase certamente” para Peirce (CP 6.474), como se houvesse verdades estabelecidas, e os investigadores agem como se o fosse, uma certeza prática. Seria o momento em que, por meio da indução, já há evidência suficiente para que se passe a agir de acordo com aquela hipótese, por exemplo, ninguém duvida dos poderes da gravidade. Para Liskza (2019), pensar como se existisse uma verdade estabelecida estimula novas pesquisas e, portanto, caminha de forma conjunta com o Falibilismo.

Pelo fato de que os falibilistas não mantêm nada absolutamente certo, mas permitem que qualquer coisa seja questionada e continuem a ser questionados, ficam mais certos do que não continuam a duvidar. Em outras palavras, se os investigadores não podem, por meio de testes rigorosos, encontrar qualquer erro na hipótese, o suficiente para rejeitá-la, então há ainda mais razão para não duvidar disso (Liskza, 2019, p. 103, tradução nossa).

Baggio (2021) reforça essa ideia ao dizer que a intenção da atitude falibilista é o bem da investigação, que cessaria se fossem colocadas certezas absolutas e não fomentaria o conhecimento. “Num mundo de infundável mudança, nós devemos proceder de modo falibilista em busca da verdade, isto é, abraçando a incerteza e a possibilidade do erro, seja na representação, seja no objeto representado” (Baggio, 2021, p. 99). Como apontado por Ibri (1999), em um mundo ainda não acabado por conta da ação do acaso, é impossível se alcançar uma verdade estagnada.

Assim, é sempre possível que uma alegação seja descoberta falsa, e isso significaria que a verdade só seria encontrada quando todas as investigações convergissem para um mesmo resultado, ou seja, seria preciso aguardar tal convergência e uma concordância entre as opiniões formadas. Entretanto, Liskza (2019) reforça que a convergência da verdade é garantida pela Matemática, ciência

na mais alta hierarquia para Peirce, que fornece princípios para as demais<sup>80</sup>. “Essencialmente, a indução resolve o problema inferindo o caráter do todo, a partir de uma amostra de suas partes, evitando assim a necessidade de esperar até algum fim indefinido para a investigação” (Liszka, 2019, p. 106, tradução nossa). Consequentemente, é possível uma certeza prática para as verdades estabelecidas.

(...) Há motivos agora para acreditar na teoria, pois acreditar é a disposição de arriscar muito em uma proposição (...). Nós os chamamos de verdades estabelecidas pela ciência (...). Existem certas inferências que, consideradas cientificamente, são, sem dúvida, hipóteses e, no entanto, são praticamente certas (...). Essas são verdades estabelecidas (CP 5.589, tradução nossa).

“Se for possível chegar à verdade, e muitas pesquisas já resultaram em ‘verdades estabelecidas’, então, certamente os cientistas podem ter esperança de que suas pesquisas convergirão para a verdade” (Liszka, 2019, p. 108, tradução nossa). Para Liszka (2019), a prova da possibilidade funciona, assim, como um princípio regulador para a investigação. Peirce deixa claro que a investigação pode ser finalizada em um ponto que não seria suficiente para encerrar a questão e, assim, os pesquisadores podem apenas ter esperança de que a investigação permaneça até o sucesso. As ideias até aqui apresentadas são resumidas por Baggio (2021) de forma bastante esclarecedora:

Em resumo, podemos perceber que da caracterização do real surgem as categorias ontológicas que dão fundamento para a realidade enquanto autônoma e dinâmica. Primeiridade, Segundidade e Terceiridade, sob os aspectos de acaso, existência e lei, respectivamente, erigem as bases do real e convidam a pensá-lo, não de modo estático e determinado, mas como processo vivo, independente e indeterminado, postulando assim o princípio Falibilista tanto ao objeto quanto à sua representação, pois, se a realidade muda, muda também o conhecimento acerca dela. Nesse emaranhado conceitual, aquilo que chamamos de verdade apresenta-se como a opinião sustentada pela comunidade de investigadores, cuja natureza indutiva a impede da estagnação, sempre exigindo sua real efetivação no futuro. Nesses termos, podemos dizer que a verdade é aquilo que ameniza o estranhamento entre realidade e conhecimento (Baggio, 2021, p. 104).

Thayer (1981) já apresentava uma visão semelhante à de Liszka (2019) e à de Baggio (2021), porém destacou mais claramente a função dos diferentes tipos de signos de secundidade para o alcance da verdade. Antes de tratar sobre isso, o

---

<sup>80</sup> Peirce postulava que as ciências estavam divididas da seguinte forma: Matemática, Ciências Positivas, Filosofia que, por sua vez, inclui a fenomenologia, as ciências normativas (estética, ética e lógica ou semiótica) e a metafísica. Por último, estariam as Ciências Especiais. As primeiras ciências sempre dão base para as seguintes (De Wall, 2007).

comentador reforça que, para Peirce, a prática contínua de crítica, investigação e teste pode gerar opiniões mais precisas. A expectativa, assim, é de que, com o progresso da ciência e a constante investigação, as chances de erro diminuam. Thayer (1981) ratifica que não há certeza se uma investigação continuará indeterminadamente e tenderá para uma concordância final, mas que Peirce acreditava em ambas as suposições.

Defendendo essa perspectiva, o comentador explica que Peirce nasceu no meio do século XIX, considerado como o século do progresso e, sendo assim, confiava na “irresistível evolução da razoabilidade concreta” (Thayer, 1981, p. 126, tradução nossa). Dessa forma, para o lógico, a comunidade de investigação é uma disposição cósmica, ou seja, ainda que a vida inteligente fosse exterminada na Terra, haveria outras do mesmo tipo no restante do universo. Tal ideia é baseada na história da ciência que mostrou uma tendência de aperfeiçoar a concordância por meio da aceitação ou rejeição de crenças, em um cenário de informações e experiências prévias que tornam seu acontecimento, detecção e apreciação possíveis.

Peirce defendia que as dúvidas tenderiam a aumentar junto com a ampliação do conhecimento, o que é acompanhado pelo crescimento do número de respostas, pois o método de investigação também se torna cada vez mais eficiente e preciso (Thayer, 1981). Todas as ideias de Peirce “são guiadas por convicções metafísicas sobre a evolução cósmica e uma razoabilidade progressiva persistente no universo resultando na realização da lei e ordem racional” (Thayer, 1981, p. 127, tradução nossa), assim como pontua Ibri (1999) e Baggio (2021). As bases de Peirce para tanto estão na matemática, principalmente na teoria dos erros, em que a razão teria o poder de se autocorrigir em todas as ciências (CP 5.575; CP 5.579), como detalhou Liszka (2019).

Aqui destacamos os estudos de Thayer (1981), os quais apontam que, com o desenvolvimento da teoria dos signos de Peirce, houve uma mudança “no desenvolvimento dos procedimentos especializados de análise e dos conceitos para expressar” o significado de verdade (Thayer, 1981, p. 130, tradução nossa). Esclarecer a verdade tornou-se a função de alguns tipos de signos que satisfazem certas condições nos processos de interpretação. No caso, a verdade dependeria das proposições (CP 5.553), que são dicissignos, ou seja, “um tipo de signo que transporta

informação” (CP 2.309; CP 2.320, tradução nossa), sendo relativo a “alguma coisa como tendo uma existência real” (CP 2.310, tradução nossa).

Baseado nas ideias de Peirce (CP 2.315; CP 5.553; CP 5.569), Thayer (1981, p. 130, tradução nossa) resume, de forma mais direta, que “uma proposição verdadeira será aquela cujo representamen, como interpretado, é um indicativo (e um índice) de objetos reais como representados” (CP 5.554). Assim, uma proposição verdadeira é “aquela para qual cada interpretação disso é verdade” (CP 5.569). Segundo Thayer (1981), é no desenvolvimento de interpretantes das proposições e suas questões na experiência que tais proposições serão aceitas ou refutadas, e a verdade ou falsidade vai ser descoberta, ou seja, ainda que o autor não cite diretamente, é a indução que pode apontar essa verdade:

(...) Um interpretante da proposição, se acreditado, produziria a expectativa de uma certa descrição de percepção em certa ocasião. A ocasião chega: a percepção que nos é imposta é diferente. Isso constitui a falsidade de cada proposição da qual a predição decepcionante foi o interpretante. (...) Uma proposição verdadeira é uma proposição-crença a qual nunca levaria a tal decepção, desde que a proposição não seja entendida de outra forma do que se pretendia (CP. 5.569, tradução nossa).

Assim, Thayer (1981) destaca a importância dos signos de secundidade e da experiência colateral na investigação e diferenciação da falsidade da verdade, ideia reforçada por vários dos autores que abordam a desinformação a partir do pragmatismo, apresentados no primeiro capítulo o que, por sua vez, reafirma a relevância da indução, inclusive para a atividade de verificação. Adicionalmente, cabe acrescentar que, teoricamente, as interpretações seriam infinitas, sem última análise ou última interpretação. A incompletude seria, dessa forma, positiva e essencial para que a verdade se desenvolvesse em comunidade e de formas públicas.

De posse de todas essas ideias, podemos concluir que é possível aos jornalistas verificadores alcançarem a verdade, mas uma verdade provisória, sempre sujeita a revisões por uma comunidade, seja ela científica, jornalística ou até mesmo de usuários do serviço de checagem. Essa possibilidade apenas se concretizaria por meio da utilização do método científico, com o lançamento de hipóteses, a dedução de consequências práticas e o teste das hipóteses.

Esse movimento, guiado por interpretantes lógicos, levaria os jornalistas a uma ampliação da capacidade crítica e, portanto, aproximação das leis universais, da própria realidade, e, por isso, tenderia à verdade. Contudo, apesar da existência dessa

possibilidade, nossa hipótese é de que, nesse percurso, diferentes fatores impediriam um pleno sucesso, conforme pontuamos anteriormente e explicitaremos nos próximos capítulos, em que apresentaremos os resultados com os testes das sub-hipóteses.

## 5 A INFLUÊNCIA ROBÓTICA NO PROCESSO PERCEPTIVO DE JORNALISTAS VERIFICADORES

Nos capítulos anteriores, apresentamos o referencial teórico que embasa nossa pesquisa, o problema de pesquisa, as hipóteses e suas consequências práticas, assim como explicamos a forma de realização dos testes empíricos. Neste capítulo, apresentaremos os resultados do teste da primeira sub-hipótese. Antes disso, contudo, retomaremos essa sub-hipótese e alguns pontos teóricos necessários para melhor compreensão dos resultados alcançados.

Na primeira sub-hipótese, propomos que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, seja robótica ou humana, impacta os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Dessa forma, as checagens não levariam em consideração se a desinformação ocorreu a partir de humanos ou de robôs, apenas citariam as plataformas de circulação e utilizariam fontes oficiais ou reportagens para trazer mais credibilidade. Para os testes empíricos, foram realizadas análise das checagens de forma a verificar se consideram ou não a origem da informação e entrevistas com profissionais que realizam as verificações para questionar o que observamos nas checagens. Seguimos com a análise semiótica para descobrir em que medida os diferentes aspectos qualitativos dos signos podem indicar origem robótica ou humana e, consequentemente, afetar o processo perceptivo dos jornalistas checadores.

Antes de abordar os resultados do teste empírico, vamos contextualizar a presença de robôs na comunicação pelas plataformas de redes sociais.

### 5.1 O COMPORTAMENTO DOS *BOTS* SOCIAIS

Algumas pesquisas sobre desinformação apresentadas no segundo capítulo chegam a abordar a participação de robôs na circulação de desinformação, como Ferrara (2017), Wardle e Derakhshan (2017), Vosoughi, Roy e Aral (2018), Wardle (2018) e Recuero e Soares (2020). Os *bots* que simulam o comportamento de pessoas são denominados *bots* sociais e podem ser definidos como “um algoritmo de computador que produz conteúdo automaticamente e interage com humanos nas

redes sociais, tentando imitar e possivelmente alterar seu comportamento” (Ferrara *et al.*, 2016, p. 96, tradução nossa).

Grande parte dos estudos que abordam a atuação desse tipo de robô é desenvolvido na área da Ciência da Computação. Uma das primeiras pesquisas é de Boshmaf *et al.* (2013), que simularam uma invasão de *bots* no Facebook e chegaram à conclusão de que a plataforma era vulnerável a campanhas de infiltração em larga escala<sup>81</sup>. Os pesquisadores descobriram também que a operação de *bots* pode levar a violações de privacidade e ser lucrativa, desde que não como um negócio independente, mas aliada à coleta e venda de dados dos usuários. Atentaram, ainda, para o fato de que o Facebook investia mais na detecção de invasões do que na prevenção e de que tais descobertas poderiam ser aplicadas a outras plataformas. É importante ressaltar que os *bots* são explicitamente proibidos no Facebook, mas não no Twitter, atual X (Santia; Mujib; Williams, 2019)<sup>82</sup>.

Boshmaf *et al.* (2013) dizem, ainda, que os *bots* sociais podem promover uma invasão para alcançar uma posição de influência e comprometer a estrutura social da rede por se conectarem com um vasto número de usuários. A ideia é que ao simular o comportamento de um humano, o algoritmo vá gradualmente se conectando com outras contas. Os robôs também espalham desinformação para influenciar opiniões, realizam vigilância *online* e até influenciam “negociações algorítmicas que usam opiniões extraídas de OSNs [Online Social Networks – Redes Sociais Online] para prever o mercado de ações” (Boshmaf *et al.*, 2013, p. 557, tradução nossa).

Com o intuito de simular um comportamento humano, Boshmaf *et al.* (2013) programaram os *bots* para executar dois tipos de operação, as de interação social, utilizadas para ler e escrever conteúdos nas redes sociais, e as de estrutura social que alteram o gráfico social. Foram definidos, ainda, uma série de comandos que envolvem tais operações, como a produção de conteúdo em uma atualização de *status* ou a adesão a comunidades *online*. Os pesquisadores dizem que também é possível incluir recursos computacionais para aprimorar as habilidades de interação

---

<sup>81</sup> De forma bastante interessante, os pesquisadores relatam como se desenvolve uma invasão e dão a conhecer todo o processo.

<sup>82</sup> Apesar disso, Santia, Mujib e Williams (2019) constataram, no banco de dados que analisaram, que até 0,6% das contas as quais frequentemente comentavam em notícias confiáveis eram *bots* sociais, “com quase um em cada dez comentários sobre essas notícias sendo criados por *bots*” (Santia; Mujib; Williams, 2019, p. 464, tradução nossa).

social dos robôs e ativar controles para que interajam socialmente ou permaneçam inativos.

Mas os *bots* sociais podem ser, também, benignos, como os agregadores de conteúdos de diferentes fontes, por exemplo, os de notícias, ou os que são adotados por empresas para responder dúvidas automaticamente (Ferrara *et al.*, 2016; Alothali *et al.*, 2018). Por outro lado, ao serem usados para fins prejudiciais, “enganam, exploram e manipulam o discurso das mídias sociais com rumores, *spam*, *malware*, desinformação, calúnia, ou mesmo apenas barulho. Isso pode resultar em vários níveis de danos para a sociedade” (Ferrara *et al.*, 2016, p. 98, tradução nossa).

Em geral, esse tipo de robô faz parte de uma rede, a *botnet*, comandada por um indivíduo ou grupo, os *bot heders* ou *bot shepherdes* (pastores ou geradores de *bots*). Operando em rede, é possível simular engajamento nas plataformas sociais e, conseqüentemente, fazer parecer que um tema é mais relevante do que na realidade, promovendo uma mobilização ainda maior (Boshmaf *et al.*, 2013; Ferrara *et al.*, 2016; Alothali *et al.*, 2018; Barojan, 2018). Dessa forma, a *botnet* populariza artificialmente uma *hashtag*, conta ou palavra-chave, expondo “os usuários desavisados a conversas amplificadas por *bots*” (Barojan, 2018)

Nessa perspectiva, os *bots* são capazes, por exemplo, de simular apoio a um determinado candidato e influenciar os resultados de uma eleição. Conseguem, também, fazer uma informação, ainda que falsa, parecer popular e apoiada por muitos. “*Bots* sofisticados podem gerar personas que aparecem como seguidores confiáveis e, portanto, são mais difíceis tanto para as pessoas quanto para os algoritmos de filtragem detectarem” (Ferrara *et al.*, 2016, p. 99, tradução nossa).

Um dos maiores desafios atuais é a detecção de *bots* no Twitter, tendo em vista que eles estão cada vez mais sofisticados, até mesmo clonando o comportamento de usuários humanos. Em geral, a detecção pode ser baseada em diferentes sistemas, por exemplo, a partir das informações de redes sociais formadas (o gráfico social), de *crowdsourcing* e inteligência humana ou métodos de machine-learning (Ferrara *et al.*, 2016; Alothali *et al.*, 2018).

O método baseado em gráfico envolve o uso do gráfico social de uma rede social para compreender as informações da rede e as relações entre bordas ou links entre contas para detectar a atividade do *bot*. O método de *crowdsourcing* envolve o uso de anotadores especializados para identificar, avaliar e determinar comportamentos de *bots* sociais. Finalmente, o método de *machine-learning* envolve o desenvolvimento de algoritmos e métodos estatísticos que podem levar a uma compreensão das características

reveladoras ou do comportamento das contas de redes sociais, a fim de distinguir entre atividades lideradas por humanos e por computador (Alothali *et al.*, 2018, p. 176, tradução nossa).

Em relação à análise do gráfico social, por exemplo, considera-se que um grupo de *bots* (chamados de contas sybil) se conectam principalmente com outras contas do mesmo estilo e menos com usuários reais, tendo em vista a necessidade de muitos laços sociais para parecerem confiáveis, conforme mencionado anteriormente. Já para a detecção por *machine-learning*, podem ser observados certos padrões de atuação dos *bots* que vão servir de base para que programas computacionais aprendam a diferenciá-los dos humanos, como as características das redes, do usuário, de seus amigos, dos padrões de tempo (como de geração e consumo de tuítes), do conteúdo e de sentimentos. “Os *bots* sociais retuítam mais que os humanos e têm nomes de usuário mais longos, ao mesmo tempo que produzem menos tuítes, respostas e menções, e são menos retuitados que os humanos. As contas de *bot* também tendem a ser mais recentes” (Ferrara *et al.*, 2016, p. 102, tradução nossa).

Há, ainda, sistemas que usam abordagens múltiplas para diferenciação de *bots* e humanos, como o Renren, com o qual foi possível observar que

usuários reais passam comparativamente mais tempo enviando mensagens e olhando o conteúdo de outros usuários (como fotos e vídeos), enquanto as contas sybil passam seu tempo coletando perfis e fazendo amizade com outras contas. Intuitivamente, as atividades dos *bots* sociais tendem a ser mais simples em termos da variedade de comportamentos exibidos. Ao identificar, também, recursos altamente preditivos, como frequência de convites, solicitações de amizade aceitas e coeficiente de agrupamento<sup>83</sup> de rede, o Renren é capaz de classificar contas em duas categorias: perfis prototípicos semelhantes a *bots* e semelhantes a humanos. As contas sybil na Renren tendem a conspirar e trabalhar juntas para espalhar conteúdo semelhante: esse sinal adicional, codificado como conteúdo e similaridade temporal, é usado para detectar contas conspiratórias (Ferrara *et al.*, 2016, p. 103, tradução nossa).

Alothali *et al.* (2018) ressaltam que, em geral, a diferenciação entre contas, independente do tipo de abordagem, é realizada a partir da observação de variadas

---

<sup>83</sup> “Na teoria dos grafos, o coeficiente de agrupamento (*clustering coefficient*) mede o grau com que os nós de um grafo tendem a agrupar-se. Evidências sugerem que os nós da maioria das redes do mundo real, e em especial as redes sociais, tendem a criar grupos coesos caracterizados por uma alta densidade de laços. A probabilidade de tal acontecer tende a ser maior que a probabilidade média de um laço ser estabelecido, aleatoriamente, entre dois nós. O agrupamento é uma propriedade muito comum nas redes sociais, referindo-se aos círculos de amigos ou conhecidos onde os seus membros se conhecem, formando, assim, um grupo na rede” (Coeficiente...).

características, as quais coincidem mesmo em sistemas diversos. Os pesquisadores apresentam uma tabela com as características mais comuns e ressaltam algumas delas, como, por exemplo, o fato de uma conta ser verificada indica que é humana; uma imagem de perfil padronizada aponta para um novo usuário ou uma conta operada por robô; tuítes e retuítes em um intervalo temporal pequeno pode ser indicação de bot. É possível observar, também, a taxa de postagem de conteúdo semelhante com URL, um indício robótico, já que é “um comportamento de cultivo de *links* normalmente empregado por *spammers* e contas de *bot*” (Alothali *et al.*, 2018, p. 178, tradução nossa). Além disso, quando uma conta é nova, mas tem um alto número de seguidores, esses podem ser falsos e a conta, um *bot*.

Para ajudar os usuários comuns a identificarem o uso de robôs, o Laboratório de Pesquisa Forense Digital (DFRLab, da sigla em inglês)<sup>84</sup> reuniu seis indicadores (Quadro 4). A presença de, no mínimo, três deles pode apontar para a atuação robótica. “A única coisa importante a lembrar, no entanto, é que a conta não pode ser considerada um *bot* ou um *troll*<sup>85</sup>, até que seja meticulosamente provado o contrário” (Barojan, 2016).

Quadro 4 - Indicadores de *botnet*

| Indicador           | Descrição                                                                                                                                                 |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Padrão de fala      | Contas que utilizam o mesmo padrão de fala, por exemplo, tuítes de artigos de notícias cujo título é o próprio texto da postagem.                         |
| Postagens idênticas | As postagens costumam ser exatamente a mesma porque a maioria dos <i>bots</i> são baseados em programações muito simples <sup>86</sup> .                  |
| Padrões de contas   | Mesmo padrão de identificador para nomear os <i>bots</i> , por exemplo, números com as mesmas quantidades de dígitos e contas alfanuméricas sistemáticas. |

<sup>84</sup> O Laboratório de Pesquisa Forense Digital é uma organização especializada técnica e politicamente em desinformação, tecnologias conectivas, democracia e o futuro dos direitos digitais. A instituição se define como “construtora de campo, estudando, definindo e informando abordagens para o ecossistema global de informações e a tecnologia que o sustenta”. Mais informações, ver em: <https://dfrlab.org/>. Acesso em 31 jul. 2024.

<sup>85</sup> “Um *troll* é uma pessoa ([https://pt.wikipedia.org/wiki/Trol\\_\(internet\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Trol_(internet))) que intencionalmente inicia um conflito *online* ou ofende outros usuários para distrair e semear divisões publicando postagens inflamatórias ou fora do tópico em uma comunidade *online* ou em uma rede social. Seu objetivo é provocar outros a uma resposta emocional e atrapalhar discussões” (Barojan, 2018).

<sup>86</sup> Em estudo mais recente, Ferrara (2020a) chama a atenção para o fato de que, com o desenvolvimento de Inteligência Artificial, os *bots* foram aperfeiçoados na geração de linguagem natural e, assim, são capazes de fazer “textos curtos com aparência genuína em plataformas como o Twitter, tornando mais difícil distinguir entre contas humanas e automatizadas” (Ferrara, 2020a, p. 4, tradução nossa).

|                                         |                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Data e hora de criação                  | Uma <i>botnet</i> , em geral, apresenta robôs com data similar de criação, como mesmo dia ou semana.                                                                                                                      |
| Atividade idêntica no Twitter (atual X) | Atividades como seguir os mesmos usuários não relacionados em ordem similar, quando feita por contas não conectadas.                                                                                                      |
| Localização                             | Uma localização compartilhada por contas suspeitas é muito comum em <i>bots</i> políticos, os quais usam o local onde o candidato ou o partido promovido concorrem na tentativa de influenciar uma tendência de conteúdo. |

Fonte: Barojan (2018), elaborado pela autora (2024).

Já no estudo sobre *bots* no Facebook, de Santia; Mujib e Williams (2019), citado anteriormente, para diferenciar comportamento humano do robótico, um grupo de anotadores levou em consideração a repetição de comentários, “o tipo mais óbvio de conteúdo automatizado” (Santia; Mujib; Williams, 2019, p. 466, tradução nossa). Também observou a postagem recorrente de *links* similares e a data/hora dessas postagens, já que, em geral, os robôs conseguem produzir conteúdo mais rapidamente do que é viável para um humano. Além disso, os comentários costumavam ser mais longos e densos e um mesmo *bot* podia ser usado poucas vezes para gerar um grande número de comentários, sem publicar mais posteriormente.

Por outro lado, para caracterizar humanos, foram observados perfis com informações mais completas, como várias fotos, padrão regular de postagem ou com uma variedade de amigos e familiares ativos. “Alternativamente, perfis com apenas uma ou duas fotos e sem evidências de amigos próximos ou familiares foram analisados com mais suspeita” (Santia; Mujib; Williams, 2019, p. 466, tradução nossa). Foi considerado, ainda, que os humanos utilizam mais novas palavras para expressar ideias, não teriam os “surto de comentários” exibidos por robôs e apresentariam um ritmo de conversa, com postagem e resposta, menos uniforme que os computacionais.

Diante disso, ressaltamos que os *bots* sociais procuram imitar e alterar o comportamento humano, circulando desinformação para influenciar opiniões. O referencial apresentado aponta que eles passam maior tempo coletando perfis e fazendo amizade, inclusive com outras contas do mesmo tipo, por isso, apesar de mais recentes, possuem um alto número de seguidores. Consequentemente, operam em rede, simulam um engajamento nas plataformas sociais e conseguem fazer uma temática parecer mais relevante, popular e apoiada por muitos. É por isso que,

também, segundo o que vimos, muitas contas robóticas são criadas no local onde um candidato ou partido político concorrem, visando influenciar uma tendência de conteúdo. Dessa forma, é possível compreender a atuação robótica na distribuição de desinformação por meio da viralização de conteúdos enganosos, efeito gerado pela multiplicação desses conteúdos por uma rede de robôs que promove sua difusão.

A seguir, vamos retomar os estudos sobre a utilização de robôs na propagação de desinformação sobre a Pandemia de COVID-19, tendo em vista que é o período de recorte estudado nesta tese.

### 5.1.1 Os *bots* na Pandemia de COVID-19

Conforme constatamos no Capítulo 2, para além de uma percepção cotidiana da desinformação em circulação no período pandêmico, pesquisas confirmaram a presença desses processos ao longo da emergência de saúde pública (Alzamora; Ribeiro; Mendes, 2021; Recuero, 2021, por exemplo), o que motivou o recorte escolhido para esta tese. Alguns trabalhos também observaram a presença de robôs para circular informações sobre a Pandemia de COVID-19 nas plataformas de mídia social.

Ferrara (2020a) afirma que, assim como na política, na saúde, os *bots* podem manipular um consenso, apoiar certas opiniões, auxiliar na formação de polarização, ampliar o caos e a confusão e promover manipulação algorítmica, tudo com a intenção de espalhar fatos anticientíficos. Em um estudo baseado na probabilidade de uma conta ser robótica ou não em uma definição binária (*bot* ou não *bot*), o pesquisador notou que “contas com as pontuações de *bot* mais altas postam cerca de 27 vezes mais sobre a COVID-19 do que aquelas com pontuações de *bot* mais baixas” (Ferrara, 2020a, p. 8, tradução nossa). Além disso, esses usuários retuíam mais de que os prováveis humanos. A pesquisa confirma, ainda, que as contas com mais características humanas são mais verificadas que as robóticas.

Ferrara (2022a) observou que os prováveis *bots* possuíam mais tuítes sobre COVID-19, contudo, uma média menor de tuítes em geral, menos seguidores, menos tuítes favoritos por outros usuários e eram adicionados em menos listas públicas. Além disso, possuíam contas mais recentes, majoritariamente criadas próximas do início da pandemia e que, em seguida, já se envolviam com intensidade nas

discussões sobre o tema. O estudo notou, ainda, uma atividade maior (35%) de contas com probabilidade robótica provenientes de servidores da Ásia, Sudeste Asiático, Rússia e Oriente Médio e uma atuação provável humana maior (55%) de servidores na Europa e Américas. “Investigações anteriores realizadas pelo Twitter revelaram a presença sistemática de operações de informação baseadas em países como Rússia, Irã, Coreia do Norte e China, e esse padrão parece emergir novamente para a discussão de COVID-19” (Ferrara, 2020a, p. 11, tradução nossa).

A pesquisa concluiu que os prováveis *bots* espalhavam conspirações na mesma medida que os humanos abordavam uma preocupação com a saúde pública. As postagens de contas suspeitas possuíam palavras-chave como “QAnon”, uma teoria conspiratória da extrema direita sobre um ataque contra o presidente estadunidense, Donald Trump (na época, ex-presidente), no mesmo espaço temporal, indicando um esforço para gerar engajamento em torno do tema. Esse tipo de “explosão de atividade” (Ferrara, 2020a, p. 15, tradução nossa) é característico de operações coordenadas, diferente da atuação de *bots* de notícias, por exemplo.

Outros assuntos trabalhados eram que o vírus surgiu nos laboratórios da cidade chinesa de Wuhan; que era uma arma global biológica, que foi levado para os EUA por militares e que os produtos chineses poderiam estar infectados. A tendência foi a mesma na utilização de *hashtags*. Os robôs pareceram operar em um “sequestro de tendências” ao aproveitarem a popularidade da discussão sobre a COVID-19, “para injetar uma mensagem ou narrativa deliberada, a fim de ampliar a sua visibilidade” (Ferrara, 2020a, p. 15, tradução nossa).

Por outro lado, Ferrara (2020b) apontou um caráter ativista em contas com alta probabilidade robótica, na medida em que abordavam a preocupação com a limitação na liberdade de expressão sobre a pandemia de COVID-19 na China. “(...) A automação pode ter sido usada para divulgar informações de forma mais eficiente, no Twitter de língua inglesa, sobre eventos ocorridos na China que, de outra forma, poderiam ter sido censurados pelo governo” (Ferrara, 2020b, p. 18, tradução nossa). Entre os temas impulsionados por *bots* estavam direitos humanos e liberdade de expressão, como a relação entre a China e Taiwan, as violações dos direitos humanos contra a população uigure e referências a um dos primeiros jornalistas que noticiaram a COVID-19 na China, Chen Qiushi, o qual estaria desaparecido, possivelmente detido pelo governo.

Já Uyheng e Carley (2020) analisaram em que medida a atuação de *bots* pode estar relacionada ao discurso de ódio relativo à Pandemia de COVID-19, no X, em um estudo comparativo entre os EUA e as Filipinas. Os pesquisadores constataram que:

Embora uma proporção maior de tuítes seja produzida por *bots* no conjunto de dados dos EUA, capturamos mais tuítes de *bots* em números brutos no conjunto de dados das Filipinas. Por outro lado, embora um número maior de *bots* tenha sido encontrado em números brutos nos EUA, as Filipinas tinham uma proporção maior de usuários robóticos. Coletivamente, essas previsões iniciais sugerem que os *bots* estavam tuitando em uma taxa mais prolífica nas Filipinas, se comparado aos EUA (Uyheng; Carley, 2020 p. 453, tradução nossa).

Foi observado, ainda, que os discursos ofensivos são mais comuns que o discurso de ódio em ambos os países. Após a realização do estudo, foram suspensas 5,96% das contas analisadas nos EUA e 5,18% nas Filipinas, as quais apresentavam altas pontuações para *bot* e discurso ofensivo. As contas banidas nos EUA não apontavam para discurso de ódio, diferente do que ocorria nas Filipinas. O fator mais preponderante para a suspensão, nos EUA, foi a alta probabilidade robótica, enquanto, nas Filipinas, se a conta tinha elevada pontuação para *bot*, se apresentava discurso ofensivo ou se possuía características computacionais e apresentava discurso de ódio.

Os pesquisadores constataram, também, que “momentos de crise podem desencadear conteúdos relativamente comuns ofensivos ou inadequados, mas os tuítes de *bots* não eram os únicos a expressar toxicidade” (Uyheng; Carley, 2020 p. 456, tradução nossa). Nos EUA, as contas computacionais com menores níveis de ódio funcionavam mais como pontes, enquanto as com maiores, estavam relacionadas a uma comunicação mais local. Os atores de maior influência apresentavam maior probabilidade robótica e procuravam amplificar suas mensagens ao interagir com usuários influentes. Contudo, as contas que mais propagavam ódio eram humanas e já estavam anteriormente engajadas em discussões acerca do ódio racial, enquanto os usuários robóticos procuravam ampliar esses discursos ao levá-los para usuários não relacionados ao tema.

Os *bots* nos EUA também são mais propensos a mencionar identidades políticas de forma generalizada, especialmente em mensagens mais odiosas. Isso aponta para tentativas mais consistentes de contas inautênticas em

intensificar os conflitos políticos anteriores ao longo da pandemia (Uyheng; Carley, 2020 p. 458, tradução nossa).

Já nas Filipinas, independentemente do tipo de conta, “os usuários mais odiosos atuavam de forma mais poderosa como ponte entre grupos e se envolviam em níveis gerais mais elevados de interação, no Twitter, com outros” (Uyheng; Carley, 2020 p. 457, tradução nossa). Contudo, o fluxo de informação sobre a pandemia no país era um pouco mais controlado por robôs que se distribuíam melhor pela rede. Os usuários computacionais, exceto os mais odiosos, apresentavam relacionamento mais frequente com contas influentes, assim como os humanos mais odiosos. As identidades políticas formaram um grupo proeminente de discussão, especialmente em mensagens de ódio propagadas por possíveis *bots*, apesar de aparecerem com mais frequência nas discussões humanas.

Os pesquisadores sugerem, ainda, que os *bots* conseguem espalhar ódio mais efetivamente em grupos conectados de forma mais próxima, e que a combinação entre atividade robótica e interações internas frequentes indica níveis altos de ódio. Os *bots* estadunidenses espalham ódio em grupos densos e isolados. Já nas Filipinas, isso ocorria por meio de comunidades de câmara de eco, e o ódio tendia a se proliferar em grupos cuja discussão era dominada por alguns poucos usuários.

Diante disso, a pesquisa concluiu que a atividade robótica era maior durante a pandemia se comparada a períodos comuns. Apontou, também, que, na relação entre atuação de *bots* e discurso de ódio, é adequado observar a estrutura de grupos locais e globais, mais do que os tuítes. Foi observado que principalmente os *bots* odiosos têm influência e controle sobre aspectos relevantes nas discussões sobre COVID-19 e que os humanos possuem um papel importante na disseminação de discurso de ódio. Além disso, os autores ratificaram a teoria de que uma comunicação realizada de forma mais isolada em conjunto com uma atividade robótica é mais tóxica.

Dirigir o ódio contra minorias raciais ou étnicas específicas – o ódio racial – pode ter como intenção semear conflitos e aprofundar divisões intergrupais. Entretanto, dirigir o ódio a determinados líderes políticos – ódio político – pode ter como objetivo o enfraquecimento da confiança nas instituições governamentais e na liderança existente (Uyheng; Carley, 2020 p. 462, tradução nossa).

Em um estudo mais simples, Marx *et al.* (2020) pesquisaram em que medida os *bots* sociais afetaram a discussão sobre COVID-19, no X, ao disseminar

desinformação. Os autores utilizaram técnicas de detecção de contas computacionais e uma análise de conteúdo manual para identificar as peças desinformativas em meio a tuítes que apresentavam uma frequência elevada de publicação. Foi observado que os assuntos enganosos e teorias da conspiração contavam com o suporte de retuítes de notícias e atualizações sobre o vírus. A conclusão foi de que o impacto dos *bots* na infodemia de COVID-19 era muito limitado, porém os resultados auxiliam na compreensão de comportamentos em um cenário de desinformação em pandemias. “Esses mecanismos não se aplicam apenas às questões de *bots* sociais, mas podem ser transferidos para outros usuários de mídia social que tentam exercer influência dentro de um ambiente ‘infodêmico’” (Marx *et al.*, 2020, p. 5).

Já Young *et al.* (2021) propõem intervenções de rede que “oferecem um quadro prático para identificar componentes distintos, mas interdependentes, dos sistemas de desinformação que exigem atenção das comunidades de pesquisa e saúde pública”. Uma das estratégias propostas é a remoção de *bots* maliciosos e a inclusão de benignos, tendo em vista que, como apontou Ferrara (2020b), a atuação de robôs no Twitter envolvendo assuntos sobre COVID-19 parece ter ampliado a circulação de conteúdos que poderiam ter sofrido censura, por exemplo.

Já Chang e Ferrara (2022) procuraram pesquisar se havia diferenças na interação entre *bots* liberais e conservadores com humanos, a efetividade das estratégias robóticas, se esses atores eram politicamente mais diversos que humanos, se as contas autênticas e inautênticas focavam nos mesmos assuntos e desinformações e se enquadravam nas informações (certas e erradas) sobre COVID-19 da mesma forma. Os autores descobriram que os usuários liberais dominavam a discussão sobre a pandemia e que os robôs tuitavam duas vezes mais, sendo considerados mais centrais, contudo, isso pode ter ocorrido devido a uma quantidade maior de usuários esporádicos. Além disso, as contas liberais computacionais incitavam mais respostas por meio de retuítes (até 20% dos retuítes humanos), embora os *bots* conservadores performassem melhor em receber respostas, o que pode ter acontecido por simularem melhor contas humanas.

Diferentemente de pesquisas políticas anteriores, Chang e Ferrara (2022) concluíram que os conservadores retuítavam com mais diversidade, mas os pesquisadores atentam para o fato de que isso ocorre devido à ausência de *bots* conservadores com um envolvimento restrito em temas relacionados à COVID-19. Foi

constatado, ainda, que tanto contas humanas quanto robóticas dos diferentes espectros políticos encaravam a pandemia de forma diferente. Os usuários autênticos estavam mais atentos a discussões sobre máscaras e distanciamento social, enquanto os *bots* se relacionavam a assuntos mais políticos, como a projetos de leis envolvendo ajuda humanitária.

Assimetrias partidárias emergem na desinformação narrativas. Usuários conservadores tuítam frequentemente sobre Bill Gates e conspiração de armas biológicas, e *bots* conservadores, em particular, promoveram a narrativa sobre arma biológica até 200% a mais do que suas contrapartes humanas. Em contraste, tanto liberais como conservadores envolveram-se em conspirações sobre 5G (Chang; Ferrara, 2022, p. 1423, tradução nossa).

Os humanos conservadores evitavam a hashtag #wearAMask e abordavam mais as políticas de *lockdown* o que, para os autores, mostra como a política pode influenciar práticas de saúde pública. Em relação às políticas de auxílio humanitário, conservadores tuitavam sobre liberais e vice-versa. Já o distanciamento social era tratado como uma prática de saúde para liberais e um assunto político para os conservadores. Além disso, os humanos liberais geralmente usavam palavras menos educadas principalmente em discussões sobre práticas de saúde.

Chang e Ferrara (2022) dizem que o mais importante nesses resultados está relacionado ao fluxo de informação, na forma como os robôs agem como intermediários entre as elites e os usuários comuns, o que significa que, apesar de não colocarem assuntos em pauta, possibilitam a distribuição de temas. “Além disso, existem assimetrias, como a capacidade dos *bots* conservadores de interagir com humanos através de respostas. Observamos também que os *bots* parecem mais sensíveis a temas populares e controversos (...)” (Chang; Ferrara, 2022, p. 1424, tradução nossa).

A seguir, vamos relacionar as características robóticas descritas nos estudos anteriores aos diferentes tipos de signos da Analítica de Peirce. A Analítica, ou gramática especulativa, é o ramo da semiótica que estuda as tipologias sígnicas desenvolvidas pelo lógico, a partir das relações do signo em si mesmo, do signo com o objeto dinâmico e do signo com o interpretante<sup>87</sup>, conforme tabela abaixo:

---

<sup>87</sup> Peirce desenvolveu, também, outros tipos sígnicos, mas manteve seus esforços mais direcionados aos gerados nessas três relações.

Quadro 5 - Classificação dos signos segundo a Semiótica de Peirce

|                     | <b>Primeiridade</b> | <b>Secundidade</b>      | <b>Terceiridade</b>   |
|---------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------|
|                     | Signo em si mesmo   | Signo e objeto dinâmico | Signo e interpretante |
| <b>Primeiridade</b> | Qualissigno         | Ícone                   | Rema                  |
| <b>Secundidade</b>  | Sinssigno           | Índice                  | Discente              |
| <b>Terceiridade</b> | Legissigno          | Símbolo                 | Argumento             |

Fonte: CP 2.243-252. Idealizado por Franscisco José Paoliello Pimenta e disponível em Carvalho (2016)

O qualissigno, como Primeiridade pura, são qualidades possíveis de percepção, mas, se não percebidas, figuram como uma potencialidade. Se percebidas, passam a existir como um sinssigno. O legissigno é uma lei que guia ocorrências particulares, nas palavras de Peirce (CP 2.246, tradução nossa): “(...) todo signo convencional é um legissigno [mas não inversamente]. Ele não é um único objeto, mas um tipo geral que, por meio de um acordo, será significativo”. Portanto, compreendemos como padrões formais dos signos.

Na segunda coluna do Quadro 5, as características qualitativas, existenciais e os padrões formais do signo são relacionados com as do objeto dinâmico, por meio do repertório da mente que interpreta o signo, ou da experiência colateral, que abordaremos no próximo capítulo. Como pontua Santaella (2005, p. 46), “só as qualidades podem sugerir, só os existentes podem indicar e só as leis podem representar”,

No ícone, há a possibilidade de uma conexão por semelhança das qualidades do signo com as qualidades do objeto dinâmico. No índice, as características percebidas do signo são existencialmente relacionadas com as características do objeto, ou seja, há uma conexão existencial entre signo e objeto (CP 2.248). Nos símbolos, signos e objetos se relacionam por meio de padrões, o que permite a representação do objeto por força de um hábito ou convenção (CP 2.249).

Na relação do signo com seu interpretante, o rema é primeiridade pura e, portanto, somente possibilidade e potencialidade (CP 2.250). Neste local, podemos posicionar, também, o Interpretante Imediato (CP 4.536), definido como as possibilidades interpretativas de um signo. Já o dicente, na Secundidade pura, é “para o seu interpretante um sinal de existência real” (CP 2.251, tradução nossa), capaz de gerar um interpretante dinâmico (CP 4.536), realmente existente. Em plena Terceiridade, está o signo mais genuíno, o argumento, subdividido em abdução,

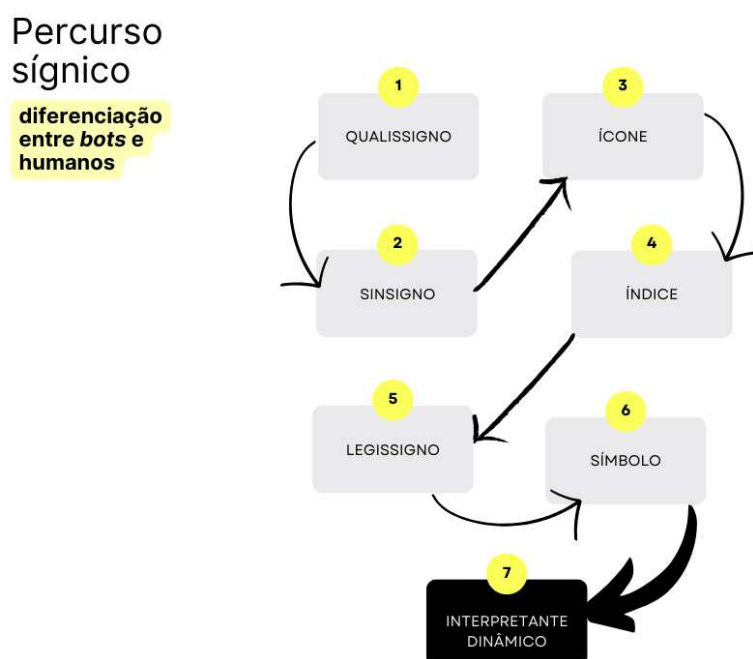
dedução e indução. Ele pode ser articulado, logicamente, ao interpretante final, continuamente em devir, o qual buscamos por meio da pesquisa científica, que abordamos no Capítulo 2. Sobre os diferentes interpretantes, aprofundaremos no Capítulo 7.

A partir das informações acima é que realizamos uma análise semiótica das características robóticas que apresentaremos a seguir.

### 5.1.2 Os signos relacionados a humanos ou robôs

Conforme pontuamos anteriormente, os sistemas de detecção de *bots* diferenciam características de atuação humana ou robótica para definir a probabilidade da presença de robôs em um determinado cenário. Construímos o Quadro 5 com essas diferentes características, procurando relacioná-los a tipos signos predominantes, conforme a Analítica de Peirce. Antes de apresentá-la, contudo, é importante explicitar qual o percurso do signo no seu desenvolvimento do qualissigno ao interpretante dinâmico, descrito na análise semiótica, por meio do Diagrama 3, a seguir:

Diagrama 3 - Percurso do signo na análise semiótica de características robóticas



Fonte: Elaborada pela autora (2024).

Abaixo, apresentamos o Quadro 6 com a análise semiótica realizada a partir do desenvolvimento do signo, conforme diagrama acima:

Quadro 6 - Diferenciação semiótica de atividade humana ou robótica

| <b>Bots</b>                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Característica</b>                                                                  | <b>Análise semiótica</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Data similar de criação com outras contas <i>bots</i>                                  | <u>Repetição:</u><br>Qualissignos com qualidade de repetição que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo repetição pode ser associado ao objeto mesmas data de criação, identificador de nome, localização, atividades, tuítes e retuítes, URLs, postagens, maneiras de falar e imagem de perfis. Se associados, são tomados como índices da atividade robótica por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno atividades idênticas ou similares pode ser relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade robótica, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de <i>bots</i> .                                                                             |
| Mesmo padrão de identificador no nome                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Imagem de perfil padronizada                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Localização compartilhada com outras contas <i>bots</i>                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Atividades idênticas, como seguir os mesmos usuários não relacionados em ordem similar |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Tuítes e retuítes em um intervalo temporal pequeno                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Alta taxa de postagem de conteúdo semelhante com URL                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Postagens idênticas                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mesmo padrão de fala                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Perfis menos completos (apenas uma ou duas fotos)                                      | <u>Simplicidade:</u><br>Qualissignos com qualidade de simplicidade que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo simplicidade pode ser associado ao objeto poucas fotos de perfil, poucos amigos próximos ou familiares e seguidores, menos variedade de comportamentos, tuítes favoritos, tuítes, respostas e menções, menos retuíteado, além de pertencimento a poucas contas públicas. Se associados, são tomados como índices da atividade robótica por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno comportamento simplista pode ser relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade robótica, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de <i>bots</i> . |
| Sem evidências de amigos próximos ou familiares                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menos seguidores                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Contas adicionados em menos listas públicas                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Atividades mais simples em termos da variedade de comportamentos                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menos tuítes favoritos por outros usuários                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menos tuítes, respostas e menções                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Menos retuitados                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Nomes de usuários mais longos                                                          | <u>Amplificação:</u><br>Qualissignos com qualidade de amplificação que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo amplificação pode ser associado ao                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mesmo recente, apresenta alto número de seguidores                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Maior tempo coletando perfis e fazendo amizade com outras contas                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Mais retuítes                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Produção de conteúdo mais rapidamente                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

|                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alta taxa de postagem de conteúdo semelhante com URL                                        | objeto nome da conta, número de seguidores, coleta de perfis, solicitação de amizade, retuítes, produção de conteúdo e de comentários, mesmo conteúdo com URL, tamanho e densidade do comentário, conspirações sobre COVID-19, circulação de conteúdo e conflitos. Se associados, são tomados como índices da atividade robótica por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno tendência a amplificação é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade robótica, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de <i>bots</i> .                   |
| Comentários mais longos e densos                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Surtos de comentários                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Grande número de comentários, sem mais publicações posteriores.                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Espalham mais conspirações sobre COVID-19                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ampliam discurso levando-o a usuários não relacionados ao tema em discussão                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Intensificam conflitos políticos anteriores ao longo da pandemia                            | <u>Proximidade:</u><br>Qualissignos com qualidade de proximidade que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo proximidade pode ser associado ao objeto atuação. Se associados, são tomados como índices da atividade robótica por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno atuação conjunta é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade robótica, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de <i>bots</i> . |
| Operação em redes para simular engajamento (conectam-se mais a outros <i>bots</i> )         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Tendencia a conspirar e trabalhar em conjunto para espalhar conteúdo semelhante             | <u>Novidade:</u><br>Qualissignos com qualidade de novidade que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo novidade pode ser associado ao objeto conta. Se associados, são tomados como índices da atividade robótica por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno conta recente é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade robótica, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de <i>bots</i> .               |
| Tendência a ser mais recente                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Operam em um sequestro de tendência                                                         | Padrões que requerem investigação mais aprofundada após percepção inicial do objeto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Caráter ativista ao propagar temas passíveis de censura                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Relacionam-se com usuários mais influentes                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Espalham ódio em grupos conectados de forma mais próxima                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Discorrem sobre assuntos mais políticos, como projetos de leis envolvendo ajuda humanitária |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Mais sensíveis a temas populares e controversos                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Humanos                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Característica                                                                              | Tipo signico predominante                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Contas mais antigas                                                                                | <u>Antiguidade:</u><br>Qualissignos com qualidade de antiguidade que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo antiguidade pode ser associado ao objeto conta. Se associados, são tomados como índices da atividade humana por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno conta antiga é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade humana, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de contas autênticas.                                                                                                                                                                                                            |
| Perfis com informações mais completas (várias fotos)                                               | <u>Complexidade:</u><br>Qualissignos com qualidades de complexidade que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo complexidade pode ser associado ao objeto informações da conta, e comportamentos, como amizades, familiares, envio de mensagens, observação de outros usuários, produção cuidadosa de conteúdo, ritmo de conversa e participação em listas públicas. Se associados, são tomados como índices da atividade humana por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno ações complexas é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade humana, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de contas autênticas. |
| Variedade de amigos e familiares ativos                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Mais seguidores                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Atividades mais complexas em termos da variedade de comportamentos                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Passam mais tempo enviando mensagens e olhando o conteúdo de outros usuários (como fotos e vídeos) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Maior tempo para produção de conteúdo                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Ritmo de conversa ( Postagem e resposta) menos uniforme                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Contas adicionados em mais listas públicas                                                         | <u>Singularidade:</u><br>Qualissignos com qualidade de singularidade, do que não repetível, que se impulsionam sobre jornalistas checadores de fatos para serem percebidos e tornarem-se sinsignos e, portanto, existentes. Por meio de similaridade icônica, o signo singularidade pode ser associado ao objeto comentários, nome da conta, conta verificada, tuítes favoritados e formas de postagem. Se associados, são tomados como índices da atividade humana por jornalistas checadores de fatos que é, portanto, considerada como existente. Dessa forma, o legissigno ações individualizadas é relacionado ao padrão simbólico do objeto probabilidade humana, levando a interpretantes dinâmicos de detecção de contas autênticas.                                                                                     |
| Comentários menos longos e densos                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Nomes de usuários mais curtos                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Conta geralmente verificada                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Mais tuítes favoritados por outros usuários                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Padrão regular de postagem                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Menos retuítes                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Mais tuítes, respostas e menções                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Mais retuitados                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Maior preocupação com saúde pública relativos à COVID-19                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                                                                  |                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Mais atentos a discussões sobre máscaras e distanciamento social | Padrões que requerem investigação mais aprofundada após percepção inicial do objeto. |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|

Fonte: Boshmaf *et al.*, 2013; Ferrara *et al.*, 2016; Alothali *et al.*, 2018; Barojan, 2018; Santia; Mujib; Williams, 2019; Ferrara, 2020a; Ferrara, 2020b; Ferrara; Cresci; Luceri, 2020; Marx *et al.*, 2020; Young *et al.*, 2021; Chang; Ferrara, 2022. Análise semiótica produzida pela autora (2024)

As diferenças semióticas constatadas entre robôs ou humanos influenciam o processo perceptivo de jornalistas checadores de fatos sobre o qual discorreremos a seguir.

## 5.2 O PROCESSO PERCEPTIVO EM PEIRCE

No Pragmaticismo, o início do processo perceptivo é um momento de maior possibilidade de apreensão da novidade, porque é uma fase de descobertas que está fora de um controle consciente (CP 5.294) e, portanto, é irresistível, sem oportunidades de negação, “pois não há como negarmos o que recebemos dos órgãos dos sentidos” (Pimenta, 2016, p. 41). Em Peirce, a percepção dos objetos é um processo triádico que passa por percepto, percipuum<sup>88</sup> e julgamento perceptivo, os quais podem ser relacionados, respectivamente, a objeto dinâmico, objeto imediato e signo-interpretante (Santaella, 2000; Bergman, 2007, Pimenta, 2016). Sobre esses, falaremos mais detalhadamente nos próximos capítulos. Peirce define da seguinte forma:

Nada podemos saber sobre o percepto a não ser pelo testemunho do julgamento de percepção, exceto o fato de nós sentirmos o golpe do perceto, a reação dele contra nós, assim como vemos os conteúdos dele arranjados num objeto, na sua totalidade – excetuando-se também, certamente o que os psicólogos são capazes de extrair inferencialmente. Mas, no momento em que fixamos nossa mente sobre ele e pensamos sobre o menor detalhe dele, é o julgamento perceptivo que nos diz o que nós percebemos. Por esta e outras razões, proponho considerar o percepto, tal como ele é imediatamente interpretado no julgamento de percepção, sob o nome de “percipuum” (CP 7.643, tradução Santaella, 2000)

<sup>88</sup> Alguns dos comentadores citados neste capítulo, como Almender (1970) e Nesher (1984; 2002), não abordam ou não utilizam com frequência o percepto percebido como percipuum, apesar de tratarem sobre ele. Contudo, Bergman (2007) chega a conclusão de que “algumas das contradições mais flagrantes na abordagem madura da percepção de Peirce podem ser resolvidas reconhecendo uma distinção entre percepto e percipuum, bem como identificando o nível relevante de investigação” (Bergman, 2007, p. 75-76). O comentador está se referindo ao fato de que, mesmo nos escritos maduros do lógico, o percepto é descrito como um signo (CP 4.539; MS 641:19), fato que também discutimos mais à frente.

Conforme as palavras de Peirce, o percepto é algo que está fora, mas que se impõe sobre nós e compele nossa atenção, enquanto o percipuum é o percepto percebido ao atingir nossos sentidos, de acordo com os limites impostos por nossos sensores, e o julgamento perceptivo, o percipuum captado pelos nossos esquemas perceptivos ou julgamentos de percepção (Santaella, 2000). Assim, a partir de um Antecepto, descrito pelo pragmaticismo como uma qualidade frágil, vaga, meramente possível, algo se torna indubitável quando chega ao juízo perceptivo. Isso possibilita a percepção de que uma ocorrência singular faz parte de algo mais geral. “Portanto, é a partir daí, dessa experiência imediata, que se passa a uma concepção de alteridade e de que há ali, um fenômeno novo, ou seja, chega-se a um Ponecipuum, ao Juízo Perceptivo” (Pimenta, 2016, p. 42).

O percepto se força sobre nós não para ser representado, como uma imagem, aparência ou algum tipo de intermediário, mas simplesmente se impõe, e incomoda aquele que o percebe com uma força física, de alguma forma. “Ele se impõe ao meu olhar; mas não como substituto de qualquer outra coisa, não ‘como’ nada. Simplesmente bate no portal da minha alma e permanece ali na porta” (CP 7.619, tradução nossa).

Ele pode ser resumido em três itens: traz uma contribuição positiva para o conhecimento, compele o percebido ao conhecimento e, por fim, esse conhecimento é sem razão ou pretensão de razoabilidade (CP 7.622). “O percepto, pelo contrário, é absolutamente estúpido. Ela age sobre nós, impõe-se a nós; mas não aborda a razão nem apela a nada em busca de apoio” (Almender, 1970, p. 101, tradução nossa). Dessa forma, é por meio da força exercida pelo percepto “desinformação com atuação robótica”, por exemplo, que os jornalistas verificadores iniciam um processo de percepção desse fenômeno.

A percepção do percepto, ou o percipuum, se dá em três níveis, de acordo com as categorias fenomenológicas. No primeiro deles, é uma qualidade de sentimento vaga e indefinida, uma imedaticidade qualitativa, monádica, não regulável e, portanto, sem relação com tempo e espaço. É um “mero tónus de consciência porosa e desarmada, que se dilata e se dissolve, absorvida na mistura alquímica entre o percepto e os sentidos” (Santaella, 2000, p. 52). No segundo nível da gradação, é uma reação a um impulso externo “que brutalmente arromba os sentidos,

interrompendo o fluxo da consciência” (Santaella, 2000, p. 53) e, assim, causando uma surpresa perceptiva. Se muito intensos, podem trazer tontura, confusão de sentidos e desequilíbrio; se indesejados, “fazem correr pelo corpo o arrepio da aversão, deixando na boca o gosto seco e metálico do susto” (Santaella, 2000, p. 53).

Enquanto esses dois primeiros níveis são pré-interpretativos, o terceiro possibilita que o processo perceptivo evolua na continuidade dos processos mentais, pois relaciona-se aos princípios condutores dos hábitos de percepção. “Estes princípios, de fato verdadeiros condutos, conformam o percipuum aos esquemas gerais reguladores da ação perceptiva, que desemboca numa interpretação ou significação conferida pelo julgamento perceptivo” (Santaella, 2000, p. 53). Sobre o julgamento perceptivo, por meio do qual o processo perceptivo incorpora o conhecimento (CP 5.568; CP 4.539; CP 4.541; CP 5.54; CP 7. 626), Peirce diz o seguinte:

A inferência abductiva abriga-se no julgamento perceptivo sem uma linha firme de demarcação entre ambos; em outras palavras, nossas primeiras premissas, os julgamentos perceptivos devem ser considerados como casos extremos de inferência abductiva (CP 5.181, tradução nossa).

Recorrendo a Bernstein (1964), Santaella (2005) ressalta que o juízo perceptivo é indubitável, porque se força sobre nós. Entretanto, é passível de erro, por ter um elemento hipotético na sua formação. Diferente do processo abductivo, aquele tipo de julgamento não pode ser deliberadamente controlado e, por isso, não é possível criticar essa operação da mente, mas apenas o seu resultado, constatando o motivo de algo ter sido percebido falsamente. Santaella (2005) resume de forma bastante esclarecedora:

Embora o percepto, em si, seja mudo e nada professe (só sabemos dele através do julgamento de percepção), ele insiste na sua singularidade, determinando o julgamento de percepção. Embora este seja indubitável, ele pode ser falso, mas também ser corrigido, porque o percepto insiste, exercendo sua influência sobre o julgamento de percepção. Um julgamento de percepção destituído da certeza e da compulsão, que são próprias da percepção, constituindo-se numa inferência abductiva (Santaella, 2000, p. 55).

Assim, relacionando esse processo a nossa pesquisa, o percepto “desinformação com atuação robótica” que se forçou sobre os jornalistas verificadores gera efeitos, os quais se desenvolvem a partir de uma consciência ainda muito rudimentar. Isso leva a uma “surpresa perceptiva” (Santaella, 2000) que, em seguida,

se conforma aos esquemas reguladores da percepção, alcançando o julgamento perceptivo como uma constatação de desinformação com participação de *bots*. Contudo, ainda como uma hipótese, essa constatação é uma possibilidade que deve ser testada, pois pode ser errônea.

Em geral, em relação a esse esquema de processo perceptivo apresentado, os comentadores refletem, principalmente, sobre a natureza do percepto, se seria um real existente ou cognitivo. Almender, por exemplo, defende que, para Peirce, a experiência sensória nos atinge de forma inconsciente por meio de perceptos, que seriam tanto mentais quanto físicos<sup>89</sup>.

É importante notar, no entanto, que embora o percepto seja uma construção mental, ele é uma construção de elementos que não são de origem mental, o que explica por que não pode ser descartado como uma fantasia e só pode ser eliminado por meio de esforço físico. Em suma, para Peirce existe um dado elemento na experiência que é inconscientemente interpretado por processos mentais desconhecidos. Este dado elemento como interpretado é o percepto ou o que percebemos diretamente em qualquer ato de percepção (Almender, 1970, p. 103, tradução nossa).

Dessa forma, conforme aponta Almender (1970), Peirce parece postular que os objetos físicos, como conhecidos e passíveis de conhecimento, dependem da percepção e de um processo mental para serem reconhecidos. Contudo, como objetos físicos, são independentes desse reconhecimento por uma mente. Por esse motivo, o lógico diferencia claramente os objetos em si mesmo e a forma como aparecem. Dessa forma, embora o autor não cite explicitamente o *percipuum*, reconhece que a percepção é triádica e envolve um percepto que se força para se tornar percebido, mas que ambos são diferentes.

A reflexão sobre a natureza do percepto também leva Bergman (2007) a abordar se Peirce era um representacionista ou um apresentacionista, diferenciando essas correntes da seguinte forma:

(...) o primeiro vê a percepção como uma espécie de imagem ou evidência pictórica, a partir da qual uma causa oculta pode ser inferencialmente determinada, enquanto a última sustenta que a percepção é uma consciência direta da dualidade na qual a percepção aparece como uma força ativa (Bergman, 2007, p. 57).

---

<sup>89</sup> “Se enfatizarmos *o que é dado* no ato perceptivo, considerando que para Peirce o conteúdo sensorial do percepto não é de origem mental, então seríamos forçados a falar sobre o percepto em termos físicos. Se enfatizarmos *o que é interpretado*, então pareceria claro que *o que* não existe independente do ato perceptivo e seríamos forçados a falar sobre o percepto como uma entidade mental” (Almender, 1970, p. 104, tradução nossa).

Para Bergman, inicialmente, Peirce era claramente um representacionista, principalmente para negar a ideia cartesiana de que havia uma primeira cognição (W 2:177), pois postulava que todo pensamento se dá em signos cuja natureza representativa na semiose impede a descoberta de um ponto de partida. “Peirce postula o objeto singular como uma causa que só pode ser conhecida inferencialmente como o limite inicial da consciência cognitiva. O que parece ser uma consciência ou experiência direta do objeto é mostrado como imediato” (Bergman, 2007, p. 62).

Nessa perspectiva, o percepto é compreendido como um signo-pensamento do qual uma “causa escondida pode ser inferencialmente descoberta” (Bergman, 2007, p. 63). Bergman atenta para o fato de que os escritos iniciais de Peirce sobre a percepção são obscuros, com uma argumentação falha e não clara. Contudo, trazem fortes evidências de que o lógico não concordava com a doutrina da percepção imediata, era um inferencialista e, conseqüentemente, um representacionista. Isso reforça, também, sua ideia inicial de realidade e verdade apresentada nos capítulos anteriores, baseada em uma concepção social e autocorretiva do processo investigativo, para que os erros individuais sejam, pouco a pouco, erradicados. Assim, a realidade seria alcançada por meio de um final ideal de cognição.

Contudo, em seus escritos mais maduros, o percepto já não é mais representacional e não envolve nenhum propósito. Ele passa a ser descrito na forma como apresentamos anteriormente: é um evento singular que não pode ser generalizado (CP 2.146); não pode ser descrito, já que não é adequadamente expresso por palavras (CP 2.141); é o que é sem apelar para nenhum suporte; é silencioso, mas insistente (CP 7.620) e se faz presente por sua força bruta (CP 1.253). “Talvez tenhamos de nos contentar com caracterizações metafóricas; em um manuscrito, Peirce observa que os perceptos se assemelham a imagens em movimento acompanhadas de sentimentos, sons etc. (MS 939:24 [1905])” (Bergman, 2007, p. 66, tradução nossa). Assim, ele não é uma primeira impressão (CP 2.141) e nós o experienciamos como um todo, sem elementos implícitos (CP 2.603).

Apesar de o percepto não ser racional ou uma entidade cognitiva e não envolver nenhuma espécie de descrição, ele permite o surgimento de um julgamento perceptivo

que é, portanto, sua descrição mental por meio dos símbolos (MS 939:25). Contudo, também conforme vimos, essa descrição é de racionalidade baixa.

Resta apenas uma maneira pela qual ela pode representar o percepto; ou seja, como um índice, ou sintoma verdadeiro, assim como uma válvula meteorológica indica a direção do vento ou um termômetro indica a temperatura. Não há nenhuma garantia para dizer que o julgamento perceptivo é, na verdade, um índice da percepção, a não ser o *ipse dixit* do próprio julgamento perceptivo. E mesmo que seja assim, o que é um índice ou sintoma verdadeiro? É algo que, sem qualquer necessidade racional, é forçado por um fato cego a corresponder ao seu objeto. Dizer, então, que o julgamento perceptivo é um sintoma infalível do caráter do percebido significa apenas que, de alguma maneira inexplicável, nos encontramos impotentes para recusar nosso assentimento a ele na presença do percepto, e que não há apelo da parte dele (CP 7.628, tradução nossa).

Dessa forma, Bergman (2007) conclui que só conhecemos o percepto pela mediação do julgamento perceptivo, ou seja, não é possível um conhecimento direto do objeto perceptivo, exceto que ele se força sobre nós. Assim, toda e qualquer cognição continuará sendo possível apenas por meio de signos.

Um percepto não pode ser negado, mas, do ponto de vista da cognição, é um fato isolado que não leva ao crescimento do conhecimento como tal. Embora não seja conhecido no sentido pleno do termo, não é um objeto incognoscível; é algo experimentado diretamente. Qualquer coisa cognitivamente substancial tem, pelo menos até certo ponto, o caráter de um signo; mas isso não significa que não haja algo mais na realidade do que mera representação ou semiose (MS 7:3) (Bergman, 2007, p. 78).

Nesse sentido, se refletirmos a partir da nossa pesquisa, a constatação inicial de um processo desinformativo que se forçou sobre os verificadores, seja ele com ou sem a participação de *bots*, é apenas um indício de que aquela atividade se desenvolveu. Mas, como uma constatação ainda inicial, leva à investigação que, conforme defendemos nos capítulos anteriores, deve ocorrer por meio do método científico.

Retornando à teoria da percepção, como secundidade, o percepto pode ser compreendido como uma realidade última, não reversível permanentemente por um esforço direto. Ele é diferente de uma realidade positiva, pois não pode ser descrito plenamente de forma racional, e nenhum tipo de observação pode permitir um contato puro com essa última realidade. “É apenas um fato bruto, irracional e, em certo sentido, absoluto, como a reação física causada por um soco no rosto; nenhuma quantidade de discussão ou experimentação pode mudar o fato de que a dor foi

sentida quando o golpe acertou” (Bergman, 2007, p. 78). Assim, para Bergman (2007), Peirce deixa claro que o percepto não é uma crença.

Contudo, o percepto não seria o real em si por não possuir uma realidade plenamente desenvolvida. Ele é apenas um existente, ou seja, algo que reage, pertencente ao domínio da experiência e, portanto, seria de uma realidade imperfeita, pois a realidade propriamente dita pertence somente aos signos (MS L427:20-21; CP 2.142; CP 8.300). Bergman (2007) compreende que, por isso, o lógico diz que “o Objeto Imediato de todo conhecimento e de todo pensamento é, em última análise, o Percepto” (CP 4.539) e, ainda, que “o mais alto grau de realidade só é alcançado por signos” (SS 23). “O objeto real – se quisermos falar nestes termos – não é realmente um percepto, mas um percipuum, que foi desenvolvido em interpretações sob a influência de perceptos reagentes. É uma generalização de perceptos (cf. EP 2:65 [1901])” (Bergman, 2007, p. 79, tradução nossa).

Assim, do ponto de vista da semiótica, não há o conhecimento imediato do objeto, somente por meio do objeto imediato ou percipuum, e só temos familiaridade com o objeto dinâmico por meio da experiência colateral, sobre o que falaremos de forma mais aprofundada no próximo capítulo.

Isso não significa que o objeto, como um todo, seria incognoscível. O objetivo da investigação é encontrar um objeto imediato generalizado que possa explicar a ação de maneira satisfatória; no final ideal de tal processo, a distinção entre os dois aspectos seria praticamente insignificante, se não inexistente (Bergman, 2007, p. 80, tradução nossa).

Nessa perspectiva, Bergman (2007) defende que Peirce, ao longo de sua carreira, foi deixando de ser um representacionista radical e aderindo a algumas ideias do apresentacionismo ao afirmar a independência da secundidade e rejeitar um inferencialismo ou intelectualismo, tendo em vista que a experiência contém um elemento de força bruta que “não pode ser *conhecido* no sentido próprio da palavra. (...) Deste ponto de vista, a ‘realidade última’ da percepção é apenas um lembrete do ingrediente irracional da experiência.” (Bergman, 2007, p. 82, tradução nossa).

Uma outra forma bastante interessante para compreender o processo perceptivo é oferecida por Nesher (1984, 2002), justamente porque também relaciona esse processo, e de forma bastante explícita, à mudança de hábito, conforme queremos enfatizar na nossa primeira sub-hipótese. Em um artigo de 1984, o autor

começa a abordar a semiose do processo perceptivo na tentativa de explicar o significado de fundamento (*ground*) para Peirce:

A função essencial do fundamento aqui é selecionar o aspecto específico do objeto dinâmico apresentado pelo signo do percepto (Ssi) no processo perceptivo. O percepto (Ssi) é interpretado na semiose perceptual pelos interpretantes emocionais, dinâmicos e lógicos. O interpretante lógico na semiose perceptual é o julgamento perceptivo que é uma proposição simbólica. Nessa proposição, o símbolo do sujeito (SSY) é determinado pelo fundamento (G) para apresentar um Objeto Imediato (O<sub>i</sub>) específico. Nesse processo, o signo determina, por meio do seu objeto imediato (e dos interpretantes emocionais e dinâmicos), o seu interpretante lógico que é o componente predicativo do julgamento perceptivo. A semiose perceptiva é um processo de seleção, abstração e generalização simbólica da percepção inicial, processo que culmina no julgamento perceptivo (Nesher, 1984, p. 312, tradução nossa).

Mas é em um trabalho de 2002 que Nesher aborda de forma minuciosa o processo perceptivo para explicar que, em alguns manuscritos (MSs 831+1101), Peirce defendia a operação das nossas sensações como máquinas de raciocínio e que, mesmo na percepção, “confrontamos a realidade, aprendemos sobre ela e desenvolvemos as nossas regras de hábito para lidar com a realidade externa em que vivemos” (Nesher, 2002, p. 176, tradução nossa). O comentador diz que, por isso, os sentidos estariam sob as mesmas leis que guiam as mentes cognitivas como acontece com a razão conceitual. “A descoberta essencial de Peirce é que os nossos sentidos, na sua operação perceptiva, são quase-raciocínios e quase-provas da nossa verdadeira representação da realidade externa” (Nesher, 2002, p. 177, tradução nossa).

Peirce analisa a percepção por meio de três subprocessos similares ao do raciocínio que são, contudo, apenas intuitivos e controlados na prática: lógica do conhecimento (abdução), lógica das consequências (dedução) e lógica da avaliação (indução) (MSs 831+1101). Essas quase-inferências vão resultar nos juízos perceptivos, ou seja, na conclusão do processo perceptivo. “A penetração intuitiva nos nossos níveis inferiores de processos cognitivos de autoconsciência é a base do autocontrole evolutivo animal e humano, aperfeiçoando a mudança e a evolução da cognição” (Nesher, 2002, p. 181, tradução nossa).

Na abdução, o percepto será identificado por meio das suas qualidades sensuais:

Cognição Abdutiva:  $Ab(C, A \rightarrow C) \Rightarrow AAB$

onde C é o percepto, e  $A \rightarrow C$  é a interpretação do Percepto C por uma estrutura de qualidades de sentimento na forma do padrão icônico A. Esta quase-inferência subconsciente opera comparando a semelhança das qualidades do percepto C com qualidades já conhecidas de algum padrão icônico A. Quando a maior semelhança é detectada entre a percepção e algum padrão icônico geral A, o A escolhido é inferido pelo conectivo de plausibilidade  $\Rightarrow$  como a interpretação icônica sugerida do percepto C (Nesher, 2002, p. 182).

Em seguida, a quase-inferência dedutiva, um estado puramente imaginativo, é o que vai fazer uma antecipação para que o percebedor interprete o percepto como uma ideia:

Antecipação Dedutiva:  $Dd((A \rightarrow C)^{AB}, A^{AB}) \rightarrow C^{Dd}$

onde  $C^{Dd}$ , que é inferido pelo conectivo de necessidade  $\rightarrow$ , é o objeto abstrato deduzido pela mente do padrão icônico A da Abdução e, portanto, possui as qualidades sensuais de sentimento da percepção original que podem se ajustar a objetos diferentes. Apresenta todas as qualidades abstratas do objeto empírico antecipado cujas qualidades sensuais foram percebidas. Contudo, o subprocesso dedutivo de percepção não é cognitivamente penetrável, exceto pela sensação de baixa consciência do objeto abstrato  $C^{Dd}$  que apresenta a nossa antecipação (Nesher, 2002, p. 182).

Por fim, “a inferência indutiva encontra, ao percorrer um fragmento de experiência, algumas características que estende a uma experiência mais ampla a qual abrange esse fragmento como parte dela” (MSs 831+1101). Assim, essa última quase-inferência avalia os ícones abstratos  $C^{Dd}$  antecipados para testar se reagem na forma de índices no processo perceptivo, por meio de um conectivo de probabilidade ( $\approx$ ) que medirá a coerência entre o signo icônico antecipado  $C^{Dd}$  e o índice atualmente percebido  $C^{In}$ :

Avaliação Indutiva:  $In((A^{Ab}, C^{In}) \approx PRm/n(A^{Ab} \rightarrow C^{In}))$

Na percepção a avaliação é feita através do forte sentimento de coerência ou incoerência que vivenciamos nesta fase. Esta avaliação é realizada *comparando* as qualidades sensuais do padrão icônico  $A^{Ab}$  (pelo qual o percepto  $C^{Ab}$  foi reconhecida pela primeira vez na Abdução) com o signo indexical reativo  $C^{In}$  neste processo perceptivo contínuo. O resultado desta comparação é uma avaliação positiva ou negativa da relação respectivamente coerente ou incoerente entre estes dois signos de acordo com a proporção da concordância entre  $A^{Ab}$  e  $C^{In}$  (Nesher, 2002, p. 182).

Todo esse processo semiótico de percepção pode ser relacionado, ainda, aos diferentes interpretantes de Peirce. O emocional está presente nas sensações do signo icônico no primeiro momento de interpretação do percepto; no segundo estágio, a reação proporcionada pelo índice é o interpretante dinâmico e, por último, a razão do pensamento por meio do símbolo é o interpretante lógico (Nesher, 2002). O

sentimento icônico e a consequente reação indexical exercem uma força para além do controle e da crítica:

Uma dualidade é assim imposta: por um lado, a sua expectativa que atribuía à Natureza, mas que agora é obrigado a atribuir a algum mero mundo interior, e por outro lado, um forte fenômeno novo que empurra essa expectativa fica em segundo plano e ocupa seu lugar. A velha expectativa, com a qual ele estava familiarizado, é o seu mundo interior, ou Ego. O novo fenômeno, o estranho, vem do mundo exterior ou Não-Ego (CP 1.431, tradução nossa).

O signo passado ou o primeiro percepto na Abdução, se interpretado errado, é atribuído ao Self e, contraposto a esse Self, o signo atual é aceito como a realidade externa. Sendo assim, é por meio do erro que a realidade diferente do Self se torna consciente, uma cognição negativa da realidade que, contudo, ainda não é uma verdade positiva dessa realidade, apenas a constatação de algo que contradiz nossa expectativa. Essa ação e reação dual é denominada de Volição por Peirce (CP 1.332, CP 1.334; CP 2.142, CP 2.143) e é o que nos faz distinguir entre sonho e realidade.

“A volição, portanto, é a reação cognitiva de sinalização (pré-simbólica ou pré-proposicional) do organismo ao seu sentimento perceptivo real, e essa reação assume a forma de esforços volitivos ativos ou passivos” (Nesher, 2002, p. 189, tradução nossa). Assim, o que diferenciaria a verdade da mentira seria a afirmação ou hesitação e a mudança de ideia em uma situação perceptiva. Se o processo perceptivo é avaliado positivamente, continuamos a agir conforme esse conhecimento perceptivo, caso contrário, haverá a necessidade de reinterpretação do percepto em esforços passivos que vão criticar e reposicionar e expectativa errada (CP 5.510).

Dessa forma, a quase indução possibilitada pela Volição é o que avalia a concordância entre o signo perceptual esperado e o realmente percebido e seria a origem da Verdade no nosso comportamento cognitivo, o “instinto natural para a verdade” (CP 7.220, tradução nossa). Nesse estágio, a autoconsciência é mínima “e nosso autocontrole é apenas uma ‘sugestão associativa de crença’ instintivamente no julgamento perceptivo” (Nesher, 2002, p. 189, tradução nossa). O julgamento perceptivo, a última parte do processo, é a “interpretação do Percepto com a Razão Simbólica como um pensamento Sintético” (Nesher, 2002, p. 189, tradução nossa).

Essas ideias nos permitem retomar a verdade em Peirce, sobre a qual refletimos em capítulos anteriores. Conforme vimos, Nesher (2002) reforça que, para o lógico, a verdade seria apenas local, como um último resultado de um processo

investigativo, contudo, falível, ou seja, uma verdade provisória, porque é apenas um componente de uma convergência contínua de uma investigação sem fim. E, o mais importante para nós, neste momento: a constatação de que “a fonte dessa verdade local é o processo perceptivo em que o pragmaticismo detecta o mecanismo de quase-raciocínio de avaliação positiva do conteúdo empírico de nossos julgamentos perceptivos como afirmações verdadeiras” (Nesher, 2002, p. 190, tradução nossa). Esse quase raciocínio se baseia nas quase inferências, por meio das quais o processo perceptivo segue a mesma estrutura da razão racional dele derivada.

De acordo com a concepção pragmaticista da cognição humana, o nosso raciocínio racional e os procedimentos de prova lógica desenvolvem-se a partir das nossas operações mentais instintivas e práticas de quase-prova, em contraste com a dicotomia entre lógica e psicologia (Nesher, 2002, p. 191, tradução nossa).

Esta é a nossa quase-prova instintiva operando como “uma máquina de raciocínio” da cognição perceptiva humana que nos permite obter o verdadeiro conhecimento perceptivo da realidade (cf. Peirce, 1900:12-22). Os julgamentos perceptivos são provados apenas instintivamente e, como tais, são as “verdades simples” distintas das “verdades lógicas” de proposições e teorias que são racionalmente provadas ou refutadas como verdadeiras ou falsas (Peirce, 5.570-571). As verdades instintivas dos julgamentos perceptivos são devidas à coerência resultante entre os componentes do processo perceptivo (Nesher, 2002, p. 193, tradução nossa)

Dessa forma, Nesher conclui que, para Peirce, é impossível falar em autocontrole e autoaprimoramento sem o sentimento instintivo que perpassa todo esse processo, mesmo que em níveis mínimos de consciência. A evolução, por exemplo, acontece também para os animais por meio de um autocontrole instintivo e praticamente cego. “(...) Todos os sistemas de desempenho racionais tiveram o instinto como seus primeiros germes. Não só o instinto foi o primeiro germe, mas cada passo no desenvolvimento desses sistemas de desempenho vem do instinto” (CP 7.381, tradução nossa).

Por fim, Nesher (2002) avalia, ainda, se a crença já é um componente dos hábitos instintivos ou somente do raciocínio. Para Peirce, a crença é um componente do hábito sobre a qual estamos conscientes (CP 5.480; CP 4.53). Contudo, podem existir diferentes níveis de autoconsciência e de crença autocontrolada. “O sentimento de acreditar é uma indicação mais ou menos segura de que está estabelecido em nossa natureza algum hábito que determinará nossas ações” (CP 5.371, tradução nossa). “Um julgamento é um ato de consciência no qual reconhecemos uma crença,

e uma crença é um hábito inteligente sobre o qual agiremos quando a ocasião se apresentar” (CP 2.435, tradução nossa).

Assim, para Nesher:

Analizando a concepção de crença na nossa teoria da cognição pragmatista, podemos mostrar que, na evolução das nossas crenças de senso comum, como o nosso sentimento de acreditar na existência de árvores e que a gasolina é um combustível conveniente, foram primeiro formuladas racionalmente como crenças explícitas. A regra do hábito instintivo torna-se uma regra com a crença racional quando é formulada racionalmente, primeiro em nossas crenças de julgamento perceptivo como crenças quase provadas, por exemplo, “Estas são árvores”; ou vice-versa, primeiro procuramos um combustível conveniente e então provamos racionalmente que “a gasolina é um combustível conveniente”. Então, essas crenças tornam-se convenções e crenças práticas que são aceitas e operam como sentimentos implícitos de crença no senso comum. Assim, o sentimento das crenças como conteúdos de regras de hábitos deve desenvolver-se e mudar através de deliberações racionais antes de se tornarem convenções de crenças de senso comum (Nesher, 2002, p. 199-200, tradução nossa).

De forma resumida, podemos compreender, então, que, a atividade de *bots*, por exemplo, é apreendida, inicialmente, por uma estrutura de qualidades de sentimento na forma de um padrão icônico. Nesse sentido, ainda de forma inconsciente, procura-se uma semelhança das qualidades robóticas com qualidades já conhecidas de algum padrão icônico, como as características destacadas no Quadro 6. A maior semelhança encontrada é inferida como a interpretação icônica sugerida pelo percepto. Num segundo momento, a partir de uma quase-inferência dedutiva, o percepto atuação de *bots* é interpretado como uma ideia. Então, a presença de robôs será deduzida a partir do padrão icônico, ou seja, apresentará todas as qualidades abstratas do objeto empírico antecipado percebidas no primeiro momento.

Por fim, por meio de uma quase-indução, são avaliados os ícones antecipados da atividade robótica para testar se reagem como índices, por probabilidade, verificando a coerência entre o ícone antecipado e o índice percebido. Nesse caso, a avaliação ocorre por sentimento de coerência positiva ou negativa. Se os verificadores consideram o processo coerente, forma-se o juízo perceptivo. Se avaliam como incoerente, a atividade robótica será reinterpretada, passivamente, para criticar e reposicionar a expectativa errada.

Na prática, se considerarmos a percepção de *bots* pela característica da repetição, o processo inconsciente se daria da seguinte forma: os jornalistas

procurariam semelhanças na atividade robótica com um padrão de repetição, como, por exemplo, postagens idênticas no X. Em seguida, a presença de *bots* é deduzida das atividades repetitivas, portanto, apresentará como característica os mesmos *posts* no X. Por fim, os verificadores testam, ainda instintivamente, se há coerência entre a repetição e as postagens no X. Se confirmada essa coerência, será formado o juízo perceptivo que levará à checagem de fatos, caso não, o processo perceptivo é revisto.

Realizadas as considerações teóricas sobre o processo perceptivo sob a ótica peirceana, poderemos passar para a apresentação dos resultados do teste empírico.

### 5.3 RESULTADOS DOS TESTES COM A PRIMEIRA SUB-HIPÓTESE

Compreendida a importância do processo perceptivo para o aprimoramento da capacidade crítica dos jornalistas checadores de fatos, apresentaremos os resultados dos testes com a primeira sub-hipótese, de que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impactaria os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias. Dessa forma, a sensação (inconsciente) de uma possível operação robótica não teria sido levada em consideração e, portanto, não seguiria adiante no desenvolvimento de processos semióticos, impulsionando instintivamente uma possível mudança de hábito.

Abaixo, apresentamos o Gráfico 1, que diferencia os tipos de conteúdos analisados da Agência Lupa. O desmentido padrão seria a checagem de fatos clássicas, em que a preocupação principal é classificar um fato ou declaração conforme os selos utilizados pela agência de checagem, assunto que abordamos no Capítulo 3.

Gráfico 1 - Diferenciação dos conteúdos analisados da Agência Lupa

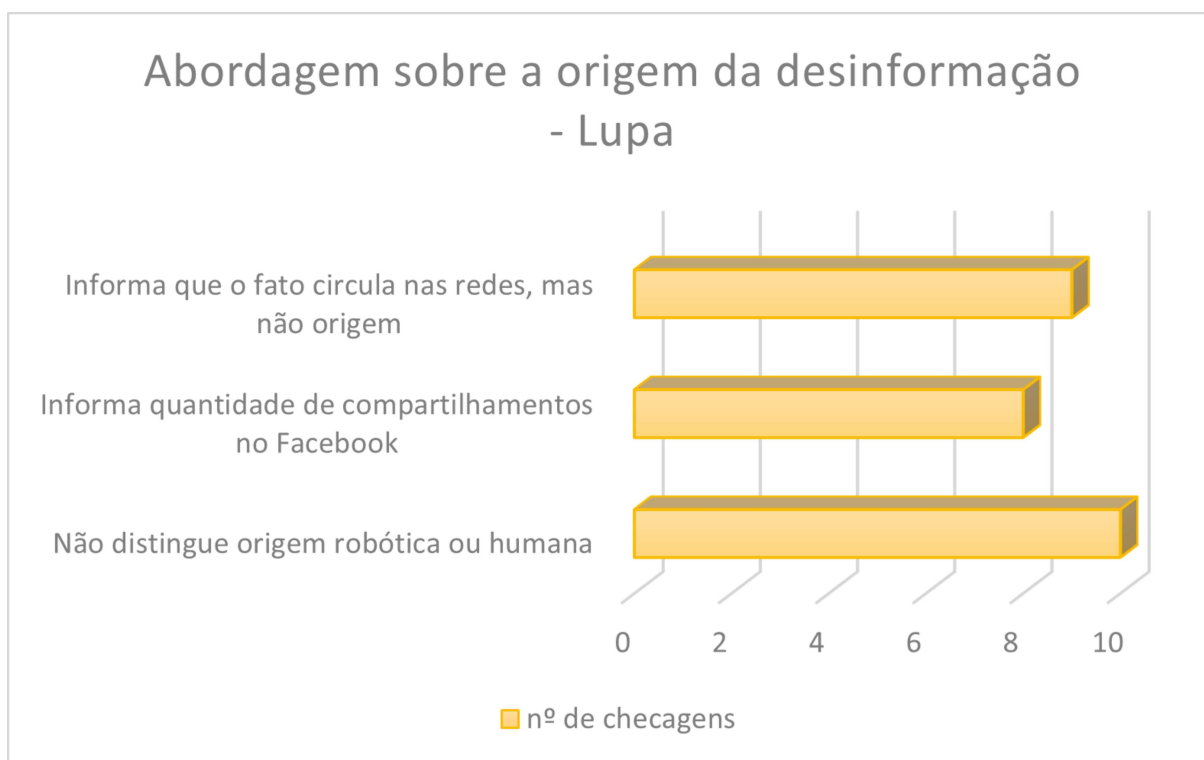


Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

As checagens da Agência Lupa analisadas informam que o fato circula nas redes, mas não especificam se a origem é robótica ou humana. Abordam, ainda, a quantidade de pessoas que compartilharam a informação no Facebook, mas não especificam se tais contas pertencem a humanos ou *bots*. Uma das checagens informa que o vídeo foi compartilhado no WhatsApp, mas também não define a origem dos compartilhamentos.

Abaixo, apresentamos o Gráfico 2, que resume a forma de abordagem sobre a origem da desinformação na Agência Lupa:

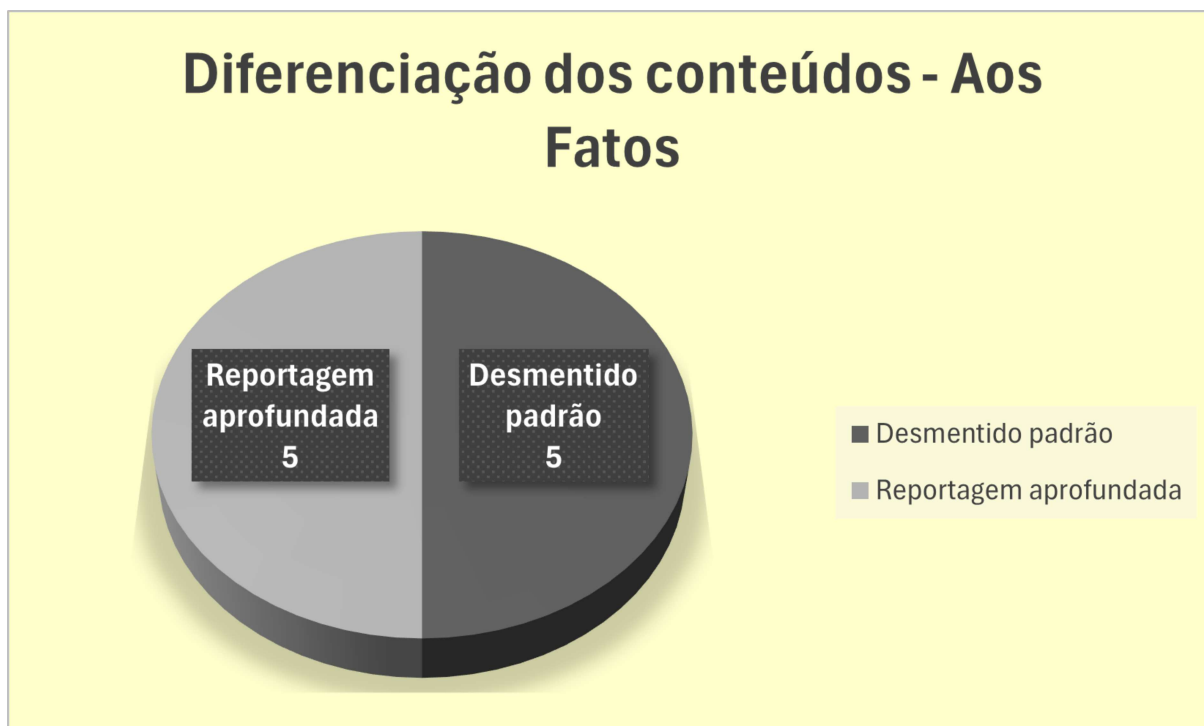
Gráfico 2 - Abordagem sobre a origem da Desinformação nos conteúdos da Agência Lupa



Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

A seguir, apresentamos o Gráfico 3, que diferencia os tipos de conteúdos analisados da Agência Aos Fatos.

Gráfico 3 - Diferenciação dos conteúdos analisados da Agência Aos Fatos



Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

Alguns conteúdos de Aos Fatos tratam sobre declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro, identificando, portanto, uma origem claramente humana. Um deles cita que o político foi quem mais impulsionou conteúdo sobre a Cloroquina no X, nos seis primeiros meses de pandemia, segundo levantamento do Radar Aos Fatos, ferramenta da própria agência de verificação que abordamos no Capítulo 3.

É importante lembrar que a Agência Aos Fatos possui uma base de dados a qual reunia e checava as falas do ex-presidente desde o dia da sua posse. Por meio da ferramenta, o usuário consegue buscar e filtrar declarações e, abaixo das falas colhidas, há uma explicação para o motivo do selo atribuído, um botão que fornece a possibilidade de se ler mais sobre assunto, a fonte da checagem, a origem da desinformação e a quantidade de vezes que a declaração enganosa foi repetida (inclusive com as datas). Dois conteúdos analisados foram desenvolvidos com base nessa ferramenta e um terceiro, em entrevista na qual Bolsonaro anunciou ter contraído COVID-19.

A origem humana também está claramente definida na checagem da declaração de candidatos à eleição da prefeitura do Rio de Janeiro, em 2020, em um debate na TV, que abordou assuntos relacionados à COVID-19. É o mesmo caso,

ainda, de uma reportagem sobre desinformação propagada por parlamentares. Esse conteúdo chega a afirmar que houve 1,58 milhões de interações no período analisado, mas não identifica se essa atividade é apenas humana ou, também, robótica.

Há, ainda, o aviso de que houve coleta de informações potencialmente enganosas por meio de monitoramento sistemático do Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter (atual X) e uma abordagem sobre a distribuição dos conteúdos desinformativos nessas plataformas, incluindo um gráfico em que o objeto redes sociais é representado pelo signo de barras verticais em diferentes cores, cada uma delas relativa a uma plataforma, respectivamente. Contudo, em nenhum momento é abordada a origem da desinformação.

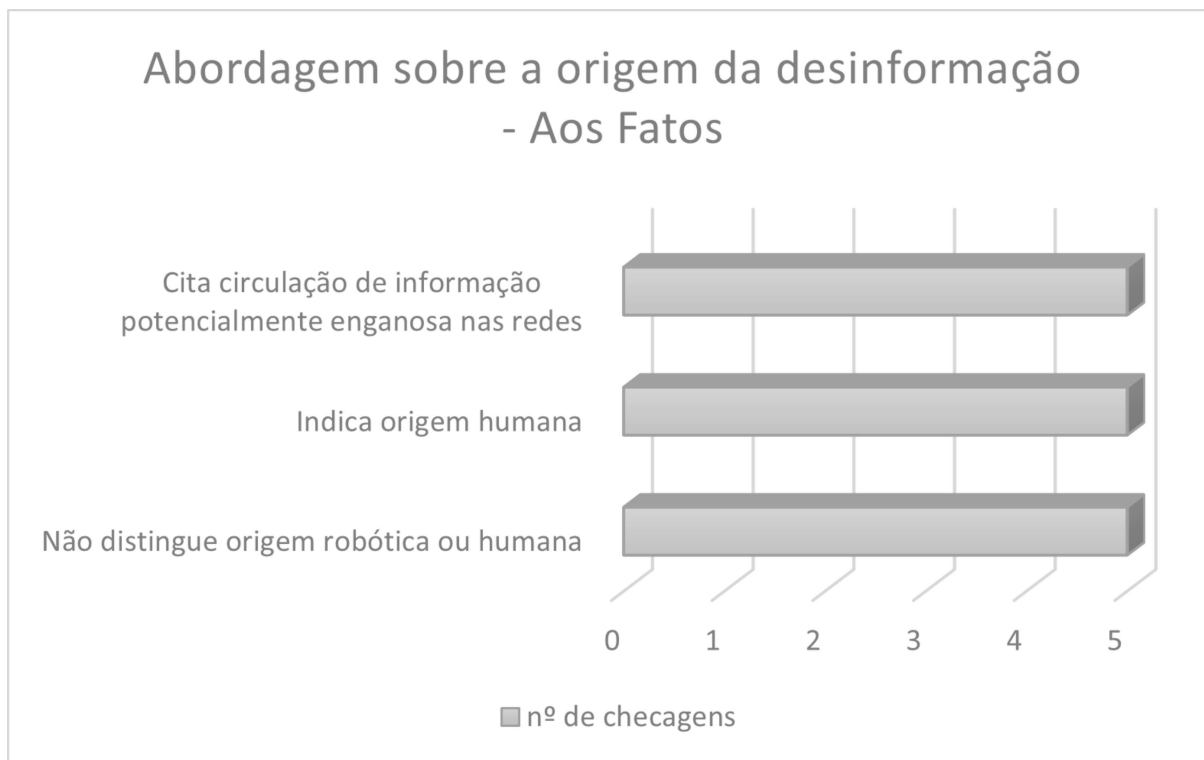
Em geral, nas checagens de fatos padronizadas, os jornalistas citam apenas que a postagem com desinformação circula nas redes e quantos compartilhamentos ocorreram no Facebook. Uma delas diz que a desinformação circulava no WhatsApp e foi amplificada por Olavo de Carvalho<sup>90</sup> no Facebook, apresentando o *post* do escritor por meio do *link* e de *print* no corpo da checagem, mas não especifica se houve, também, compartilhamento por meio de *bots*. Por fim, há ainda um conteúdo baseado em ilustrações que analisa informações sobre o distanciamento social com possível objetivo de informar e evitar a disseminação de processos desinformativos, sejam eles humanos ou robóticos.

Abaixo, apresentamos o Gráfico 4, que resume a forma de abordagem sobre a origem da desinformação na Agência Aos Fatos:

---

<sup>90</sup> Olavo Luiz Pimentel de Carvalho GCRB (Campinas, 29 de abril de 1947 – Richmond, 24 de janeiro de 2022) foi um teórico da conspiração de extrema-direita, ensaísta, polemista, influenciador digital e ideólogo brasileiro, que também atuou como jornalista, escritor e astrólogo. Era considerado um representante intelectual do conservadorismo no Brasil, com expressiva influência na extrema-direita brasileira (OLAVO..., 2024).

Gráfico 4 - Abordagem sobre a origem da Desinformação nos conteúdos da Agência os Fatos



Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

Todos os jornalistas entrevistados<sup>91</sup> ressaltam a dificuldade de se encontrar a origem de uma desinformação e, principalmente, determinar precisamente a participação de robôs na disseminação de conteúdos, conforme o referencial teórico já abordava. Por conta dessa dificuldade, eles justificam que, no desmentido padrão, ou *debunking* como alguns nomearam, o mais importante seria desmentir com rapidez para evitar a proliferação de informações falsas que, no caso da Pandemia de COVID-19, poderiam levar até a morte. Assim, como a definição da origem e da participação de robôs é um processo mais demorado, era direcionado para reportagens posteriores mais analíticas.

Dos três profissionais da Agência Lupa entrevistados, dois consideram impossível definir se a origem de uma mensagem é robótica. “As plataformas poderiam descobrir isso ou identificar quando foi a primeira vez. Mas elas não têm transparência nem divulgam publicamente isso. E nem colaboram com as agências

<sup>91</sup> Relembramos que todas as entrevistas estão disponíveis no Apêndice B desta tese, e os entrevistados estão referenciados por números, tendo em vista a necessidade de se manter o anonimato para seguir padrões determinados pelo Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos.

ou com os veículos para que possamos achar”, disse o Entrevistado 2. O Entrevistado 3 complementa, ainda, que é complicado até mesmo definir o local onde uma desinformação foi compartilhada pela primeira vez, tendo em vista que ela pode estar circulando em uma plataforma, mas ter sido, apenas, transposta e iniciada em outra. “Se é humana, se não é humana, se é de IA (referência à Inteligência Artificial), não tem como saber. Não tem”, enfatiza. Ele afirma, ainda: “Isso só a Polícia Federal, numa investigação, pode determinar e rastrear alguma origem, verificando o IP<sup>92</sup>, falando com a Meta, com ordem judicial, mas não tem como um verificador independente fazer esse trabalho. É impossível. De verdade”.

Dois dos entrevistados da Agência Lupa reforçam, ainda, que o primordial, principalmente naquele momento de pandemia, era desmentir e não apontar quem promoveu um conteúdo ou de onde ele surgiu. “O nosso intuito, naquele momento, era mais atuar em desmentir do que explicar todo esse processo de *bots* ou de quem estava compartilhando. Porque era um conteúdo que estava levando pessoas à morte”, explica o Entrevistado 1. “Quem criou, isso não é o nosso objetivo. Preferimos passar para a próxima que está circulando, também, porque são, infelizmente, muitas”, acrescenta o Entrevistado 2. Ambos explicam que a Lupa faz reportagens mais investigativas a respeito do surgimento de desinformação e teorias conspiratórias, porém sobre assuntos mais específicos e sem abranger todas as verificações realizadas pela agência.

O Entrevistado 1 reconhece que é importante descobrir a origem da desinformação e que, por isso, a Lupa tem produzido reportagens mais analíticas de forma a compreender o fluxo desinformativo:

Eu acho que, sim, poderíamos ter feito um trabalho mais analítico nesse sentido, de buscar quem eram as pessoas que estavam propagando conteúdos desinformativos, como é que funcionava esse sistema de compartilhamento, principalmente através de grupos do WhatsApp, que veio de um reflexo da eleição de 2018. Então, eu acho que, sim, a época, faltou. Mas tem esses dois pontos: o quadro não era tão grande da redação e estávamos no meio de um furacão (Apêndice B, Entrevistado 1).

---

<sup>92</sup> Um Endereço de Protocolo da Internet (Endereço IP), do inglês Internet Protocol address (IP address), é um rótulo numérico atribuído a cada dispositivo (computador, impressora, *smartphone* etc.) conectado a uma rede de computadores que utiliza o Protocolo de Internet para comunicação (ENDEREÇO..., 2023).

Contudo, os outros dois entrevistados alegaram que a informação sobre a origem da desinformação só seria relevante caso houvesse punição dos envolvidos e que o fundamental, no trabalho de checagem, é desmentir, não descobrir a origem. “Verificamos um fato porque ele está viralizando, ganhando atração e muitas pessoas estão acreditando, não checamos porque sabemos quem criou. Se soubéssemos, poderíamos acrescentar isso na matéria, mas checaríamos igual”, explica o Entrevistado 2. “Isso é um trabalho mais relevante para quem é uma vítima de um conteúdo desse ou para quem é alvo de um conteúdo desse”, acrescenta o Entrevistado 3.

Assim, na Lupa, parece que a força do percepto atuação robótica ou humana não consegue impulsionar um juízo perceptivo que leve a uma investigação sobre a origem da desinformação. Os jornalistas desta agência não demonstram conhecimento sobre os signos que diferenciariam uma atividade de *bots* da humana ou, se percebem, seguem a investigação sobre a origem, apenas, em poucas ocasiões. Somente um deles reconhece que essa constatação seria importante para uma melhor compreensão do fenômeno da desinformação.

Já os entrevistados da Agência Aos Fatos enfatizam que, apesar de existirem ferramentas para a detecção de *bots*, elas não possuem precisão total e, por isso, não há como afirmar que houve a participação de robôs na circulação de uma desinformação. É o que explica o Entrevistado 5, por exemplo:

Eu acho que um veículo jornalístico tem uma responsabilidade com a informação e uma política de erro que precisa ser muito clara. E isso, numa agência de checagem, é multiplicado por mil. Porque, como estamos efetivamente verificando o que é verdade ou não, tem que haver uma preocupação com o erro muito grande, muito maior ainda. Então, somado que as metodologias de determinar se alguma coisa é robô, umas são melhores que as outras, mas, no geral, nenhuma delas consegue cravar com certeza, a nossa política é, se não conseguimos dar certeza, não podemos dizer (Apêndice B, Entrevistado 5).

O Entrevistado 6 acrescenta, ainda, que, em alguns testes com ferramentas para a detecção de *bots*, em uma análise mais minuciosa, a conclusão foi de que contas apontadas como computacionais, não eram, necessariamente, inautênticas: “(...) É muito complexo você comprovar que uma coisa foi impulsionada por *bot*. Tem muita gente que fala, às vezes, mais baseado num senso intuitivo. Como fazemos jornalismo, a intuição é só o primeiro passo para você apurar. Você precisa dar prova”.

Dessa forma, os jornalistas de Aos Fatos parecem formar um juízo perceptivo sobre a origem da desinformação que, posteriormente, poderá ser investigado. Outros dois entrevistados afirmam, ainda, que, quando há o conhecimento sobre o ponto de partida da desinformação, ela é informada, conforme constatamos na análise das checagens. “Quando é um vídeo de uma pessoa falando, mesmo que você não tenha certeza de que ela tenha criado aquela desinformação, você consegue identificar claramente que ela, pelo menos, está veiculando aquela desinformação”, explica o Entrevistado 4. E o entrevistado 7 complementa:

O vídeo em que a pessoa está falando, até tentamos achar a pessoa, mas também é complicado. Pensa que pode ser alguém que gravou um vídeo mentindo e mandou para o grupo de amigos, aí o grupo de amigos mandou para outro grupo de amigos, aí o outro grupo colocou no Facebook, aí, do Facebook, foi para o TikTok. Então, é muito difícil quando são pessoas não públicas (Apêndice B, Entrevistado 7).

Além disso, os jornalistas dessa agência explicam mais claramente que há diferentes tipos de conteúdos. O desmentido padrão, ou *debunking*, em geral, precisa ser produzido mais rapidamente e, por isso, não há preocupação em indicar uma origem, apenas, em conter a desinformação. Uma possível participação de robôs pode ser abordada em reportagens mais analíticas produzidas pelo Radar Aos fatos, conforme todos os entrevistados explicaram, o que também reforça a formação de um juízo perceptivo sobre o tema. O Entrevistado 5 detalha de forma bastante esclarecedora:

Aos Fatos tem dois braços. Tem o braço do editorial, esse que faz o trabalho mais tradicional de desmentir peças de desinformação, *fake* de Facebook, que faz checagem de declaração de político. E temos o braço do Radar, que é uma área do Aos Fatos que analisa movimento de rede, basicamente (Apêndice B, Entrevistado 5).

O Entrevistado 4 diz, ainda: “a checagem é um tipo de conteúdo que é muito voltado para você explicar a veracidade daquilo que está sendo dito. Não focamos tanto na origem ou mesmo na forma que aquilo circula, se teve uso de robôs ou não”. E explica: “isso tem muito a ver, também, com a necessidade de você fazer aquilo um pouco mais rapidamente, porque sabemos que, quanto mais rápido você consegue fazer um desmentido, maior é a chance de que aquela ligação falsa não circule tanto”. O Entrevistado 8 acrescenta: “E precisamos fazer isso numa velocidade grande, mesmo assim, não é a mesma velocidade que a desinformação é espalhada”.

O Entrevistado 6 atenta, contudo, que precisa ser rápida, mais cuidadosa: “o quão rápido conseguimos montar um escopo de provas e investigar o que está sendo reproduzido”, explica. O Entrevistado 7 diz, ainda, que, quanto mais rápido houver o desmentido, mais depressa essa informação também será colocada nas plataformas: “Porque temos parcerias com as redes sociais, com o Facebook, por exemplo, que enviamos o nosso desmentido e eles marcam todas as informações, eles colocam um aviso dessa peça de desinformação”.

Os entrevistados 4, 5 e 6 explicam, que, apesar de nem sempre estar no texto final, é possível notar alguns padrões de atuação computacional na apuração, ou seja, ocorre um processo perceptivo que culmina em um juízo perceptivo sobre a atividade robótica. O Entrevistado 4 diz os checadores conseguem perceber “um indício de uma ação coordenada, talvez, para disseminação de uma determinada ligação falsa”, mas reforça que comprovar isso é muito difícil:

Você consegue ver que, às vezes, tem muitos perfis que foram criados há pouco tempo, tem aqueles nomes de usuários esquisitos, umas fotos esquisitas ou não tem foto, e todos ali falando sobre o mesmo assunto, quase ao mesmo tempo, às vezes, com a mesma frase, com a mesma linguagem, mesmo tipo de *post*. São sinais de que tem algum nível de automatização ali (Apêndice B, Entrevistado 4).

O Entrevistado 5 complementa:

Durante a apuração, geralmente temos uma noção geral se aquilo está circulando de forma orgânica ou de uma maneira mais artificial. (...) Em alguns momentos, a gente consegue determinar que algumas contas têm comportamento que parece ser inautêntico, mas não consegue ser taxativo. Então, se você não consegue ter certeza absoluta, você não pode dizer. Essa é a nossa política (Apêndice B, Entrevistado 5).

Nesse sentido, o Entrevistado 4, por exemplo, demonstra claramente conhecimento sobre os signos envolvidos na atuação de *bots* relacionados a características como novidade, simplicidade, amplificação e repetição. Isso ratifica que a atuação do percepto atividade robótica foi eficiente em gerar um juízo perceptivo que poderá levar à produção de outros conteúdos, os quais reflitam sobre a origem da desinformação.

Todos os jornalistas de Aos Fatos consideram importante o conhecimento sobre a origem da desinformação para compreender a forma como a desinformação

circula, mas reforçam que é uma iniciativa não tão frequente por ser mais difícil e demorada. Consideram, contudo, que deve ser um trabalho separado do desmentido, por meio de reportagens mais analíticas como as realizadas pelo Radar Aos Fatos. O Entrevistado 4 reconhece que ainda é preciso avançar muito neste sentido, mas afirma: “acho que se você pegar todos os veículos que são especializados em desinformação, principalmente no Brasil, no último ano, ano e meio, todos têm feito mais reportagens tentando explicar como a desinformação circula, indo além da checagem”.

O Entrevistado 5 ressalta que, ao se investigar a origem de uma informação enganosa, é possível compreender a dinâmica da desinformação nas redes: “É muito diferente uma coisa que viraliza de maneira orgânica de uma que foi mobilizada, pode ter sido por campanha política, não necessariamente ligada a um político específico, mas ligada a um movimento político, ligada a uma vertente”.

O Entrevistado 6 ratifica essa ideia, dizendo que também é possível verificar se um assunto está sendo inflado artificialmente e quais são os interesses envolvidos. “Mas acho que é importante diferenciar, não só pegar a origem, mas entender quem impulsiona. Porque, às vezes, uma coisa não tem uma origem escusa, mas ela é cooptada por um grupo que enxerga algum interesse”, reforça.

Para exemplificar, o entrevistado relembra o caso da hidroxocloroquina, que “surge como uma coisa autêntica da curiosidade científica de procurar algum medicamento já fabricado que poderia ser útil para a doença”. Contudo, a temática foi apropriada por um grupo político que impulsionou desinformação sobre o medicamento. O Entrevistado 8 acrescenta que é importante conhecer a origem para cobrar uma reação das plataformas e “observar como a desinformação está sendo aprimorada e como temos que combatê-la ou minimizá-la. Combater é meio difícil, mas minimizar”.

Contudo, os entrevistados 6 e 7 refletem que esse movimento é mais importante em situações específicas e não precisa ser realizado em todos os momentos da verificação de fatos, porque depende do tipo de desinformação veiculado. O Entrevistado 7 ressalta:

Realmente eu acho que essa análise seria muito mais importante para grandes discursos desinformativos, quando várias peças de desinformação falam a mesma coisa ou coisas parecidas sobre uma pessoa específica, um item específico, uma marca específica (Apêndice B, Entrevistado 7).

Por fim, o Entrevistado 6 complementa que, aos poucos, os jornalistas foram percebendo que o desmentido padrão não conseguia refletir sobre a desinformação como um todo e que eram necessárias abordagens diferentes:

Por exemplo, tem um caso que eu acho muito legal. Foi logo quando começou a pandemia, começaram a surgir muitas receitas de como fazer álcool em gel (...). E aí, a gente fez um conteúdo, um Explicamos<sup>93</sup>, que era para falar por que aquela receita caseira não funcionava. Porque, aí, não é uma coisa de verdadeiro ou falso. Mas é um tipo de informação enganosa (Apêndice B, Entrevistado 6).

Apresentados os dados coletados, é possível apontar que as análises das checagens indicavam que a sensação inconsciente de uma possível operação robótica não havia sido levada em consideração e, portanto, não seguiria adiante no desenvolvimento de processos semióticos. Contudo, as entrevistas com jornalistas indicam que esses profissionais acolhem a sensação desencadeada pelos qualissignos, impulsionados pelo percepto operações computacionais, a qual chega ao julgamento perceptivo e pode, portanto, servir como ponto de partida para posteriores reportagens mais profundas, que abordem o início da desinformação e ampliar a compreensão do fenômeno. Essa era uma ideia já defendida por autores como Wardle e Derakhshan (2017) e Wardle (2018), apresentadas no capítulo 2.

Principalmente os jornalistas da Agência Aos Fatos demonstram estar atentos e reconhecer os signos que representam os perceptos atuação computacional ou conteúdos impulsionados de forma inorgânica. Contudo, o mesmo só se aplica a um dos profissionais entrevistados da Lupa, pois os outros dois não parecem acolher os sinais de *bots* nem atribuir importância à descoberta da origem da desinformação para a verificação de fatos.

Portanto, nossa hipótese de que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impactaria os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias, parece refutada, tendo em vista que seis dos oito entrevistados relata perceber a origem de uma informação enganosa. Conforme

---

<sup>93</sup> Editoria da Agência Aos Fatos, disponível em <https://www.aosfatos.org/noticias/?formato=explicador>. Acesso em: 1º ago. 2024.

constatamos, esse dado nem sempre consta no conteúdo final, mas pode servir como ponto de partida para reportagens posteriores mais aprofundadas.

## 6 A REALIDADE E OS INTERESSES EM JOGO NO CAMPO JORNALÍSTICO

No capítulo anterior, apresentamos o referencial teórico que embasa a primeira sub-hipótese e os resultados dos testes empíricos relacionados a ela. Agora, será o momento de apresentar as conclusões do teste com a segunda sub-hipótese. Antes disso, contudo, retomaremos essa sub-hipótese e alguns pontos teóricos necessários para melhor compreensão dos resultados alcançados.

Nossa segunda sub-hipótese é de que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizado pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das empresas encarregadas da verificação, gera conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias. Consequentemente, nem todas as informações duvidosas existentes serão verificadas, e os jornalistas acabarão influenciados por valores comerciais e políticos (precariedade do serviço, sobrecargas de trabalho, lealdade e adesão ideológica à empresa, influência das empresas do Vale do Silício), além dos valores-notícia, para selecionar os conteúdos que serão checados, critérios também presentes na forma como as informações verificadas tentam se aproximar da verdade.

O teste empírico dessa sub-hipótese ocorreu a partir da análise dos conteúdos produzidos pelas Agências Aos Fatos e Lupa para a identificação de valores-notícia e de critérios comerciais e políticos. Já as entrevistas com verificadores averiguaram como ocorre o processo de seleção dos fatos a serem checados e quais critérios são utilizados na própria checagem. Além disso, uma análise semiótica das verificações procurou descobrir como os diferentes tipos de signos desencadeiam objetos imediatos na mente desses jornalistas em suas tentativas de representação dos objetos dinâmicos.

Antes de apresentar os resultados, vamos contextualizar teoricamente a ideias de objeto, experiência colateral e Ética para Peirce, sobre as quais já falamos rapidamente em capítulos anteriores. Também vamos retomar o que as teorias do jornalismo apontam como fatores influenciadores na produção de notícias e quais são as restrições impostas pelo denominado processo de plataformização da sociedade, contrapondo essas abordagens estruturalistas ao pragmatismo de Peirce.

## 6.1 OS DIFERENTES OBJETOS EM PEIRCE E A EXPERIÊNCIA COLATERAL

Para Peirce, um objeto seria “qualquer coisa que chega à mente em qualquer sentido, de modo que qualquer coisa que é mencionada ou sobre a qual se pensa é um objeto” (L. 482, tradução Santaella, 2000). Tanto Santaella (2000) quanto Hausman (2006) chamam a atenção para a necessidade de evitar uma confusão entre coisa e objeto, pois a ideia desse último é muito mais complexa, tendo em vista que, ao falar em objetos, Peirce refere-se, também, a ideias gerais, potencialidades ou possibilidades (CP 2.232), ou seja, a todas as suas categorias fenomenológicas.

Santaella (2000) explica da seguinte forma:

o signo representa o objeto, porque, de algum modo, é o próprio objeto que determina essa representação; porém, aquilo que está representado no signo não corresponde ao todo do objeto, mas apenas uma parte ou aspecto dele. Sempre sobram outras partes ou aspectos que o signo não pode preencher completamente (Santaella, 2000, p. 34-35).

Dessa forma, na perspectiva peirceana, o objeto seria o fato, acontecimento ou ideia que os jornalistas verificadores pretendem desmentir ou esclarecer. Como a representação do objeto pelo signo não consegue abarcá-lo em sua totalidade, Peirce apresenta diferentes aspectos desse objeto:

Devemos distinguir entre o Objeto Imediato, isto é, o Objeto como representado no signo – e o Real (não, porque talvez o Objeto seja também fictício, eu devo escolher um termo diferente, portanto), digamos o objeto Dinâmico, que, pela própria natureza das coisas, o signo não consegue expressar, podendo apenas indicar, cabendo ao intérprete descobri-lo por experiência colateral (CP 8.314, tradução Santaella, 2000).

Conclui-se, portanto, que o objeto imediato está dentro do próprio signo, faz uma alusão ao dinâmico e é representado pelo signo que nos permite conhecer parte do objeto, ou seja, o acesso ao objeto dinâmico só é possível pela mediação do imediato. Já o dinâmico é aquele que produz um signo semelhante apenas por força do objeto imediato e que produz um efeito pretendido pelo signo, o Interpretante (Santaella, 2000), tema que abordaremos no próximo capítulo desta tese.

Hausman (2006) refere-se ao objeto dinâmico como aquilo que inicialmente será interpretado, e o objeto imediato como o dinâmico interpretado, o qual é a base para a evolução contínua das interpretações. “Consequentemente, o sistema assumido que é trazido, e até mesmo imposto, ao início de uma interpretação, consiste

em objetos imediatos. Mas, novamente, não haveria objeto imediato se não existisse o objeto inicial, dinâmico e fundamental” (Hausman, 2006, p. 234).

Permanecendo nessa linha de raciocínio, o autor destaca que os objetos dinâmicos são aqueles que iniciam e restringem a interpretação, mas, quando caracterizados, já são objetos imediatos. Para ele, uma forma de compreender esse sistema é que as descrições dizem respeito ao “objeto imediato mais recente que funcionou como um objeto dinâmico. (...) Assim, o que é atribuído ao objeto é seu estado cognitivo e, nesse sentido, é um objeto imediato. Como o último objeto interpretado, ele funcionou como o objeto dinâmico” (Hausman, 2006, p. 237, tradução nossa)<sup>94</sup>. Para além disso, Hausman (2006) caracteriza o objeto dinâmico como “a fonte da força sentida do objeto imediato que está funcionando como um objeto dinâmico” (Hausman, 2006, p. 237, tradução nossa), força que limita e direciona a interpretação.

Bergman (2010) reforça essa ideia dizendo que, nos escritos maduros de Peirce, o objeto ganha um papel mais central e autônomo. Seria um aspecto bruto da realidade, relacionado à Secundidade, o que fica claro quando o lógico afirma que o objeto determina o signo e, apesar de não ser afetado por esse signo, “não é um objeto no sentido próprio, separado do signo” (Bergman, 2010, p.149, tradução nossa). O objeto imediato como aquele representado pelo signo, seria o “conteúdo significativo do signo”. Já o objeto dinâmico, apesar de poder ser fictício<sup>95</sup>, é diferenciado do imediato nos seguintes aspectos: “(1) é determinante, (2) não é expresso no próprio signo e (3) deve ser conhecido pela denominada experiência

---

<sup>94</sup> Hausman (2006) desenvolve essa ideia de objeto imediato mais recente que funcionou como objeto dinâmico a partir do exemplo de uma mancha no horizonte de um mar, baseado em um outro fornecido pelo próprio Peirce (CP 2.232): “Uma mancha que aparece no horizonte do mar chama a atenção do observador e o observador começa a interpretá-la. No contexto desta semiose ou processo interpretativo, a mancha serviria como objeto dinâmico. Suponha que a interpretação em desenvolvimento determine que a forma da mancha é um navio. O que se desenvolve, então, é um objeto imediato – o objeto dinâmico conforme interpretado ou, neste caso, o objeto que está sendo interpretado. A observação contínua pode levar a uma interpretação diferente. À medida que a maré aproxima o local, pode parecer um tronco e não um navio. E um pouco mais tarde, quando aproximado ainda mais, pode ser interpretado como uma massa invulgarmente grande de algas marinhas” (Hausman, 1990, p. 206, tradução nossa).

<sup>95</sup> Nöth (2006) considera que, no caso de ficções, mitos e imaginações, o objeto dinâmico poderia ser considerado como o sistema de ideias que florescem em uma dada cultura e que determina, precede, a representação do signo. Já o objeto imediato seria aquele imaginário ou ficcional, incompleto, apresentado a uma mente a partir de um signo específico. Nöth (2006, 2011) explica, ainda, a representação de objetos ficcionais como pertencente à categoria de Primeiridade, que diz respeito apenas a possibilidades e não a existencialidade, característica da Secundidade. Apesar disso, esse tipo de representação pode ocorrer a partir da determinação de existentes, tendo em vista que, por vezes, representam contextos históricos, como o personagem Hamlet de Shakespeare.

colateral (também chamada de “observação colateral” ou “experiência estranha”)<sup>96</sup> (Bergman, 2010, p. 150, tradução nossa). Sobre a experiência colateral, falaremos mais a frente.

Se aplicarmos essas ideias à atividade jornalística, compreenderemos que os verificadores de fato são impulsionados pelo objeto dinâmico que procuram alcançar. Contudo, não é possível representar esse objeto em sua totalidade e são utilizados signos como textos, vídeos, gráficos, imagens, ou seja, são gerados objetos imediatos na tentativa de esclarecer os fatos. Assim, ainda que os jornalistas tentem ser fiéis aos fatos, ou ao objeto dinâmico, não é possível representá-los em todos os aspectos, apenas parte deles, por meio do objeto imediato.

Rosenthal (1990), em uma análise profunda da relação entre o objeto dinâmico e o interpretante lógico último para explicar o processo de significação em Peirce<sup>96</sup>, auxilia na compreensão da incompletude do objeto imediato a partir da ideia de interpretante lógico e hábito, sobre as quais tratamos no Capítulo 4:

Esta incompletude é uma dimensão fenomenológica da consciência do hábito como uma prontidão para responder a mais do que pode ser especificado, que se manifesta na capacidade do interpretante lógico final de gerar um número indefinido de formas esquemáticas ou interpretantes lógicos que representam aspectos de um objeto, cada interpretante lógico sendo ao mesmo tempo um signo que evoca outros interpretantes lógicos (Rosenthal, 1990, p. 201, tradução nossa).

A autora explica que os interpretantes lógicos últimos somente são “últimos” se tomados num sentido lógico, mas estão aptos a mudanças no processo contínuo de organização da experiência. Assim, é o hábito que forma o objeto imediato de acordo com o objeto dinâmico, seu referente último, e “fornece o elo vital e vivo entre os signos e o universo” (Rosenthal, 1990, p. 203, tradução nossa).

Fora do sistema de significação, o objeto dinâmico pode ser compreendido como “a totalidade da natureza em sua riqueza indeterminada” (Rosenthal, 1990, p. 204, tradução nossa), ou como diz o próprio Peirce, um continuum que “nada na indeterminação” (CP 1.171-172, tradução nossa). Por outro lado, o objeto dinâmico como referente de um signo pode ser compreendido como o objetivo da interpretação,

---

<sup>96</sup>A autora aborda a noção de esquema (*schemata*), apropriada por Peirce de Kant, para explicar a estrutura de conceito. Peirce propõe que toda cognição é diagramática. Isso porque, conforme vimos principalmente em Nesher (2002), no capítulo anterior, todo processo de percepção e, portanto, de conhecimento, envolve ícones. “Toda cognição envolve a percepção no sentido de que envolve logicamente uma apresentação icônica do objeto conhecido” (Rosenthal, 1990, p. 197, tradução nossa).

possível por meio da “geração de uma série de interpretantes cuja estrutura esquemática depende do interpretante lógico último, e que só perdurará se servir para objetivar a riqueza indeterminada da realidade de maneiras viáveis” (Rosenthal, 1990, p. 204, tradução nossa).

De forma complementar, Bergman (2010) argumenta que a ideia de hábito, em Peirce, é o que relaciona a semiótica ao pragmatismo, pois permite uma saída da semiose infinita, tendo em vista que promove significação ao modificar a forma de agir. Assim a interpretação seria interrompida quando é alcançada uma mudança da conduta ou mudança de hábito.

Por outro lado, pode-se argumentar que as mudanças de hábitos são interrupções temporárias no fluxo de interpretação e não sinalizam um fim absoluto do desenvolvimento semiótico através da interpretação; os signos ligados aos hábitos podem crescer pela conexão com outros signos, o que por sua vez afetará os hábitos envolvidos. O hábito final de ação pode ser tanto um ideal inalcançável quanto a interpretação final (Bergman, 2010, p. 144, tradução nossa).

Nesse sentido, idealmente, a atividade de verificação de fatos procura desenvolver interpretantes lógicos para representar aspectos dos fatos que pretendem esclarecer. Cada um desses interpretantes funciona como um signo que evoca outros interpretantes lógicos de forma a ampliar o entendimento sobre alguma questão. Assim, a ideia é que seja estabelecido um hábito para a compreensão do objeto dinâmico. Por esse motivo, Rosenthal (1990) explica que o hábito forma o objeto imediato, tendo como referência última o objeto dinâmico, o objetivo da interpretação. Quanto mais a semiose se desenvolver, mais adiante será levada a compreensão sobre o objeto dinâmico o que pode gerar, inclusive, uma mudança de hábito, ou seja, uma nova compreensão de um fato.

Retornando à Santaella (2000), encontramos a descrição de três modalidades do objeto imediato referentes às formas como o objeto dinâmico está representado no signo – sensível, física ou intelectual, as quais se relacionam, respectivamente, ao ícone, índice e símbolo. Em relação a este último, o objeto dinâmico seria tudo que um estudo ilimitado e final revelaria, caso fosse possível levar uma investigação a esse ponto e, portanto, ao conhecimento de toda a multiplicidade desse objeto. Contudo, nas semioses singulares, é possível acessar apenas alguns de seus aspectos por meio do objeto imediato.

Com a distinção entre objeto dinâmico e imediato, Peirce quis evidenciar que os símbolos se expandem, proliferam, crescendo em complexidade. Embora cresçam, nunca se pode determinar a identidade entre objeto dinâmico e imediato. Há sempre um descompasso (Santaella, 2000, p. 43).

Assim, a ideia de hábito como uma prontidão para responder a mais do que pode ser especificado e como interrupções temporárias no fluxo de interpretação (Rosenthal, 1990; Bergman, 2010) podem contribuir para a compreensão desse ponto.

Em relação ao índice, o objeto imediato se relaciona ao dinâmico por meio de uma conexão entre dois individuais existentes. Para usar um exemplo da própria Santaella (2000), o orifício de uma bala na parede, o objeto imediato representa o dinâmico pela marca na parede que registra a conexão entre os existentes *bala* e *parede*. Conforme veremos nos resultados dos testes empíricos, os jornalistas verificadores procuram fazer prevalecer a conexão existencial entre o signo e seu objeto dinâmico para esclarecer os fatos. Assim, pretendem reforçar que os signos apresentados são uma prova de representação fiel do objeto dinâmico, ainda que só seja possível mostrá-lo parcialmente.

Sobre o ícone, a autora ressalta que, como pura e mera qualidade, o objeto imediato é, apenas, uma aparência. “Qualidades não podem representar nada. Elas apenas aparecem. Desse modo, o objeto dinâmico de um ícone pode ser qualquer coisa e tudo aquilo que é semelhante ao ícone” (Santaella, 200, p. 43). É por esse motivo que o ícone é vago, indefinido e impreciso.

A divisão entre ícone, índice e símbolo refere-se à relação do signo com o objeto dinâmico, dependendo na natureza do próprio signo, conforme descrevemos acima. Há, contudo, uma divisão, apresentada por Santaella (2000), em que o caráter do signo depende da natureza do objeto dinâmico, qual seja – abstrativo, concreto e coletivo ou o modo de ser como um possível, uma ocorrência ou um necessitante. No primeiro caso, algo possível é aquilo que ainda não tem existência e, assim, é indefinido.

A modalidade coletiva, do necessitante, refere-se a um caráter geral que pressupõe infinitas mediações entre signo e objeto e, dessa forma, “o objeto dinâmico sempre aparecerá sob espécie sígnica, numa regressão infinita” (Santaella, 2000, p. 45). Se o objeto dinâmico é uma ocorrência, ou concreto, poderá ser delimitado, por ser existente, com lugar e espaços definidos, mas, mesmo assim, ainda é dependente

da mediação do objeto imediato veiculado pelo signo. Essa ideia faz com que Santaella chame a atenção para o fato de que, se não temos acesso ao objeto dinâmico, a semiose de Peirce parece relacionada ao puro idealismo. Bergman (2010) também ressalta esse fato, dizendo que, sem uma análise mais profunda, parece impossível um contato concreto com um mundo que está fora e só estamos familiarizados com os objetos de nossa interpretação.

Contudo, Santaella (2000) lembra que o objeto dinâmico influencia o signo que é determinado por ele e, ainda, que esse objeto está fora mas, ao mesmo tempo, dentro da cadeia sónica por meio da experiência e pela ação, ideias abordadas por Peirce por meio da teoria da percepção apresentada no último capítulo:

Os elementos de todo conceito entram no pensamento lógico através dos portões da percepção e dele saem pelos portões da ação propositada; e tudo aquilo que não puder exibir seu passaporte em ambos esses portões deve ser apreendido pela razão como elemento não autorizado (CP 5.212, tradução Santaella, 2000).

Bergman (2010) acrescenta, ainda, que é principalmente um Peirce maduro, após 1885, com uma forte tendência ao realismo, que reforça a importância de uma experiência não semiótica como um fator que se impõe na semiose. Dessa maneira, a partir da Semiótica de Peirce e na forma como se dá o processo perceptivo para o lógico, conforme vimos no capítulo passado, a atividade de verificação tenta permitir que o objeto dinâmico exerça sua força. Isso possibilitaria o esclarecimento dos fatos por meio de signos que gerem objetos imediatos mais fiéis ao objeto dinâmico, no que o exercício do método científico pode contribuir.

### **6.1.1 Uma breve retomada do processo perceptivo**

Conforme vimos no capítulo anterior, *percepto* e *percipuum*, componentes do processo de percepção triádica de Peirce, podem ser relacionados, respectivamente, ao objeto dinâmico e imediato. Contudo, Hausman (1990) propõe aperfeiçoar essa proposta a partir da ideia de que Peirce confere, na verdade, dois sentidos ao *percepto*. O primeiro, *percepto*(1), seria o da força bruta incontrolável e pré-cognitivo, enquanto o segundo, *percepto*(2), se refere ao resultado do pensamento cognitivo.

Ou seja, ambos os sentidos partilham a condição de pressão ou compulsão na interpretação. No primeiro sentido, a compulsão é incontrolada e não

interpretada. No segundo sentido, a compulsão, embora ainda seja um elemento não controlado, contribui para a interpretação ocorrida (Hausman, 1990, p. 280, tradução nossa).

Já o percipuum “é a condição necessária pela qual o percepto(2), como construção ou produto da ação mental, é alcançado a partir do percepto(1)” (Hausman, 1990, p. 284, tradução nossa). Por esse motivo, o percipuum traz um componente de generalidade determinado pela interpretação. Na semiose, a mesma função é operada pelo objeto imediato que relaciona o objeto dinâmico ao signo interpretado. É por meio das características do objeto imediato que o signo representa o dinâmico, aspectos esses que são gerais, por não estarem individualmente relacionados a um referente, e limitados pelo sistema de signos e pelo objeto dinâmico. “Assim, sugiro que os aspectos que compõem o objeto imediato são correlativos ao que é considerado como percepto(2), que são os resultados referenciais e objetos dos julgamentos perceptivos” (Hausman, 1990, p. 284, tradução nossa), enquanto o percipuum é responsável por relacionar o elemento geral (do simbólico) ao incontrolável no julgamento perceptivo.

O percepto(2), como referente do julgamento perceptivo, sofre as restrições impostas pela interação com o objeto dinâmico, experienciado como percepto(1), e pela própria interpretação, o que resulta no objeto imediato, delimitado pela função restritiva do objeto dinâmico. Para Hausman (1990), está clara a relação do percepto(1) com o objeto dinâmico na medida em que Peirce o caracteriza como incontrolável, que se impõe sobre nós, ou seja, como o objeto dinâmico, não possui generalidade ou terceiridade, apenas primeiridade e secundidade. “Assim como o objeto dinâmico, perceptos(1) são simplesmente presenças que restringem. Na presença, eles pertencem à primeiridade. Na sua função restritiva, pertencem à secundidade” (Hausman, 1990, p. 286, tradução nossa).

De forma resumida:

É um percepto(2), o resultado possibilitado pelo percipuum, que tem um estatuto semiótico originário, ou um estatuto cognitivo inicial como objeto imediato. Mas deve ser enfatizado que o referente do julgamento também não está dissociado do percepto(1), no qual domina um objeto dinâmico não interpretado, e que tem um status pré-semiótico, pré-cognitivo. O referente de um signo é determinado pelo seu objeto, assim como o signo. O objeto, isto é, o objeto dinâmico é forçado à interpretação através do percepto(1). Assim, pressiona o que é representado para que o percipuum se torne um objeto imediato constrangido como percepto(2), e seja uma cadeira amarela com uma almofada verde em vez de um escabelo com um livro, ou uma mesa

com uma cadeira verde à sua frente, e assim por diante (Hausman, 1990, p. 286, tradução nossa).

Em outro estudo, Hausman (2006), diz considerar que o *percipuum* é a versão epistemológica do objeto imediato em desenvolvimento. “Presumo que um objeto imediato, como Peirce o definiu dentro da semiótica, é o objeto representado, ou no final de um ato específico de interpretação. E eu considero isso o percepto interpretado” (Hausman, 2006, p. 240, tradução nossa).

Essa ideia parece, apenas, reafirmar o que o comentador já dizia em 1990. Isso porque, no artigo de 2006, ele caracteriza o objeto imediato como uma interpretação imediata do objeto dinâmico que, posteriormente, poderá integrar um processo semiótico no qual vai interagir com outros “objetos imediatos interpretados mediamente”. Antes de estar na rede semiótica, contudo, “são interpretações aceitas sem qualquer mediação além da interpretação à qual o objeto dinâmico foi submetido” (Hausman, 2006, p. 241, tradução nossa).

Se relacionado a outros objetos imediatos interpretados, o objeto imediato será similar a *percipuum* porque não atua, apenas, como uma força imediata, tendo em vista que já apresentaria algum controle cognitivo. No entanto, previamente a esse controle, “existe aquilo que é imediatamente interpretado no sentido de ser um ‘reconhecimento’ do que está ali, mas não porque é o que é. Estou propondo que este é o status do objeto imediato e não do objeto mediado” (Hausman, 2006, p. 241, tradução nossa).

De forma resumida, então, compreendemos que o *percepto*(1) seria correspondente à força bruta incontrolável e pré-cognitiva, ou seja, o fato que os verificadores pretendem desmentir, mas ainda inconsciente, não interpretado. Já o *percepto*(2) refere-se ao resultado do pensamento cognitivo, portanto, a ciência do fato que se pretende desmentir, ainda não controlado, mas que já contribuiria para a continuidade da semiose. O *percepto*(2) estaria relacionado, ainda, a aspectos do objeto imediato ou objetos do julgamento perceptivo que, na restrição pelo objeto dinâmico e pela interpretação, originaria o objeto imediato.

O *percipuum* é responsável por fazer uma ponte entre *percepto* 1 e 2, entre o simbólico e o incontrolável no julgamento perceptivo e, assim, possui a mesma função do objeto imediato, que liga o objeto dinâmico ao signo interpretado. O objeto dinâmico é forçado à interpretação através do *percepto*(1) e atua como uma força para que o

percipuum se torne um objeto imediato constrangido como percepto(2). No caso da checagem, esse processo culminaria na interpretação do fato em si que se quer desmentir, ainda que somente na mente dos jornalistas.

É importante ressaltar que esse objeto imediato citado acima é uma interpretação imediata do dinâmico, ainda rudimentar. Posteriormente, ele pode vir a integrar uma rede de outros objetos imediatos interpretados mediatamente e ter algum controle cognitivo. Dessa forma, num primeiro momento, os jornalistas verificadores percebem um fato ou acontecimento que precisa ser desmentido, mas precisam relacioná-lo a outros, formar um contexto, para exercerem um controle cognitivo e, de fato, esclarecerem o que pretendem.

A ideia de contexto nos ajuda a retomar a experiência colateral que, segundo Bergman (2010), é uma outra forma de compreender como acessamos um mundo para além dos signos. Para o autor, a colateralidade promoveu uma mudança consistente na filosofia semiótica de Peirce, fornecendo uma camada mais básica de experiência bruta. Alguns pesquisadores retomados no Capítulo 2 refletem sobre a experiência colateral no contexto da desinformação. Alzamora e Andrade (2019), por exemplo, defendem que os diferentes métodos de fixação de crenças influenciam na forma de associação de ideias promovida pela experiência colateral, o que impactaria os processos de engajamento com a notícia falsa.

Para Santaella (2020), a descoberta sobre a veracidade ou falsidade do signo acontece a partir de uma análise do contexto referencial em que ele está inserido, ou seja, por meio da experiência colateral. Por fim, Cardoso (2024) conclui que um signo só pode ter função informativa ou desinformativa em sua rede colateral. A primeira ocorreria por meio da aquisição de informação a partir de correção de falhas, enquanto a segunda, a partir da aceitação seletiva de alguns signos e rejeição de falhas. A seguir, vamos tentar ampliar a compreensão sobre a experiência colateral e relacioná-la à atuação dos jornalistas verificadores.

### **6.1.2 A experiência colateral**

Conforme pontuamos em passagem anterior, Peirce esclarece que é possível acessar, aos poucos, o objeto dinâmico por meio da experiência colateral (CP 8.314), caracterizada como a “intimidade prévia com aquilo que o signo denota” (CP 8.179).

A partir das ideias de Peirce, Santaella (2000) ressalta que a experiência colateral não faz parte do signo e, conseqüentemente, não pode estar atrelada ao interpretante gerado por ele, interpretante que só mostra o que o próprio signo carrega do objeto dinâmico.

Não quero dizer com “observação colateral” o conhecimento do sistema de signos. O que está assim reunido não é COLATERAL. É, pelo contrário, o pré-requisito para obter qualquer ideia significada pelo signo. Mas, por observação colateral, quero dizer conhecimento prévio do que o signo denota (CP 8.179, tradução nossa).

Rosenthal (1990) auxilia na compreensão da experiência colateral como algo para além do signo quando explica que, ao significarmos, fazemos referência à concretude dos objetos, os quais, contudo, possuem, ainda, um número indefinido de características ou aspectos. “E a experiência passada de familiaridade com o objeto dinâmico pode levar à incorporação de mais características na rede de interpretantes lógicos potencialmente disponíveis para atualização pelo interpretante lógico final” (Rosenthal, 1990, p. 203, tradução nossa).

A autora apresenta, também, passagens nas quais Peirce pontua que a experiência colateral requer o estabelecimento de um hábito que evocará uma variedade de atributos (CP 8.18) e acrescenta que a incorporação de experiências passadas corresponde ao processo criativo permitido pela abdução. “Embora o que é aqui fixado por tais atividades criativas ou processos abduativos não sejam hipóteses empíricas que afirmam a aplicabilidade dos significados, mas antes a própria estrutura dos próprios significados” (Rosenthal, 1990, p. 203, tradução nossa). Dessa forma, o hábito permite acrescentar sempre mais à experiência passada que, por sua vez, estrutura o hábito de que faz parte, em um processo cumulativo.

A estrutura do interpretante lógico último em sua relação com os interpretantes lógicos permite a experiência do objeto dinâmico, enquanto o conhecimento de aspectos particulares do objeto dinâmico permite o desenvolvimento mais completo do sistema de signos incorporado no interpretante lógico final. O desenvolvimento do sistema de signos é um processo em constante evolução, mas a qualquer momento pode se adequar a uma estrutura sistemática interna unificada pela criatividade organizadora do hábito (Rosenthal, 1990, p. 203, tradução nossa).

Dessa forma, na checagem de fatos, a experiência colateral possibilitaria aos jornalistas a criação de um hábito, a partir de vivências anteriores, para a

compreensão do que seria ou não um processo desinformativo. Além disso, também proporcionaria um critério de seleção para a definição de quais processos precisam ou merecem ser esclarecidos.

Hausman (2006) acrescenta que a experiência colateral surge no processo perceptivo ao longo da formação do julgamento perceptivo, estando relacionada ao antecepto e ao ponecepto, que se referem aos processos mentais de antecipação e memória.

A memória se faz presente para trazer os fragmentos importantes da experiência colateral, assim como um sentido de continuidade relevante no futuro. E sugiro que o antecepto e o ponecepto, carregando a experiência colateral, interajam com as resistências e reações do percepto ou do objeto dinâmico, e o fazem vetorialmente, afastando as interpretações de uma ou mais direções possíveis (Hausman, 2006, p. 244, tradução nossa)

Essa ideia de experiência colateral como direcionadora das interpretações é corroborada por Bergman (2010) que a descreve como a força que atua, ao lado da familiaridade com o sistema sógnico, como pré-condição para a interpretação. Isso porque, para Peirce, além da descrição do objeto, são necessários índices, “signos que, em certo sentido, indicam ou chamam a atenção para os seus objetos, sem com isso fornecerem qualquer informação substancial sobre eles” (Bergman, 2010, p. 152, tradução nossa)<sup>97</sup>. Contudo, o autor atenta para o fato de que a experiência prévia não precisa ter sido direta e que o intérprete deve, apenas, relacionar o objeto com uma vivência anterior, ou seja, realizar alguma contextualização.

É importante destacar, assim, o papel dos índices para o estabelecimento de referências comunicativas as quais estariam na utilização de palavras com função de indicar, como “isto”, “aquilo” e alguns quantificadores, que “dão indicações ou sugestões de como a experiência relevante do objeto pode ser obtida” (Bergman, 2010, p. 154, tradução nossa). Um segundo tipo seria o dos índices mais puros, praticamente sem elementos simbólicos, que se relacionam à situação e ao contexto de ocorrência e não conseguem ser expressos por palavras por pertencerem às circunstâncias de comunicação.

---

<sup>97</sup> A princípio, a relação entre a experiência colateral e a utilização de índices pode parecer conflitante com a ideia de Rosenthal sobre a incorporação de experiências passadas pela abdução, apresentada anteriormente. Contudo, em uma reflexão mais lenta, conclui-se que esses índices só podem ser incorporados pela abdução, pois, para tornarem-se índices são, antes de tudo, ícones. Conforme já pontuamos em outros trechos, tudo chega à mente por meio de ícones.

Um exemplo fornecido pelo próprio Peirce (CP 2.357) é de uma pessoa que entra em uma sala gritando “Fogo!”. Sobre isso, Bergman (2010) explica que a palavra em si não é muito informativa, mas que se o enunciador a profere em tom de pânico, se sua expressão é de preocupação e, se, além de tudo, há cheiro de fumaça, esses índices não deixam muitas dúvidas sobre o objeto. “Além disso, algumas interpretações extravagantes, que só os signos tornariam possíveis, são excluídas pelo bom senso. Muito se baseia em uma compreensão não especificada das coisas compartilhadas pelos comunicantes” (Bergman, 2010, p. 154, tradução nossa).

Outro exemplo fornecido por Peirce é quando dizemos “Dia Agradável” para alguém:

Se o locutor disser “Bom dia!” ele não sonha com qualquer possibilidade de o intérprete pensar em qualquer mero desejo de um belo dia que um finlandês do Cabo Norte poderia ter tido em 19 de abril de 1776. Ele pretende, é claro, referir-se ao clima real, então e ali, onde ele e o intérprete são igualmente influenciados pelo bom tempo e o têm perto da superfície de sua consciência comum (EP 2.407, tradução nossa).

Bergman (2010) conclui, portanto, que a atuação contextual dos índices faz parecerem invisíveis, auxiliando na compreensão do universo específico em que ocorre um processo comunicacional, ou seja, “que tipo de experiência é necessária para a compreensão adequada dos objetos” (Bergman, 2010, p. 155, tradução nossa). Nas palavras do próprio Peirce:

Em cada proposição, as circunstâncias da enunciação mostram que ela se refere a algum conjunto de indivíduos ou de possibilidades, que não pode ser descrito adequadamente, mas só indicado como algo familiar tanto para o falante como para o ouvinte. Num momento pode ser o universo físico, noutro momento pode ser o “mundo” imaginário de alguma peça ou romance, noutro, uma gama de possibilidades. (CP 2.536, tradução nossa).

Dessa forma, para Bergman (2010) a experiência colateral tem uma função dupla ao apresentar os limites da atuação sígnica e apontar para a importância dos fatores situacionais e contextuais. Por esse motivo, Peirce diz que nenhuma descrição é capaz de diferenciar um fato de uma ficção, e que a realidade só é alcançada por meio de índices e da experiência (CP 2.337). A experiência colateral é, então, algo fora da semiose, um fator de secundidade, mas que orienta a interpretação. “Por outro lado, a experiência colateral não está absolutamente fora do alcance dos signos, embora seja necessário um tipo especial, os índices, para estabelecer o contato. Palavras por si só não bastarão” (Bergman, 2010, p. 155, tradução). Além disso, é

somente quando interpretada que a experiência pode ser verdadeiramente significativa. Peirce explica da seguinte forma:

[E]xperiência só pode significar o resultado cognitivo total da vida e inclui interpretações tão verdadeiramente quanto a questão dos sentidos. Ainda mais verdadeiramente, uma vez que esta questão de sentido é algo hipotético que nunca poderemos apreender como tal, livre de qualquer elaboração interpretativa (CP 7.538, tradução nossa).

Nesse sentido, é possível ampliar a ideia de experiência colateral para compreendê-la, também, como Alzamora e Andrade (2010), Santaella (2020) e Cardoso (2024) propõem. Isso porque Bergman (2010) ressalta a experiência colateral como dependente de índices que chamam a atenção para os seus objetos e realizam alguma contextualização ao relacionarem um objeto à situação e ao contexto de ocorrência. Assim, a experiência colateral auxilia na compreensão do universo em que ocorre um processo comunicacional, como o da desinformação, apontando porque é falso ou verdadeiro, por exemplo.

Bergman (2010) chega a falar que os índices situacionais não são passíveis de expressão por palavras e se caracterizariam como algo familiar tanto para o falante como para o ouvinte. Essas ideias também podem ser aplicadas à prática da checagem na medida em que os jornalistas tentam, por meio de um repertório compartilhado com os usuários do serviço, esclarecerem o fato com provas contextuais, conforme veremos nos resultados do nosso teste empírico.

Apresentadas as ideias de objeto dinâmico, imediato e experiência colateral, fica bem claro que a atividade jornalística, inclusive a de checagem de fatos, proporciona a geração de objetos imediatos que procuram interpretar e, portanto, aproximar-se de objetos dinâmicos, os quais são muito mais amplos, conforme o pragmatismo propõe. Importante pontuar que, conforme retomamos no capítulo anterior, o percepto, assim como o objeto dinâmico, como existente de predominância da Secundidade, se força sobre os jornalistas para ser percebido e interpretado em objetos imediatos.

Nesse processo, também precisa ser levada em consideração a experiência colateral dos verificadores de fatos, ou seja, o contato prévio com outros objetos imediatos que permitiram a familiaridade com determinado objeto dinâmico e que levam ao reconhecimento dos índices contextuais, os quais devem ser compartilhados com a audiência. Se aplicado o método científico, ainda que de forma instintiva, o

processo de interpretação tende a ser aperfeiçoado, aproximando a rede de objetos imediatos formada do objeto dinâmico.

Desde o surgimento da prática jornalística, muitas teorias buscam compreender o fazer jornalístico e quais fatores podem influenciar a produção de notícias. Explicado como o processo funcionaria no pragmaticismo, a seguir, vamos apresentar as teorias do jornalismo que, contudo, são estruturalistas, diferente das bases filosóficas realistas de Peirce, nas quais esta pesquisa está sendo realizada. Antes disso, porém, retomaremos uma das ciências normativas de Peirce, a ética, cuja compreensão se faz importante para os resultados encontrados no teste empírico da segunda e da terceira sub-hipótese.

### 6.1.3 A ética em Peirce

Conforme pontuamos em capítulos anteriores, Peirce define três ciências normativas: estética, ética e lógica ou semiótica. Essa última refere-se a como se deve pensar e se sustenta na ética, relativa à conduta, a como se deve agir, a qual, por sua vez, é baseada na estética, referente aos fins admiráveis e dignos. “Sob a orientação da ética, (a lógica ou semiótica) é agora uma lente comparativamente brilhante, mostrando muito do que não era discernível antes” (CP 2.198, tradução nossa). Liszka (2024) explica a maneira pela qual Peirce foi aperfeiçoando sua ideia de ética de forma que ela se torna essencial para a sustentação da Lógica. Além disso, mostra como, similar à semiótica, a ética também pode ser dividida em gramática, crítica e retórica.

Assim como a gramática semiótica analisa a natureza dos signos e o funcionamento sógnico, uma gramática ética analisa os elementos de atuação e conduta ética. Assim como a crítica se preocupa com o uso adequado do raciocínio, então a ética crítica estaria preocupada com o raciocínio ético. Finalmente, tal como a retórica semiótica trata de uma comunidade de investigação adequada, uma retórica ética estabeleceria uma base para comunidades éticas (Liszka, 2024, p. 201, tradução nossa).

De acordo com Liszka (2024), os manuscritos de Peirce mostram uma função dupla da ética: determinar os fins que serão perseguidos e qual a melhor maneira de alcançá-los. Sendo assim, como a gramática semiótica aborda os signos e a sua atuação, uma gramática ética estaria preocupada com a atuação moral e a conduta ética, portanto, assumindo o envolvimento de algum grau de autocontrole para se

alcançar um objetivo. O autocontrole seria aquilo que distingue entre uma ação propositada<sup>98</sup> e uma mecânica, porque permitiria a correção da conduta que objetiva algum fim, algo não presente na ação é mecânica (CP 2.66). “A possibilidade de autocorreção, razoabilidade, permite mudança, crescimento e adaptação” (Liszka, 2024, p. 206, tradução nossa), ideia sobre a qual tratamos no Capítulo 4, ao refletirmos sobre a mudança de hábitos.

No campo da crítica, há um paralelo quase exato (CP 1.608) entre a razão lógica, compreendida como as condições para a verdade, e a razão ética como uma verdade moral. Foi por meio da máxima pragmática, que abordamos no Capítulo 4, que Peirce relacionou a teoria e a prática aos fins da conduta, ou seja, conectou o pensamento e o propósito racional (CP 5.412). Contudo, não estavam definidos quais meios bons ou justos deveriam ser alcançados. “Ele estava ciente de que sem a orientação da ética, o raciocínio poderia ser usado para qualquer propósito, bom ou mau” (Liszka, 2024, p. 210, tradução nossa). Diante disso, Peirce propõe “um processo ‘sintético’ de teste enraizado na experiência, evoluindo a partir de experiências de vida que impõem restrições a normas e ideais” (Liszka, 2024, p. 211, tradução nossa).

Como um realista, Peirce defendia que existem verdades morais a serem determinadas objetivamente, independente de crenças ou determinações culturais. Também conforme vimos no Capítulo 4, a verdade seria alcançada ao longo do tempo, a partir do que as investigações científicas tenderiam a determinar. O mesmo valeria para uma verdade moral, a qual seria estabelecida a partir de convergentes estudos sobre o comportamento mais adequado. “A convergência demonstraria o que é generalizável na forma de crença, conduta e sentimento (CP7.187, 1901). Ela mostraria quais normas de conduta podem ter ampla adesão e trabalhar consistentemente com as restrições da experiência vivida” (Liszka, 2024, p. 213, tradução nossa).

---

<sup>98</sup> Liszka aborda de forma mais profunda a ação propositada, explicando que ela se baseia em uma relação triádica entre o desejo por um fim, a deliberação sobre os meios para esse fim e a intenção de atuação sobre o que é deliberado. Especialmente a deliberação gera uma crença prática que, segundo Liszka, é um resultado da Máxima Pragmática. “Em suma, Peirce defende um modelo triádico de crença-desejo-intenção de conduta humana que fica em algum lugar entre o internalismo e o externalismo. A interrelação triádica de todos os três é necessária para explicar completamente a conduta intencional. Com o internalismo, os desejos pelo fim são necessários, mas, com o externalismo, os desejos podem ser modulados pela deliberação sobre fins e meios. Os desejos influenciam a motivação, mas as intenções são os aspectos controladores da conduta, o cerne do autocontrole” (Liszka, 2024, p. 209, tradução nossa).

Como resultados de uma investigação, as verdades morais, dependem, então, de um processo correto para alcançá-las, preocupação da retórica ética. Conforme vimos, além de um método adequado, a pesquisa requer uma comunidade que será guiada por certas normas, virtudes e sentimentos ao longo do tempo (CP 7.87). “Além disso, como Peirce argumenta na ‘Fixação das Crenças’, as normas de investigação podem servir como um modelo para as normas de uma comunidade que visa a verdade, moral ou outra”. (Liszka, 2024, p. 213, tradução nossa).

Alguns autores, como Short (2012), compreendem um movimento circular nessa ideia: os investigadores precisam de certas normas para alcançar uma verdade que, por sua vez, precisa ser proposta por uma ciência normativa em investigações sobre essa temática. Contudo, na visão de Liszka (2024), a teoria da convergência pode resolver essa questão:

(...) A própria investigação elaborou as normas necessárias para buscar, com sucesso, afirmações verdadeiras, empíricas ou morais. A prática da ciência é uma forma exemplar de investigação que, de fato, se tornou a ciência mestra, bem-sucedida na entrega dos bens epistemológicos, em parte, devido à adesão a essas normas. A violação destas normas apenas retarda o progresso científico (Liszka, 2024, p. 214, tradução nossa).

Para compreender a ética, também é necessário estabelecer uma relação com a estética, ciência normativa de base, tendo em vista que a moral seria um equilíbrio entre sentimento e razão. Segundo Liszka (2024), a relação entre essas ciências normativas nasce a partir de Aristóteles e Platão e, assim, refere-se a um fim adequado, admirável tanto ética quanto esteticamente. Ao longo de sua vida, Peirce tentou propor algumas categorias que permitissem alcançar esse *summum bonum* e, segunda Liszka, a mais compreensível delas seria a que determina três fins mais gerais:

o maior prazer para o maior número, comunidades pacíficas e prósperas, e um terceiro e interessante fim geral: ‘promover a realização de um ideal não definível antecipadamente... para realizar-se no longo prazo’ (R1429:14, 1900). Estes são fins certamente admiráveis, difíceis de negar: uma sociedade estável, pacífica, que maximiza os prazeres dos seus membros e minimiza os conflitos, concebida de modo a pressionar as investigações para quais deveriam ser os seus fins mais elevados. (...) Afinal, as investigações funcionariam melhor em uma comunidade próspera e em paz e onde seus membros vivem vidas relativamente confortáveis (Liszka, 2024, p. 217, tradução nossa).

A partir de Bergman (2012), Liszka (2024) diz que o terceiro e último fim refere-se a uma ética meriolista, em que o objetivo mais elevado seria aperfeiçoar o que

existe por meio de um processo de três etapas: o desenvolvimento dos sentimentos, do mundo da experiência e da razoabilidade em si. A ética meriolista visaria assim, a “uma comunidade concebida para melhorar o sentimento, a experiência de viver juntos – sociabilidade e solidariedade – e aumentar a razoabilidade na procura de fins últimos” (Liszka, 2024, p. 217, tradução nossa). Dente eles, a razoabilidade seria o maior objetivo: “o único objeto desejável que é bastante satisfatório em si mesmo, sem qualquer razão ulterior para desejá-lo, é o próprio razoável” (CP8.140, tradução nossa).

A razoabilidade, por sua vez, é um processo evolutivo com tendência à generalização e continuidade, conforme pretende o sinequismo, sobre o qual abordaremos mais profundamente no próximo capítulo. A evolução promove o crescimento que, por sua vez, permite a diversificação e uma variedade racional, como esquematizado por Peirce em sua arquitetura das ciências. “É generalizável algo que une partes em um todo e faz delas uma ordem que continua seu crescimento” (Liszka, 2024, p. 218, tradução nossa). O que não sofre generalização é descartado em um processo de autocorreção, uma segunda característica da razoabilidade, o que fica bem evidente nos métodos e normas de autocorreção da ciência e no avanço promovido pela rejeição de hipóteses equivocadas.

Liszka resume de forma bastante esclarecedora:

Como a gramática da ética de Peirce deixa claro, os seres humanos são agentes intencionais e possuem autocontrole para direcionar sua conduta para fins e corrigir essa conduta quando esses fins não forem alcançados (R448:22, 1903; CP5.160, 1903). Ser razoável é autocorrigir-se em direção a um fim (CP2.66, 1902). Mas também deve significar corrigir meios e fins. A autocorreção, como o cerne da razoabilidade, torna o progresso possível e é a chave para sua ética meriolista. Ser irracional, como argumenta seu conhecido artigo, “A fixação das crenças”, é recusar-se a mudar, alterar ou corrigir crenças quando o peso da experiência e da evidência ditar, ou confiar irrefletidamente na autoridade (CP5.377– 384, 1877). A razoabilidade é um fim último porque é o próprio processo de correção em direção a algo melhor (Liszka, 2024, p. 220, tradução nossa).

A investigação é o que permite alcançar esse ideal e, ao mesmo tempo, é um processo de autocorreção da mesma forma como a razoabilidade, ou seja, a investigação está implícita no fim mais elevado, porque a evolução é um processo contínuo. Portanto, de forma resumida, a ética relaciona-se à conduta, a como se deve agir, e torna-se cada vez mais essencial para a sustentação da Lógica, na medida em que Peirce vai amadurecendo. Diante disso, para os propósitos desta tese, fica claro

que, ao apresentarem uma conduta ética, os jornalistas demonstram estar no caminho para uma possível ampliação da capacidade crítica.

Permanecendo nessa linha de raciocínio, ressaltamos que a ética determina os fins a serem alcançados e qual a melhor maneira de atingi-los, o que exige a presença de um certo grau de autocontrole e, conseqüentemente, da correção da conduta. Dessa maneira, sem a ética, o raciocínio poderia ser empregado para qualquer finalidade, mesmo uma ruim. A atuação da ética permite, então, um processo sintético de teste o qual evolui a partir de experiências de vida que restringiriam normas e ideais. Como consequência, uma verdade moral se estabeleceria por meio de investigações convergentes sobre o comportamento mais adequado. Isso significa dizer que esse tipo de verdades também é dependente de um processo correto para alcançá-las, assim como a verdade racional, possível a partir do método científico. E defendemos que esse processo para alcance das verdades morais pode ser e é realizado, também, pelos jornalistas verificadores de fatos.

Compreendida a importância da ética, podemos passar para as teorias existentes no campo do jornalismo, as quais auxiliam na compreensão dos fatores que restringem a prática jornalística, como propomos na nossa segunda sub-hipótese. Nessa sub-hipótese, suspeitamos que o “empacotamento” de notícias realizada pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos das agências de checagem, pode influenciar a geração de objetos imediatos nas mentes dos profissionais verificadores.

## 6.2 AS TEORIAS JORNALÍSTICAS

Estudiosos como Wolf (1999), Traquina (2005) e Penna (2008) apresentam as teorias, sobre as quais discorreremos a seguir, que, ao longo dos anos, tentaram explicar os fatores influenciadores da produção de notícias. Vamos abordar essas teorias baseando-nos nesses teóricos. A primeira delas é do Espelho, que descreve o jornalista com um agente sem interesses a defender e cujo papel é simplesmente informar baseando-se na verdade dos fatos. Essa ideia nasce em meados do século XIX, quando se estabelece o jornalismo de informação, separado da opinião, na intenção de, como uma máquina fotográfica (que surgia naquela época), reproduzir o

mundo real, e é reforçada com a ideia de objetividade, que ganhou força nos anos 20 e 30, nos EUA.

Traquina (2005) considera, contudo, que essa é “uma explicação pobre e insuficiente, que tem sido posta em causa repetidamente em inúmeros estudos sobre o jornalismo e, na maioria dos casos, sem qualquer intuito de por em causa a integridade de seus profissionais” (Traquina, 2005, p. 149). Essa teoria também não encontraria respaldo no Pragmaticismo, tendo em vista que conforme pontuamos, o objeto dinâmico sempre será representado pelo signo no objeto imediato.

A primeira teoria acadêmica no campo do jornalismo é a do *Gatekeeper* e foi proposta por David Manning White nos anos 1950. O jornalista é apresentado como *gatekeeper*, ou porteiro, que, ao longo da produção de notícias, precisa definir quais informações passarão pelo portão e, portanto, serão publicadas. Nessa perspectiva, as notícias são resultado de escolhas subjetivas e, portanto, de experiências, atitudes e expectativas dos profissionais da informação, ou seja, em uma visão semiótica, seriam baseadas na experiência colateral do próprio jornalista. Assim, Traquina (2005) considera que essa teoria individualiza uma função que tem, também, uma dimensão da empresa jornalística

Nessa perspectiva, a Teoria Organizacional, proposta por Warren Breed, destaca a importância da política editorial das organizações jornalísticas e defende que os jornalistas atuam mais em conformidade com tais regras do que de acordo com crenças pessoais. Dessa forma, a teoria aponta que a cultura organizacional se sobrepõe à cultura profissional por meio de seis fatores: a autoridade institucional e as sanções; os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores, as aspirações de mobilidade, a ausência de grupos de lealdade em conflito (como sindicatos), o prazer da atividade e as notícias como valor (a ideia é alcançar o maior número de notícias e não contestar a política editorial).

Para escapar dos constrangimentos empresariais, existiriam cinco possíveis formas de atuação. A falta de clareza nas normas de política editorial e a oportunidade de seleção em momentos diversos da produção de notícias seriam alguns desses fatores. Há, ainda, a possibilidade de publicação em um jornal concorrente, por meio de um profissional amigo, tornando o fato importante também para a veiculação no próprio jornal de atuação. Além disso, é apontada a maior autonomia do jornalista

quando são fatos encontrados em sua ronda habitual ou em reportagens de iniciativa própria ou quando o jornalista é destaque na organização.

A Teoria Organizacional aborda a influência do fator econômico no jornalismo, tendo em vista que o trabalho é constrangido pelos recursos empresariais, ou seja, o jornalismo pode ser caracterizado como um negócio que sofre influência da publicidade, a qual também mantém a atividade. Além disso, podem faltar recursos econômicos para contratação de pessoal, para oferecer salários atrativos, fazer a coberturas dos acontecimentos com valores-notícia e desenvolver reportagens mais aprofundadas. A dimensão econômica é, ainda, aquela que explica a concorrência entre as empresas jornalísticas e, portanto, a corrida pelo furo. Ou seja, são fatores situacionais da experiência colateral que vão além, apenas, da atuação particular do jornalista e influenciam na representação do objeto dinâmico que, apesar disso, se força sobre esses profissionais.

A partir dos anos 1970, as teorias passam a se voltar mais para “as implicações políticas e sociais da atividade jornalística, o papel social das notícias e a capacidade do Quarto Poder em corresponder às enormes expectativas em si depositadas pela própria teoria democrática” (Traquina, 2005, p. 161). A partir daí surgem os denominados estudos da parcialidade (*news bias studies*) e as teorias denominadas da ação política.

Nesse contexto, os meios de comunicação são tomados como instrumentalistas por servirem a interesses políticos. Na perspectiva da esquerda, a mídia é utilizada para manutenção do capitalismo, enquanto, na versão de direita, ela é um instrumento que desafia esse sistema. Em ambos os casos, as notícias são compreendidas como distorções sistemáticas utilizadas por certos agentes políticos para projeções de visão de mundo e sociedade, por exemplo. Na versão de direita, os jornalistas, cujos valores políticos são coerentes e estáveis, são vistos como profissionais que controlam pessoalmente as notícias e inserem nelas as suas preferências políticas. Na versão de esquerda, os jornalistas não teriam destaque, seriam meros operadores de serviços capitalistas, coniventes com as elites.

Para Traquina (2005), o principal problema dessa abordagem é uma visão determinista, em que os jornalistas apenas colaboram com o sistema instituído ou somente são submissos a ele e, portanto, não são levados em consideração outros fatores. Os donos e os diretores de jornais raramente se reúnem, por exemplo, a

maioria dos jornalistas não conhecem os integrantes dos conselhos administrativos e esses profissionais possuem certo grau de autonomia, principalmente por meio do jornalismo investigativo, quando podem até desafiar o poder instituído. Em uma visão semiótica, podemos refletir que os signos gerados para representar o objeto dinâmico podem ser tendenciosos. Contudo, como esse objeto se força para se representado, ao longo do tempo, se utilizado o método científico, prevalecerão os signos mais fiéis.

Também a partir dos anos 1960 e 1970, surgem dois paradigmas que consideram as notícias como construções sociais, as teorias estruturalistas e interacionistas. Entre os pontos comuns entre elas, estão a rejeição à teoria do espelho e a defesa de que as notícias são resultado das interações entre jornalistas e fontes de informação, sociedade e comunidade profissional. Ambas reconhecem os constrangimentos organizacionais ao mesmo tempo em que consideram um fator transorganizacional ao apontar a importância da comunidade jornalística na formação e atuação de novos profissionais.

As duas teorias ressaltam uma cultura jornalística por meio de valores-notícias, ideologia de seus membros, além das rotinas e procedimentos profissionais, considerando que os jornalistas são participantes ativos na construção da realidade. Nessa perspectiva, essas teorias compreendem as notícias como histórias que sofrem influências da cultura jornalística e da própria sociedade e que requerem a aprendizagem de uma linguagem jornalística.

Na perspectiva do paradigma construtivista, embora sendo índice do “real”, as notícias registram as formas literárias e as narrativas utilizadas para enquadrar o acontecimento. A pirâmide invertida, a ênfase dada à resposta e às perguntas aparentemente simples: quem? o quê? onde? quando?, a necessidade de selecionar, excluir, acentuar diferentes aspectos do acontecimento – processo orientado pelo enquadramento escolhido – são alguns exemplos de como a notícia, dando vida ao acontecimento, constrói a realidade (Traquina, 2005, p. 174).

Antes de continuar a abordagem sobre essas teorias, contudo, é importante ressaltar que a ideia de construção da realidade é totalmente contrária ao realismo de Peirce para quem o real independe do que se pensa sobre ele. O real também não necessita de incorporação para a existência, conforme vimos no Capítulo 4. Dessa forma, a cultura profissional, como as formas de redação e critérios de seleção, é incorporada pelos jornalistas por meio da experiência colateral e influencia na forma de representação do real, mas não no real em si.

Retornando à visão da teoria estruturalista, as notícias são vistas como um produto social, resultado da organização burocrática dos meios de comunicação, da estrutura dos valores-notícias (essenciais na comunidade jornalística) e da própria construção da notícia. Esse processo de construção envolveria formas de identificação e contextualização que resultariam na organização por meio de mapas culturais do mundo social. Assim, essa teoria é uma perspectiva também culturalista.

Os teóricos dessa corrente defendem que as notícias fazem parte da indústria cultural e, portanto, servem a uma ideologia hegemônica. A necessidade de rapidez na produção de notícias, além da busca pela objetividade e imparcialidade, faz com que os jornalistas procurem fontes de informações institucionais. Dessa forma, prevalecem a opinião dos poderosos que são considerados como “definidores primários”. Entre as críticas a essas ideias está o fato de que ela é excessivamente determinista, não considerando a atuação dos jornalistas frente a esses definidores por meio de reportagens, investigação, furos ou outras iniciativas de negociação.

Já para a Teoria Interacionista, a produção das notícias é “um processo interativo onde diversos agentes sociais exercem um papel ativo no processo de negociação constante” (Traquina, 2005, p. 184). Nesse cenário, os promotores de notícias (*news promoters*) são aqueles que identificam as ocorrências consideradas especiais e os *news assemblers* transformam as ocorrências capturadas em acontecimentos públicos por meio de sua difusão. Por fim, os consumidores de notícias (*news consumers*) são aqueles que recebem os acontecimentos veiculados pelos meios de comunicação.

A notícia é o que permite dar ao acontecimento uma existência pública e transformá-lo em um recurso de discussão. Como consequência, os fatos serão utilizados de maneiras diversas por diferentes agentes sociais, cada qual de acordo com sua própria necessidade de acontecimento (*event needs*). Por esse motivo, diferentes campos sociais, como a política, fazem o esforço para que os jornalistas concordem com as pautas que querem promover. “Assim, é reconhecido que os jornalistas têm as suas próprias necessidades de acontecimentos. Este fato tem implicações teóricas importantes que apontam para o papel decisivo dos jornalistas no processo de produção das notícias” (Traquina, 2005, p. 187).

Para a Teoria Interacionista, o tempo de produção do jornalismo, a chamada hora do fechamento<sup>99</sup>, pressiona a forma como os acontecimentos, que podem surgir em qualquer lugar e a qualquer momento, são transformados em notícias. Para lidar com a imprevisibilidade dos fatos, os jornais acabam por impor ordem no espaço e no tempo e, assim, o que é considerado como notícia tende a ocorrer apenas em determinados locais, até onde a rede noticiosa (*news net*) consegue capturar, e nos horários regulares de trabalho. Para justificar o deslocamento de um repórter fora do horário padrão, é necessário que o acontecimento tenha um valor-notícia claramente exposto. Além disso, para organização temporal, as empresas fazem uma lista de acontecimentos, uma agenda que permite a previsão dos fatos. Por fim, como os jornalistas buscam a atualidade, a ênfase acaba sendo os acontecimentos e não as problemáticas.

Para que a rede noticiosa possa ser mais bem compreendida, é necessário considerar, também, o relacionamento entre jornalistas e fontes, o investimento no cultivo de fontes e os critérios que a comunidade jornalística utiliza para avaliação da interação com os agentes sociais. O jornalista sabe que as fontes defendem certos interesses e, por isso, é necessária uma avaliação baseada na autoridade, produtividade e credibilidade dessas fontes. No primeiro caso, a preferência é por fontes oficiais ou que apresentem autoridade institucional, ou seja, na hierarquia de credibilidade, são mais confiáveis aqueles cujo título ou posição é mais prestigioso.

Já a produtividade diz respeito às fontes que permitirão acesso ao material suficiente para a produção da notícia, sem a necessidade de acessar a muitas fontes para obter dados, de forma que os jornalistas também economizem custos e tempo. Esse é mais um motivo pelo qual as fontes oficiais são preferidas. Em relação à credibilidade, a ideia é que as fontes forneçam uma informação que não exija muito controle.

Num cenário de inúmeros acontecimentos e escassez de tempo, os jornalistas precisam impor uma rotina do inesperado levando em consideração a avaliação das fontes de informação, o que pode gerar uma dependência dos canais de rotina e, conseqüentemente, uma interdependência entre jornalistas e fontes. Para os jornalistas, as vantagens são a eficácia, a estabilidade e uma autoridade como

---

<sup>99</sup> Essa ideia parece muito mais fluida a partir de um jornalismo digital, em que um fato pode ser publicado assim que acontece. Talvez a corrida na atualidade seja por quem vai publicar primeiro.

validação. Por outro lado, para a fonte oficial, haverá garantia de publicação de seus atos, a sua provável relevância social e o reforço de sua legitimidade.

Quando os jornalistas ficam dependes das fontes, podem ficar orientados para a fonte e, assim, ceder à tentação de escrever para a fonte e não para o público. Quando o jornalista cede a esta tendência, perde mais a sua independência e deixa as fontes definirem as situações. A interdependência facilita também as “fugas” de informação, em particular o lançamento de “balões de ensaio” (Traquina, 2005, p. 196).

Assim como a Teoria Estruturalista, a Teoria Interacionista vê que a ligação entre jornalistas e fontes é uma ferramenta importante para o poder instituído, e as notícias, portanto, dão suporte às versões oficiais em acontecimentos controversos. A dominância das fontes oficiais seria, assim, uma ação estratégica dessas fontes que utilizam recursos de imposição como seu capital econômico, seu grau de institucionalização (capital institucional), sua autoridade, conhecimento e credibilidade (capital sociocultural), além de estratégias de comunicação.

Apesar disso, haveria, ainda, algum espaço para que os jornalistas permitam uma contestação dos valores dominantes. Assim, outra interação que ainda precisa ser levada em conta é entre os próprios jornalistas dentro de sua comunidade profissional, na qual ocorre uma validação e exame dos colegas de trabalho.

Devido ao papel dos valores-notícia, isto é, os critérios de noticiabilidade que orientam o processo de produção de notícias, gera-se um *group think*, a partilha de “hábitos mentais” que criam fenômenos bem documentados de jornalismo de matilha (*pack journalism*) e *media frenzy* (a cobertura massiva e frenética de um acontecimento). A existência de um modo de ver, modo de agir, e modo de falar estabelece um elo de ligação bastante forte entre os membros da diáspora jornalística (Traquina, 2005, p. 202).

Assim a Teoria interacionista reconhece o papel ativo dos jornalistas no que chamam de construção da realidade. De forma resumida, compreende que as notícias, antes de um espelho da realidade, seriam reflexos, também, dos constrangimentos organizacionais, das narrativas que influenciam na escrita jornalística, das rotinas de trabalho, dos valores-notícias e das identidades das fontes de informação.

É importante pontuar, mais uma vez, que esses fatores elencados acima, se considerados a partir de uma abordagem peirceana, não constroem a realidade. Como vimos, a realidade existe independente de qualquer representação e exerce sua força para a geração de signos mais fiéis, desde que utilizados os métodos mais

adequados para alcançá-los. Assim, os constrangimentos organizacionais, as rotinas de trabalho, dos valores-notícias e as identidades das fontes de informação são fatores que influenciam nos signos gerados para que o objeto dinâmico seja representado por meio do imediato. Contudo, de maneira alguma, construiriam a realidade.

### **6.2.1 Os valores-notícia**

Os valores-notícia podem ser definidos como aquilo que determina a noticiabilidade de um acontecimento que, por sua vez, refere-se à capacidade de fatos serem transformados em notícias.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias (Wolf, 1999, p. 83).

Entre os critérios de noticiabilidade, os valores-notícia servem para colocar ordem na imprevisibilidade, como apontado nas teorias jornalísticas, auxiliando nos processos de escolhas de forma a torná-los mais automáticos e ágeis (Wolf, 1999; Pena, 2008). Penna (2008) ressalta que os valores-notícia são variáveis, já que a noticiabilidade é sempre negociada. Contudo, é certo que, quanto mais valores-notícia um fato apresentar, maior sua chance de se tornar notícia.

Como um componente na noticiabilidade, os valores-notícia procuram responder: “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?” (Wolf, 1999, p. 85). Wolf (1999) chama atenção para o fato de que esses valores estão presentes ao longo de toda a cadeia produtiva e não, apenas, na seleção de acontecimentos, pois também aparecem na forma como as notícias serão apresentadas, ou seja, o que será ressaltado ou omitido.

Outro aspecto importante é que esses “critérios de relevância agem de uma forma difusa, até se transformarem em critérios de realce aplicados implicitamente pelos leitores” (Wolf, 1999, p. 86). Isso pode ser compreendido por meio da experiência colateral, tendo em vista que os índices situacionais devem ser compartilhados por todos os que participam de um processo comunicacional. Além

disso, os valores-notícia são dinâmicos e, portanto, estão em constante mudança, o que também é possível compreender por meio do processo de mudança de hábitos.

Os valores-notícia podem ser definidos de acordo com quatro categorias. A primeira (categoria substantiva) refere-se ao acontecimento que será transformado, a característica e o conteúdo da notícia. A segunda (relativa ao produto e aos meios de informação), relacionada aos processos de produção, diz respeito à disponibilidade do material e às características do produto informativo. A terceira é relativa à imagem que os jornalistas fazem de seu público e, por fim, a última, faz alusão à concorrência, ou seja, a relação entre os meios de comunicação (Wolf, 1999).

Abaixo, adaptamos um quadro em que Penna (2008) reúne de forma bem elucidativa os valores-notícia apresentados por Wolf (1999) a partir de autores como Galtung e Ruge (1965); Golding e Elliot (1979); Gans (1970, 1979) e Schlesinger (1978):

Quadro 7 - Os valores-notícia

**Categorias substantivas**

- Importância dos envolvidos (países e pessoas de elite, poder institucional ou outro tipo de relevância, visibilidade, amplitude e peso de organizações)
- Quantidade de pessoas envolvidas (maior número de pessoas ou envolvimento de indivíduos importantes)
- Interesse nacional (significativo culturalmente, proximidade física ou cultural)
- Interesse humano e feitos excepcionais (capacidade de entretenimento)

**Categorias relativas ao produto**

- Brevidade -> nos limites do jornal
- Atualidade (assumem que o atual para os jornalistas também seria para o público ou criam a atualidade)
- Novidade (desvio do comum e do rotineiro)
- Organização interna da empresa
- Qualidade -> ritmo, ação dramática (melhor ilustra uma ação, ritmo mais atrativo, aspectos ou pontos de vista apresentados de forma exaustiva, linguagem clara)
- Equilíbrio -> diversificar assuntos

**Categorias relativas ao meio de informação**

- Acessibilidade à fonte/local
- Formatação prévia/manuais (renda boas imagens no audiovisual, por exemplo, frequência do acontecimento semelhante à do meio informativo, limites espaço-temporais do produto jornalístico)
- Política editorial

**Categorias relativas ao público**

- Plena identificação de personagens
- Serviço/interesse público
- Protetividade -> evitar suicídio etc.

**Categorias relativas à concorrência**

- Exclusividade ou furo
- Gerar expectativas (expectativa de que meio concorrente selecione o mesmo fato para transformar em notícia)
- Modelos referenciais (parâmetros profissionais)

Fonte: Pena (2005), adaptado pela autora (2024).

Como destacado por Wolf (1999), os valores-notícia não permanecem sempre os mesmos, mas vão se alterando ao longo do tempo. Dessa forma, as mudanças de hábitos possibilitadas pelos ambientes multicódigo vêm alterando esses critérios, o que já é objeto de pesquisas (Harcup; O'Neill, 2017; García-Perdomo *et al.*, 2018; Araujo; Van Der Meer, 2020; Dos Santos, 2020 e Al-Rawi; Al-Musalli; Fakida, 2021).

Harcup e O'Neill (2017) atualizam um estudo próprio anterior (Harcup; O'Neill, 2001) que procurou aplicações práticas para os valores-notícia propostos por Galtung e Ruge (1965), por meio de análise de conteúdos de 711 notícias em destaque em dez jornais do Reino Unido. Diferente do estudo prévio, a pesquisa de 2017 levou em consideração, também, a atuação da audiência, que é ativa na era digital. Para tanto, os pesquisadores observaram quais valores-notícia estavam presentes nas dez histórias compartilhadas com mais frequência no Facebook e nas 25 mais postadas no Twitter. Os autores buscaram quais valores-notícia do estudo prévio podiam ser aplicados nessas notícias e classificaram tais fatores por ordem de frequência.

A conclusão foi de que as notícias ruins, as mais presentes na amostra, superaram as positivas, tanto *online* quanto nos meios físicos, mas que as boas histórias também estão presentes. O fator surpresa (que engloba casos não usuais) aparece em segundo lugar, seguido por entretenimento (incluindo assuntos relacionados a esportes e, em alguns casos, categorizado como drama) que, junto a temas ligados a celebridades, aparecem mais nos jornais de menor qualidade. O entretenimento é, também, o valor-notícia mais encontrado nos meios digitais cujos usuários compartilham notícias divertidas, mas não se importam tanto com celebridades quanto os autores esperavam. Por outro lado, os assuntos relacionados às elites (como casos envolvendo grandes corporações) parecem ter maior impacto nos jornais mais conceituados e quase não estão presentes nas mídias sociais.

Os autores perceberam, também, que imagens fortes motivam a seleção de fatos, seja no caso de notícias ruins, drama ou surpresa. O aspecto visual e a presença de áudio foram constatados como características de extrema relevância nas notícias compartilhadas nas redes sociais. Além disso, os pesquisadores perceberam

que o critério magnitude se refere a grandes números, mas também a acontecimentos extremos, e que a exclusividade pode ser considerada um fator notícia à parte por ter sido observado com grande frequência. Em conclusão, os autores propõem 14 valores-notícia: exclusividade, conflito, surpresa, audiovisuais, compartilhabilidade, entretenimento, drama, continuidade, elite, relevância, magnitude, celebridade, boas notícias e agenda da organização noticiosa.

Já García-Perdomo *et al.* (2018) buscaram compreender a maneira como o público dos EUA, Brasil e Argentina interage com o conteúdo a depender de diferentes valores-notícias. Além disso, pesquisaram quais desses critérios gerariam mais compartilhamentos, curtidas e comentários nas plataformas e se as audiências respondem diferente nas mídias sociais diante de conteúdos dos meios tradicionais ou nativos *online*. Para o estudo, houve a análise de conteúdo de 600 notícias publicadas por um meio nativo *online* e outro tradicional, nos três países, que foram compartilhadas pelo menos uma vez no Facebook. Os valores-notícia pesquisados baseiam-se em Shoemaker e Resse (2014), enquanto as temáticas, que também eram objeto do estudo, foram retiradas do *Comparative Agendas Project*, “um esquema de codificação utilizado por vários estudiosos da agenda política e da mídia para analisar conteúdo” (García-Perdomo *et al.*, 2018, p. 7).

Os valores-notícia mais recorrentes observados por García-Perdomo *et al.* (2018) foram, nessa ordem: atualidade, conflito e controvérsia, impacto e destaque, proximidade, estilo de vida e saúde, interesse humano e utilidade. Já as temáticas tratam, nessa ordem, de governo/política e defesa, crime e aplicação da lei, economia/banco/finanças, assuntos internacionais, notícias estranhas, entretenimento, esportes, direitos civis, ciência e tecnologia, meio ambiente, educação, defesa e religião.

Os valores-notícia que mais parecem levar ao compartilhamento e interação, nos três países estudados, foram o interesse humano, o conflito e a controvérsia. As recomendações, no Facebook, foram impulsionadas por fatores como impacto, destaque, utilidade e o não usual, os quais, contudo, não mostraram a mesma influência no Twitter. Além disso, o público parece compartilhar e reagir mais a notícias relativas ao inesperado e ao dramático tanto nos meios de comunicação tradicionais quanto nos nativos *online*. Esses resultados podem apontar que, focando no que não é usual, o Facebook está veiculando casos e eventos extremos. “Ao mesmo tempo,

esses resultados podem sugerir que estão em jogo diferentes dinâmicas em termos de fluxo e produção de conteúdos no Twitter e no Facebook, uma vez que os utilizadores das diferentes plataformas aplicam lógicas diferentes” (García-Perdomo *et al.*, 2018, p.10).

García-Perdomo *et al.* (2018) constataram que as histórias de interesse humano também foram mais compartilhadas e levaram a mais recomendações o que reforça a preferência dos usuários do Facebook em espalhar notícias de características incomuns e de confronto. Adicionalmente, a utilidade foi um valor bastante popular. Já os critérios-notícias mais valorizados jornalisticamente, como a atualidade e a proximidade, não geraram elevadas recomendações sociais, e as histórias atuais chegaram a reduzir as interações no Facebook, apesar de serem o valor-notícia jornalístico mais comum na amostra. Sobre as temáticas das notícias, o estranho levou a mais recomendações sociais no Facebook e compartilhamentos no Twitter, assim como o entretenimento e a vida/sociedade geraram um aumento de recomendações no Facebook. A combinação desses tópicos teve um efeito positivo nas recomendações do Facebook, ao contrário das notícias de esporte que reduziram as interações nessa plataforma.

Tanto os valores quanto as temáticas apontam para diferenças entre os meios tradicionais e os nativos *online*. Os primeiros compartilham mais assuntos relativos a governos, política ou crimes, enquanto os últimos abordam estilo de vida e esportes. Os autores consideram que isso pode ser devido à preferência entre os usuários que acompanham esses diferentes tipos de meios. Em relação aos valores-notícia, nos três países, os nativos *online* publicam histórias mais atuais do que os tradicionais. Estes, por sua vez, abordam o conflito e o confronto. “Talvez os meios de comunicação tradicionais tentem compensar algumas das suas limitações digitais, concentrando-se mais no conflito e na controvérsia, sabendo que tais histórias atraem a atenção do público” (García-Perdomo *et al.*, 2018, p.11).

A pesquisa de García-Perdomo *et al.* (2018) conclui, ainda, que os valores-notícia também variaram em diferentes países. Na Argentina, a atualidade é o mais recorrente, enquanto, no Brasil, aparecem conflito/controvérsia e impacto/proeminência. Já nos EUA, os valores mais frequentes foram a atualidade e o conflito/controvérsia. Os pesquisadores interpretam a popularidade dos critérios atualidade, conflito/controvérsia e impacto/proeminência como uma validação dos

valores clássicos no jornalismo digital, que estariam mais relacionados às notícias tradicionais e de última hora. “Não só os sites de notícias *online*, mas também os seus leitores nas redes sociais, ainda julgam os valores-notícia clássicos como altamente apelativos, embora a preferência específica por cada valor varie de acordo com o país” (García-Perdomo *et al.*, 2018, p. 12).

Por sua vez, Araujo e Van Der Meer (2020) verificam a possibilidade de aplicar os valores notícias na atividade dos usuários do Twitter. Para tanto, coletaram mais de 1,8 milhão de tuítes durante aproximadamente um ano, de forma a verificar quais fatores influenciam picos de atividade<sup>100</sup> dos usuários em assuntos relativos às 18 companhias holandeses consideradas mais valiosas. Foram observados os compartilhamentos de artigos de notícias (*links* nos tuítes), conteúdo gerado pelos usuários em geral, informações compartilhadas pelas próprias organizações, políticos ou outros atores influentes, como jornais e repórteres. “A hipótese básica é que os tópicos considerados mais relevantes ou interessantes do ponto de vista jornalístico também resultam em mais atividade pública online” (Araujo; Van Der Meer, 2020, p. 635).

Os autores se basearam nos seguintes valores-notícias determinados em estudos prévios sobre a prática de seleção também por parte da audiência (Eilders, 2006; Caple; Bednarek, 2016): valência (carga positiva ou negativa), personificação (humanização do evento), controvérsia (como conflito, por exemplo), proximidade geográfica, facticidade (menção a fatos concretos) além de impacto econômico e social. Eles pesquisaram a frequência desses valores quando há picos de atividade relacionados a organizações, até que pontos os valores-notícia, de forma isolada, explicam a intensidade de tais picos e qual a influência de atores relevantes nesse cenário. Por fim, os pesquisadores pretendiam descobrir, ainda, a associação entre o foco em um tema organizacional na mídia noticiosa e as atividades on-line do Twitter referentes ao mesmo assunto.

Araujo e Van Der Meer (2020) encontraram 190 picos de atividades sobre as organizações selecionadas para o estudo. Os pesquisadores concluem que a maioria dos valores-notícia estão presentes nos picos de atividades que tratam sobre as empresas da amostra e que, portanto, é possível compreendê-los por meio dos

---

<sup>100</sup> Picos de atividades são considerados, pelos pesquisadores, quando os usuários criam novos tuítes, respondem ou retuítam tuítes sobre organizações (Araujo; Van Der Meer, 2020).

critérios jornalísticos. Os usuários estariam interessados nos elementos mais factuais e nas controvérsias, como conflitos judiciais, e os fatores que parecem influenciar na intensidade dos picos são, principalmente, o impacto social, a proximidade geográfica e a facticidade. Se analisados em conjunto, há a indicação de que as atividades ligadas as empresas são maiores quando há informações factuais referentes às consequências de eventos sociais dentro de um contexto nacional. Dessa forma, o movimento dos usuários pode ser comparado ao dos jornalistas quando selecionam notícias.

Além disso, a pesquisa de Araujo e Van Der Meer (2020) apontou, ainda, que a participação dos meios de comunicação e usuários influentes, como políticos, aumenta a intensidade dos picos de atividades. Parece, ainda, ter sido estabelecido um padrão inverso de definição de agenda e um ciclo rápido de notícias, tendo em vista que a cobertura da midiática influenciou positivamente a atividade do Twitter no mesmo dia, mas não no dia seguinte, provavelmente porque as notícias foram consideradas desatualizadas. A atividade do Twitter, no entanto, influenciou positivamente a cobertura midiática no mesmo dia e no dia seguinte. Assim, as informações parecem circular entre a mídia tradicional e a social, sendo que essa última tem ganhado destaque na definição do que se tornará notícia e o que estará na cobertura dos meios de comunicação.

Já Dos Santos (2020) pesquisa como o jornalismo tem incorporado valores-notícia a partir de sites de redes sociais e procura relacionar esses critérios aos conceitos de interesse público e interesse do público. Para tanto, foram analisadas 78 notícias do sites *GaúchaZH* e *Estadão* e, em seguida, propostos cinco valores-notícia: publicação de famoso, publicação de político, tema compartilhado muitas vezes, checagem de boato e evento, ação ou lançamento, presentes, respectivamente, em 55%, 19%, 15%, 6,4% e 3,9% da amostra.

A pesquisadora concluiu que apenas a checagem de boato poderia ser considerado um valor notícia relacionado à importância, por tratar de informações realmente necessárias os cidadãos, alinhando-se ao interesse público. Os demais critérios estariam mais ligados à curiosidade e ao que as pessoas gostariam de saber, ou seja, ao interesse do público. Contudo, Dos Santos (2020) atenta para o fato de um mesmo valor-notícia pode ser de interesse público ou do público, a depender da reportagem, e que um único critério pode contemplar os dois conceitos.

Houve a confirmação de que os assuntos muito compartilhados podem ser relacionados ao interesse do público, com a utilização de *soft news*, de forma a atrair usuários por meio de curiosidade ou temas emocionantes. Em geral, ainda que houvesse temas relevantes que possibilitariam uma aproximação com o interesse público, a apresentação foi considerada rasa, sem discussão e problematização. O mesmo se repete no caso da publicação de famosos, que tratava “sobre a aparência dessas figuras públicas; situações vivenciadas no cotidiano; condições da vida privada, como doenças ou problemas de forma geral; trocas de mensagens entre celebridades; e interações com os fãs, em alguns casos, com pequenos atritos entre eles” (Dos Santos, 2020, p. 157).

Curiosamente, a publicação de políticos também está associada ao interesse do público, porque majoritariamente trata sobre declarações, intrigas e picuinhas, sem que haja contextualização, aprofundamento, problematização ou questionamento. Sobre a categoria evento, ação ou lançamento, a pesquisadora ressalta que engloba grande diversidade de reportagens, mas que, em sua amostra, também se aproximou mais do interesse do público. Por outro lado, a checagem de boatos se relaciona ao interesse público por auxiliar os cidadãos na tomada de decisões embasadas em informações corretas e não enganosas.

Dos Santos chama atenção para o fato de que, definir as pautas do jornal a partir da preferência do público, conforme observado em todas as categorias propostas, mas, especialmente, nos temas mais compartilhados, tende a levar a um círculo vicioso. “Os meios de comunicação noticiam os conteúdos que os usuários querem consumir, e os usuários consomem aquilo que é noticiado pelos meios, gerando uma repetição de informações” (Dos Santos, 2020, p. 171).

Além disso, podem fazer com que algumas temáticas não sejam discutidas. A autora conclui, ainda, que não há problemas em partir das redes sociais para a produzir notícias, desde que também sejam levados em consideração outros critérios nas rotinas produtivas, e que essas interações levem a reportagens mais aprofundadas. “Assim, o desafio é encontrar maneiras de apresentar os assuntos relevantes em formatos interessantes” (Dos Santos, 2020, p. 174).

Em um estudo comparativo entre o Instagram de língua inglesa e árabe, Al-Rawi, Al-Musalli e Fakida (2021) procuraram compreender as preferências noticiosas do público na plataforma e seu envolvimento com essas notícias. Os autores

pesquisaram, também, quais assuntos tinham destaque nas reportagens globais de 12 canais de televisão de línguas inglesas e árabes. Para isso, analisaram 50 notícias de cada organização noticiosa, em cada idioma, que mais ganharam curtidas e observaram a ocorrência de temáticas como (1) política (interna/ regional/ internacional), (2) ordem interna (violência/ guerra/ terrorismo/ conflito/ protesto), (3) esportes (nacional/ internacional), (4) cerimônia (comemoração, lembrança), (5) interesses humanos (sofrimento humano/ compaixão/ animais/ celebridades/ resgate/ quebra de recorde/ místico), (6) informações gerais (notícias/ utilidade/ valor prático) e (7) desastres/ acidentes/ epidemias.

Al-Rawi, Al-Musalli e Fakida (2021) observaram que as audiências em língua inglesa são mais engajadas que as de língua árabe, mas ambas se envolvem majoritariamente com temas como notícias gerais/ utilidades/ informações (30,1%), a maior parte delas positivas, histórias de interesse humano (27,5%) de cunho mais emocional, como as que envolvem animais ou operações de resgate, ordem interna (14,3%), política (8,1%) e esportes (7,8%). O interesse humano também foi apontado por García-Perdomo *et al.* (2018) como um valor-notícia influente no Twitter e no Facebook, o que poderia indicar uma “natureza semelhante das audiências de notícias em diferentes plataformas de mídia social” (Al-Rawi; Al-Musalli; Fakida, 2021, p. 313). Como diferenças entre os dois públicos, os pesquisadores observaram que o de língua inglesa interagia mais com notícias relacionadas ao interesse humano (37,6%), notícias gerais (26,6%) e ordem interna (10,3%), enquanto os de língua árabe preferem notícias gerais (33,6%), ordem interna (18,3%) e interesse humano (17,3%).

Em relação aos temas de destaque nessas organizações noticiosas, as de língua inglesa tratam mais sobre política e ordem interna, com 60% das postagens analisadas, seguido de interesse humano, com 23% das publicações. Nesse caso, as notícias parecem ter a intenção de despertar sentimentos fortes e compaixão, como as que tratam sobre a situação dos migrantes e das crianças refugiadas. Os autores observaram diferenças nas notícias entre os meios de comunicação que refletem divergências cultural, psicológica e/ou geográfica.

Em árabe, o assunto de destaque é política e ordem interna, que representa 63% do conteúdo; também são frequentes temáticas referentes a esportes, mas não o interesse humano, como observado em inglês, e também o que gera mais curtidas entre os usuários. De qualquer forma, os autores consideram que tais assuntos são

predominantes e referentes a notícias negativas, o que diverge da preferência da audiência, que engaja com histórias de natureza mais positivas, como notícias gerais e interesse humano.

Dessa forma, para o teste da segunda sub-hipótese, nos baseamos nos valores-notícia elencados no Quadro 7 e observados pelos estudos acima citados. São eles: exclusividade, conflito e controvérsia, surpresa, atualidade, audiovisuais, compartilhabilidade, tema compartilhado muitas vezes, entretenimento, drama, interesse humano, personificação (humanização do evento), continuidade, elite, relevância, magnitude, impacto e destaque, celebridade, publicação de político, valência (carga positiva ou negativa), agenda da organização noticiosa, proximidade, estilo de vida e saúde, utilidade, facticidade (menção a fatos concretos), checagem de boato e evento, ação ou lançamento. O objetivo foi observar quais valores os verificadores utilizam para selecionar os conteúdos enganosos que serão checados.

Além dos valores-notícia, nossa hipótese é de que, atualmente, a atuação jornalística sofre a influência das empresas do Vale do Silício, como Meta e Google, dentre outras. Sendo assim, a seguir, vamos apresentar algumas pesquisas que refletem sobre as pressões exercidas pelas plataformas de interação na sociedade atual e, portanto, no jornalismo.

### **6.2.2 A influência das empresas do Vale do Silício por meio da plataformação**

Conforme veremos, os estudos sobre as plataformas se preocupam em problematizar vários aspectos envolvidos na utilização desses sistemas, como, por exemplo, a tradução das interações humanas em dados que são vendidos para se tornarem serviços e produtos do cotidiano. Além disso, as pesquisas abordam como as plataformas monetizam conteúdos, como os jornalísticos, na sua veiculação com publicidade. Tratam também sobre o relacionamento entre usuários, produtores, complementadores, ou seja, diversos atores inseridos nesse contexto. Por esse motivo, uma das bases teóricas amplamente utilizadas no estudo das plataformas é a Teoria Ator-Rede, de Bruno Latour.

A ideia é que devem ser consideradas “as dimensões coletiva, performativa e negociada de um ‘social’ que emerge de relações cada vez mais imbricadas entre diferentes actantes humanos e não-humanos” (D’Andrea, 2020, p. 27). A Teoria Ator-

Rede permitiria, então, a pesquisa das controvérsias nas plataformas digitais para a compreensão da formação do social a partir da infraestrutura dos *softwares* ou das regulações político-econômicas, por exemplo. As controvérsias referem-se às transformações, incertezas e disputas no desenvolvimento dos artefatos técnicos e levam à reflexão de como as diferentes dimensões das plataformas envolvem conflitos e negociações (D'Andrea, 2020).

Dessa forma, se a ideia inicial de plataforma era transmitir uma certa neutralidade, os estudos problematizam que isso não se aplica na realidade, na medida em que são sistemas automatizados que engendram e manipulam conexões, e nos quais ocorrem decisões sobre conteúdos, disponibilidade, organização e participação. De acordo com o que veremos, são plataformas comerciais que, adicionalmente, exploram atividades sociais *online* objetivando ganhos monetários. Isso pode auxiliar na compreensão da circulação da própria desinformação: quanto mais destaque um conteúdo ganhar por meio de curtidas, compartilhamentos, comentários ou visualizações, maior será o ganho financeiro para a plataforma, seja com a venda de dados relativos a essas interações ou na veiculação do conteúdo desinformativo com publicidade, por exemplo.

Para aprofundar na compreensão da chamada plataformação, Poell, Nieborg e Van Dijck (2020) procuram abordar como os estudiosos passaram a discutir esse processo, começando com o estudo dos *softwares*, que explicaram e definiram explicitamente esse processo. O campo trata sobre a dimensão computacional das plataformas, focando na infraestrutura, e as pesquisas teriam como objetos, principalmente, “as interfaces de programação de aplicativos (APIs), que permitem fluxos de dados com terceiros (ou seja, complementadores), e kits de desenvolvimento de *software*, que permitem que terceiros integrem seus softwares às infraestruturas de plataformas” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 4).

Já o aspecto econômico das plataformas é tema de estudo na área de negócios que “teoriza como as plataformas podem obter uma vantagem competitiva operando mercados multilaterais” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 4). A reflexão, nesse sentido, segundo os autores, conclui que o acúmulo de capital e poder fica com um grupo restrito de empresas de plataformas. Há, também, a perspectiva da economia política crítica que, em geral, não cita explicitamente as plataformas, mas trata sobre como esse “processo envolve a extensão e a intensificação do poder e da governança

das plataformas globais” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 5). Ainda sem falar em plataformas, as tradições mais amplas dos Estudos Culturais procuram pesquisar de que forma elas se envolvem com as práticas culturais. “Considerar a plataformização nessa perspectiva significa analisar como práticas e imaginações sociais são organizadas em torno de plataformas” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 5).

Os autores resumem:

Seguindo pesquisas em estudos de *software*, na área de negócios e na economia política, compreendemos plataformização como a penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diferentes setores econômicos e esferas da vida. E, a partir da tradição dos estudos culturais, concebemos esse processo como a reorganização de práticas e imaginações culturais em torno de plataformas (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 5).

Nesse sentido, os autores agrupam os estudos da plataformização em três dimensões estruturais interligadas e moldadas às práticas culturais em transformação – infraestrutura de dados, mercados e governança. São processos interativos envolvendo diversos atores e relações de poder desiguais. Na infraestrutura de dados, estão os estudos de *software* e a ideia de datatificação, ou seja, como as plataformas se convertem em dados, com ênfase para os metadados comportamentais. Vários dispositivos transformam as interações humanas em dados que, trabalhados algoritmicamente, são disponibilizados para atores externos. Assim, os dados das plataformas podem resultar em serviços e produtos do cotidiano, por exemplo, em decisões de distribuição de conteúdo no jornalismo (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020).

Quanto aos mercados, os estudos dizem respeito a novas relações econômicas, tendo em vista que as plataformas passam a formar “complexos multilaterais que funcionam como agregadores de transações entre usuários finais e uma grande variedade de terceiros” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 7). As modificações seriam prioritariamente impulsionadas pelas práticas dos usuários finais, produtores de conteúdo, anunciantes e intermediário de dados. Os jornais, por exemplo, antes divulgadores únicos de notícias, passam a ser complementadores no Facebook, Twitter ou Instagram, por exemplo, que monetizam os conteúdos quando os oferecem aos usuários finais com anúncios. Essa dimensão está relacionada à anterior, na medida em que os desenvolvedores de aplicativos são levados a coletar dados dos usuários para potencializar os resultados almejados.

A dimensão da governança diz respeito às interações. “(...) As plataformas estruturam como os usuários finais podem interagir entre si e com os complementadores por meio de interfaces gráficas do usuário” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 7). Nessa ideia, estariam inseridos os botões de curtir, seguir, avaliar e as métricas a eles relacionados que permitiriam uma classificação algorítmica privilegiando alguns sinais de dados. Também dentro desta dimensão está o controle do rastreamento e direcionamento de usuários por meio de APIs, kits de desenvolvimento de *softwares* e serviços de dados, termos de serviços, contratos de licença e diretrizes para desenvolvedores. Por exemplo, “a ampla circulação de desinformação e discursos de ódio pelos usuários finais leva os operadores das plataformas a elaborar políticas e práticas de moderação mais rigorosas, bem como sistemas algorítmicos que podem filtrar esse conteúdo” (Poell; Nieborg; Van Dijck, 2020, p. 8).

D’Andrea (2020) contribui para a compreensão da plataformização ao explicar que, no campo das Ciências Sociais, as pesquisas sobre as plataformas de interação social têm sido realizadas a partir dos Estudos de Ciência e Tecnologia, do inglês *Science and Technology Studies* (STS). O campo, existente desde a década de 1970, é transdisciplinar, e se volta “para o estudo dos regimes de poder, das práticas situadas e das materialidades que constituem a produção científica e os artefatos tecnológicos” (p. 25). A ideia é evitar o determinismo tecnológico e ir além da ideia de, apenas, construção social da tecnologia.

Devemos procurar entender tanto o modo como algoritmos, recursos tecnogramaticais – curtir, compartilhar etc. -, políticas de governança – como os termos de uso - etc. moldam as práticas e as percepções dos usuários, quanto as apropriações criativas, táticas e coletivas que recriam, cotidianamente as plataformas (D’Andrea, 2020, p. 26).

Além da influência exercida pela teoria ator-rede, conforme mencionamos acima, o estudo das plataformas digitais também recebe contribuições de áreas dentro da STS, como os estudos de laboratório e infraestrutura e os *Softwares Studies*. “Ainda que de forma não explícita, as filosofias pós-estruturalistas de Gilles Deleuze e, principalmente, Michel Foucault são inspirações fundamentais para os diálogos entre Estudos de Ciência e Tecnologia e de Plataforma” (D’Andrea, 2020, p. 27-28). A ideia é propor uma perspectiva teórica e metodológica flexível e em construção a partir das análises de diferentes campos de conhecimento.

Um dos primeiros estudos no campo é de Gillespie (2010), no qual o autor aborda os significados tradicionalmente atribuídos a plataforma – como infraestrutura computacional de suporte para aplicações, sistemas operacionais ou hardwares, por exemplo; como uma estrutura arquitetônica, tais quais as plataformas de metrô; no sentido figurativo, como uma base que levará a uma posição almejada e, por fim, no sentido político, referente à proposta política de um governo. Para o autor, em geral, é comum a ideia de plataforma como uma superfície que facilitará a realização de uma atividade, algo antecipatório e neutro. O termo “sugere um acordo progressista e igualitário, prometendo apoiar aqueles que estão sobre ele” (Gillespie, 2010, p. 350, tradução nossa).

Essa ideia de neutralidade, segundo Gillespie (2010), atrai intermediários, como o Youtube, que prometem empoderar os usuários, principalmente em contraste com a mídia tradicional. O termo, na verdade, consegue reunir os interesses de todos os públicos: os usuários finais, os anunciantes e os produtores de conteúdos profissionais, além dos propósitos financeiros do próprio intermediário. Para os usuários, o Youtube, por exemplo, é uma plataforma de oportunidade, para os anunciantes, uma forma de atingir seus consumidores; para os produtores de mídia, um espaço de visibilidade e de alcance das audiências.

As plataformas se mostram, então, como mediadoras que facilitariam a liberdade de expressão, sem se responsabilizar por seus excessos. Ao mesmo tempo, para fugir de acusações legais ou culturais de futilidade, os intermediários se posicionam apenas como hospedeiros. De qualquer forma, a intenção é passar a ideia de que a distribuição de informação é neutra. Contudo, ainda que não seja fácil perceber, são tomadas decisões sobre conteúdos, disponibilidade, organização e participação. “Quer estas intervenções sejam estratégicas ou acidentais, prejudiciais ou benignas, elas são escolhas deliberadas que acabam moldando os contornos do discurso público online” (Gillespie, 2010, p. 358, tradução nossa).

Para Van Dijck (2013, p. 6, tradução nossa), “é uma falácia comum pensar nas plataformas como meramente facilitadoras de atividades em rede; em vez disso, a construção de plataformas e práticas sociais é mutuamente constitutiva”. A autora ressalta que, ainda que as mídias sociais facilitem a conexão entre pessoas, são sistemas automatizados que engendram e manipulam conexões e, para conseguir

reconhecer as preferências pessoais prospectam necessidades transformando as relações em algoritmos.

A sociabilidade codificada pela tecnologia torna as atividades formais geríveis e manipuláveis, permitindo que as plataformas projetem a sociabilidade nas rotinas cotidianas das pessoas. Com base no conhecimento detalhado e íntimo dos desejos e gostos, as plataformas desenvolvem ferramentas para criar e orientar necessidades específicas (...). Além disso, está longe de ser transparente a forma como o Facebook e outras plataformas utilizam os seus dados para influenciar o tráfego e rentabilizar fluxos de informação projetados (Van Dijck, 2013, p. 12, tradução nossa).

A conectividade passa a ser um valor quantificável por meio do princípio da popularidade, ou seja, quanto mais contatos o usuário possuir, maior será seu valor, pois será considerado popular e, conseqüentemente, atrairá mais conexões. O mesmo vale para aquilo que pode ser curtido. “A ‘curtibilidade’ não é uma virtude atribuída conscientemente por uma pessoa a uma coisa ou ideia, mas um resultado de uma computação algorítmica derivada de cliques instantâneos no botão de Curtir” (Van Dijck, 2013, p. 13, tradução nossa). Van Dijck conclui, assim, que o “social” seria, na verdade, resultado da ação humana em conjunto com as respostas computacionais, “um conjunto sociotécnico cujos componentes dificilmente podem ser distinguidos” (Van Dijck, 2013, p. 14, tradução nossa).

A conectividade parece se transformar em sinônimo de capital social, mas, na verdade, para Van Dijck (2013), refere-se aos proprietários que acumulam capital econômico. De qualquer forma, a autora não descarta que, em meio à exploração comercial, também pode haver ganhos sociais. “(...) A sociabilidade é desfrutada e exercida precisamente através de plataformas comerciais que também exploram atividades sociais online para obter ganhos monetários” (Van Dijck, 2013, p. 18, tradução nossa). Assim, por causa da heterogeneidade de atores envolvidos, o social que emerge precisa ser tratado de forma complexa.

Tomando como base a ideia de Norma proposta por Foucault (1980), Van Dijck (2013) tenta traçar uma história crítica social e cultural das plataformas digitais que, segundo ela, é uma cultura de tecnologias codificadas para além da arquitetura das plataformas, baseada em ideias econômicas neoliberais que valorizam a hierarquia, a competição e “a mentalidade de que o vencedor leva tudo” (Van Dijck, 2013, p. 21, tradução nossa). Nessa perspectiva, estaria em jogo, ainda, a revisão de fronteiras entre o privado, o público e o corporativo.

Van Dijck, Poell e de Waal (2018), em consonância com Van Dijck (2013), compreendem plataforma como um ecossistema socio-técnico cultural:

Uma “plataforma” online é uma plataforma de arquitetura digital programável projetada para organizar interações entre usuários – não apenas usuários finais, mas também entidades corporativas e órgãos públicos. Ela é voltada para a coleta sistemática, processamento algorítmico, circulação e monetização de dados dos usuários. As plataformas não podem ser vistas separadamente umas das outras, mas evoluem no contexto de um ambiente online estruturado por uma lógica própria. Um “ecossistema de plataforma” é um conjunto de plataformas em rede, governadas por um conjunto particular de mecanismos (...) que molda as práticas cotidianas (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018, p. 4, tradução nossa).

Os autores utilizam o termo “sociedade da plataforma” (*plataforma society*) para destacar como esses intermediários e as sociedades acabaram se tornando intrinsecamente relacionados. “O termo ‘sociedade da plataforma’ sublinha que as plataformas são parte integrante da sociedade, nas quais os conflitos de interesses se desenrolam atualmente em vários níveis” (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018, p. 2, tradução nossa). Entre as disputas presentes, estariam os ganhos e benefícios corporativos contra os interesses públicos e coletivos. Reforçando a ideia de que as plataformas não são neutras, ressaltam que suas normas podem não se conformar aos valores das estruturas sociais, como, por exemplo, em questões envolvendo privacidade.

Dentro desta perspectiva, Van Dijck, Poell e de Waal (2018) abordam os mecanismos utilizados pelas plataformas nas interações sociais e econômicas, a forma como os valores públicos são contestados ao se implementar plataformas, a adoção desses intermediários no campo do jornalismo em contraste com as ideias de independência e reportagens confiáveis e abrangentes, além da presença das plataformas nos setores de transporte urbano, de saúde e na educação. Por fim, os pesquisadores tentam chamar todos os setores envolvidos na sociedade da plataforma – corporações e sociedade civil, mas, principalmente, governos supranacionais, nacionais e locais - para a responsabilidade de manter os valores públicos de maneira transparente e aberta.

Um dos temas que se tornou muito popular em relação à platformização é a atuação perigosa dos algoritmos. Gillespie (2018) define os algoritmos como “procedimentos codificados que, com base em cálculos específicos, transformam dados em resultados desejados” (Gillespie, 2018, p. 97). O pesquisador aborda seis

dimensões de relevância pública dessas ferramentas (padrões de inclusão, ciclos de antecipação, avaliação de relevância, promessa de objetividade algorítmica, entrelaçamento com a prática e produção pública de dados) e aponta como a sua programação é algo político, com definições não transparentes que partem de escolhas baseadas nos comportamentos dos usuários e que preveem as possíveis ações futuras de forma estereotipada, sem levar em conta exceções. Desse modo, a atuação dos algoritmos não seria isenta de interferência humana nem imparcial e levaria em consideração, ainda, pressupostos comerciais.

Gillespie (2018) compara a prometida objetividade algorítmica com a objetividade no jornalismo, ainda que fale sobre essa última de uma forma idealizada e utópica:

Objetividades jornalísticas e algorítmicas não são a mesma, de forma alguma. A objetividade jornalística depende de uma promessa institucional de adequada diligência, que é incorporada e transmitida através de um conjunto de normas que os jornalistas aprendem em treinamento e no trabalho. As escolhas feitas pelos jornalistas representam uma competência apoiada em um compromisso profundamente infundido, filosófico e profissional para deixar de lado seus próprios preconceitos e convicções políticas. Já a promessa do algoritmo se baseia muito menos em normas institucionais e competências adquiridas, e mais em uma promessa tecnicamente influenciada de neutralidade mecânica. Quaisquer que sejam as escolhas feitas, elas são apresentadas como sendo tanto livres de intervenção das mãos humanas, quanto submersas no frio funcionamento da máquina (Gillespie, 2018, p. 108-109).

A ideia, segundo Gillespie (2018), é fugir da acusação de viés, erro e manipulação dos resultados.

Em consonância com os Estudos Culturais, o autor atenta para o fato de que, ainda que os programadores estejam em posição privilegiada de poder, os usuários não são apenas passivos em relação aos algoritmos, mas também atuam sobre eles. Por exemplo, a utilização de *hashtags* no X permite que o algoritmo de busca da plataforma reconheça e distribuía a manifestação de uma pessoa. “A visão sobre como funcionam os algoritmos de informação é uma forma de poder: vital para a participação no discurso público, essencial para ganhar visibilidade online, constituidor de credibilidade e das oportunidades que resultam dela” (Gillespie, 2018, p. 111).

O pesquisador aborda, também, o problema da personalização promovida pelos algoritmos, algo alertado no início dos anos 2000 pelo advogado estadunidense Cass Sunstein, ao falar em Câmara de Eco (Sunstein, 2001), e em 2011 (com tradução para o português em 2012), por Parisier com os filtros bolhas (Parisier, 2012).

Ambos os termos dizem respeito a como os algoritmos podem levar as pessoas ao contato, apenas, com seus próprios interesses, distanciando-as daquilo com o que discordariam. Assim, a diversidade do discurso público e do diálogo político poderia ser prejudicada.

Bruns (2019) tenta definir e diferenciar os termos de forma mais objetiva:

Uma câmara de eco surge quando um grupo de participantes escolhe se conectar preferencialmente uns com os outros, excluindo as pessoas de fora. Quanto mais plenamente formada essa rede for (ou seja, mais conexões são criadas dentro do grupo, mais conexões com pessoas de fora são cortadas), mais isolado da introdução de visões externas fica o grupo, enquanto as opiniões de seus membros circulam amplamente dentro dele. Um filtro bolha surge quando um grupo de participantes, independente das estruturas de rede subjacentes de suas conexões com outras pessoas, opta por se comunicar preferencialmente uns com os outros, com exclusão de pessoas de fora. Quanto mais consistentemente eles exercem essa escolha, mais provável é que as próprias opiniões e informações dos participantes circularão entre os membros do grupo, em vez de qualquer informação introduzida de fora (Bruns, 2019, p. 29-30, tradução nossa).

Assim, Bruns (2019) ressalta que, no caso da câmara de eco, o que importa são as conexões. Um exemplo fornecido pelo próprio autor é uma rede de contas do Facebook (como em um grupo fechado) que se seguem mutuamente, excluindo todas as demais contas. Ao fazer uma postagem, o conteúdo vai atingir apenas as pessoas desta rede. Isso, contudo, não impede que os membros adicionem informações externas nessa comunidade nem se comuniquem com pessoas de fora. Por outro lado, na ideia de um filtro-bolha, os usuários optam por se comunicar uns com outros, independente de quem seguem. Dessa forma, eles são expostos a uma maior diversidade porque a rede é aberta, contudo, só circulam as informações dos membros do grupo. No X, seria como “engajar apenas com o conteúdo postado por uma comunidade de *hashtags* em particular” (Bruns, 2019, p. 32, tradução nossa).

Gillespie (2018) considera, no entanto, que, para além do cerceamento na diversidade de opinião, é preciso pensar que os próprios algoritmos calculam públicos, por exemplo, quando a Amazon recomenda um livro dizendo que clientes similares adquiriram o mesmo exemplar. Desta forma, está sendo formado um público com o qual o usuário é levado a sentir afinidade. Em relação a isso, o pesquisador convida a pensar sobre como esses algoritmos “ajudam a constituir e codificar os públicos que eles afirmam medir, públicos que de outra forma não existiriam, exceto quando o algoritmo os convoca” (Gillespie, 2018, p. 115).

Bruns (2019) também relativiza o potencial das câmaras de eco e filtros-bolha ao apontar que a maioria das pesquisas sobre o assunto são desenvolvidas em páginas partidárias o que, portanto, aumenta a chance de opiniões únicas. Além disso, os estudos, em geral, abordam apenas uma plataforma, enquanto os usuários utilizam diferentes delas e costumam focar em situações específicas, como campanhas eleitorais ou contextos locais ou nacionais, o que não fornece uma visão ampla. O autor defende que os “ideólogos partidários” (Bruns, 2019, p. 60, tradução nossa) precisam conhecer os argumentos contrários para fortalecer uma identificação interna contra o diferente, o que já permitiria uma circulação maior de informação diversa. E mesmo esses tipos de usuários são minoria, tendo em vista que a maior parte permaneceria com uma dieta de mídia balanceada.

Além disso, o pesquisador apresenta estudos para sustentar a opinião de que as plataformas de interação social seriam importantes na manutenção de um colapso de contexto ou o contato com opiniões diversas, tendo em vista que, assim como na vida *offline*, dificilmente uma pessoa consegue evitar o encontro com o diferente no *online*. “Pelo menos no que diz respeito à personalização de pesquisa, a hipótese de Parisier, baseada em observações anedóticas muito limitadas, não sobrevive a uma verificação empírica rigorosa” (Bruns, 2019, p. 80, tradução nossa). Defender o poder dos algoritmos em câmaras de eco e filtros-bolha seria uma visão simplista de um determinismo tecnológico, o que Bruns (2019) considera como um mal-entendido relativo ao poder da tecnologia sobre a comunicação humana. A questão seria, na verdade:

(...) Que muitos cidadãos têm visões hiperpartidárias e extremistas. O problema, em suma, é a polarização, não a fragmentação, e essa polarização não é o resultado do nosso uso de plataformas online e de mídia social. Em vez disso, muitas das causas bem conhecidas de polarização ainda persistem: por exemplo, desigualdades socioeconômicas, privação de direitos de cidadania e propaganda política inflamatória (Beam *et al.* 2018b: 953)” (Bruns, 2019, p. 106, tradução nossa).

A fragmentação permitiria a comunicação e a conexão somente entre os iguais. Diferente disso, na polarização, apesar do contato com o diferente, as pessoas optam por, apenas, “repetir as suas próprias crenças cada vez mais alto” (Bruns, 2019, p. 106, tradução nossa). Apesar de as plataformas de mídia social servirem como palco para esse tipo de atitude, Bruns (2019) defende, assim, que não seriam a causa do problema.

Se aplicada às agências de checagem, a plataformização traz algumas consequências discutidas por pesquisadores apresentados no Capítulo 3. Lelo (2021), por exemplo, diz que, na busca por uma visibilidade ampliada e por retorno por meio de cliques, comentários e compartilhamentos, a agência tenta, na verdade, medir o gosto do público. Dessa forma, a produção de conteúdo seria baseada no que gera maior engajamento nas plataformas. Além disso, as iniciativas passaram a ser financiadas por empresas como Meta e Google, o que modificou o tipo das verificações da declaração de personalidades públicas para o *debunking* e fez com que as agências fossem transformadas em moderadoras de conteúdo das plataformas.

Um contexto de desinformação que circula nas plataformas de interação social e é trabalhado jornalisticamente por agências de checagens *online* está no âmbito do multicódigo (Pimenta, 2016), o que reforça nossa base teórica pragmaticista como a mais adequada para esta pesquisa. Adicionalmente, relembramos que a análise dos resultados alcançados no teste empírico, que apresentaremos a seguir, leva em consideração a existência do percepto, compreendido na semiose como o objeto dinâmico, que se força para ser representado. Por meio do percipium e, posteriormente, pela rede de objetos imediatos formados, os jornalistas verificadores tentam apontar para a veracidade ou falsidade de um fato. Contudo, nesse processo, há influências contextuais, como das rotinas produtivas do jornalismo e dos processos de plataformização. Levando em consideração essas ideias, apresentaremos os resultados do teste empírico com a segunda sub-hipótese.

### 6.3 RESULTADOS DA SEGUNDA SUB-HIPÓTESE

Compreendidas as relações entre objetos e experiência colateral e quais fatores poderiam influenciar na representação do objeto dinâmico no meio jornalístico e, portanto, também no aprimoramento da capacidade crítica dos verificadores de fatos, é possível apresentar os resultados dos testes com a segunda sub-hipótese. Conforme retomamos anteriormente, a suposição é de que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizado pelo jornalismo, junto às influências comerciais e políticas nas

empresas de verificação, levaria a conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias.

As análises semióticas dos conteúdos da Agência Lupa apontam que há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, por meio da contextualização possibilitada pela experiência colateral, o que fica em evidência na presença de links para outras publicações que tratam sobre o mesmo problema, *prints* para consultas realizadas acerca das temáticas discutidas, apresentação de documentos que embasam as checagens, de dados trabalhados pelos jornalistas e da publicação de outras agências de verificação que confirmam o que está sendo dito, além de órgãos públicos como fonte de informação.

Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, em algumas checagens, esse fim ético é contrariado. Por exemplo, quando é apresentada apenas uma prova do que está sendo dito ou quando não é oferecido o direito de resposta. Uma das checagens que desmente a alegação de que mortes por pneumonia e insuficiência respiratória estariam sendo contabilizadas como COVID-19 não trata sobre uma possível confusão entre diferentes causas de morte ainda no hospital, tendo em vista que os dados apontam, apenas, para a diferenciação de causas no registro de óbito. Outro conteúdo não diversifica as fontes de reportagens de apoio, pois somente são usadas matérias do Jornal *Folha de S. Paulo*.

Em outra checagem, a reprodução de uma legenda pertencente à imagem desinformativa, no corpo do conteúdo, é diferente da que realmente foi compartilhada, no Facebook, o que pode ser observado no *link* para a publicação enganosa disponibilizado pela própria agência<sup>101</sup>. Isso tende a gerar dúvidas, com natureza mais icônica remática, enfraquecendo o fim ético. Contudo, é necessário considerar que a legenda pode ter sido editada, no Facebook, após a divulgação da verificação. Além disso, em reportagem que desmente a ausência de mortes entre moradores de rua por COVID-19, não são apresentados dados robustos e conclusivos. Assim, o

---

<sup>101</sup> A incoerência entre a legenda da publicação desinformativa no Facebook e a apresentada pela checagem (É falso que Câmara aprovou a legalização do aborto durante pandemia) está mais claramente demonstrada na análise disponível no Apêndice A.

jornalista parece querer fazer predominar os sinsignos indicais discentes, mas a realidade que se força sobre ele é outra, de uma certa incerteza, e, portanto, de predominância icônica remática. Dessa forma, ainda que a agência contextualize a existência de moradores de rua com COVID-19 e que morreram por conta da doença, o que desmente a desinformação em circulação, o fim ético fica levemente comprometido.

No âmbito da estética, relacionada à primeiridade, em geral, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de diferentes linguagens em maior quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. Apenas uma das checagens traz somente o código verbal, enquanto os dados também poderiam ser mostrados por meio de gráficos, por exemplo.

O mesmo padrão pode ser observado nos conteúdos produzidos pela agência Aos Fatos, que também parece tentar fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes como forma de apontar uma prova do ponto defendido por meio da contextualização. Isso ocorre, por exemplo, na presença de *links* com a origem das informações (inclusive para documentos) ou para outras publicações que confirmam o que está sendo dito. No conteúdo, “É falso que pandemia de COVID-19 só reduziu tráfego aéreo no Brasil e no continente africano”, por exemplo, o desmentido se baseia nos dados do site de tráfego aéreo RadarBox, que são confirmados pelos de outra página do mesmo ramo, a LightRadar24, ambas indicando redução de tráfego aéreo de todos os continentes na pandemia.

Há, ainda, produções que utilizam declarações de autoridades, apresentam a coleta de dados realizada e o direito de resposta aos envolvidos na desinformação. Uma das checagens, por exemplo, relata que a assessoria de comunicação do ex-governador Dória, envolvido na peça desinformativa, foi procurada para se manifestar sobre o caso e, adicionalmente, é apresentada a defesa, divulgada nas redes sociais, do diretor de uma empresa envolvida na mesma peça.

Na esfera da ética, os jornalistas de Aos Fatos preocupam-se em conscientizar seus leitores sobre os processos de desinformação existentes na Pandemia de COVID-19, sobre o compartilhamento de desinformação acerca do vírus por

congressistas ou pelo ex-presidente Jair Bolsonaro e sobre as declarações falsas, verdadeiras, exageradas ou imprecisas de candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro, uma conduta ética controlada e deliberada. A intenção foi, ainda, informar sobre a importância do distanciamento social para a contenção do vírus.

Esse fim ético é fortalecido em uma das checagens em que há a informação de que, apesar de procurado, Bolsonaro nunca se posicionou sobre as suas declarações falsas relativas à COVID-19. Por outro lado, em outro conteúdo que aborda a quantidade de desinformação propagada pelo ex-presidente em seis meses de pandemia, não há esclarecimentos sobre o direito de resposta, o que enfraquece o fim ético. O mesmo ocorre quando a opção é por não procurar todos os envolvidos na checagem para que tenham o mesmo direito. Em umas das reportagens, por exemplo, somente ao final de um vídeo inserido no corpo do conteúdo é informado que a presidência da república não quis se manifestar, o que poderia estar explícito ao longo do texto.

O fim ético também é prejudicado em uma checagem que não apresenta *prints* para um e-mail da Secretaria Municipal de Saúde, que parece fundamentar vários trechos, o que pode, ainda, gerar dúvidas, de natureza icônica, levando a sinsignos mais remáticos e apontando incertezas. O mesmo se repete em uma reportagem que não trata sobre a fonte da informação de que a Opas questionou estudos observacionais não publicados em periódicos os quais apontaram a eficácia da Ivermectina contra o SarS-Cov-2 (há *link* para o site da Opas, em trecho anterior, mas que, atualmente, é uma área restrita à senha). Em outro conteúdo, falta um *print* confirmando a circulação de uma desinformação no WhatsApp, como a agência alega. Por fim, uma reportagem não apresenta a fonte para a informação de que Bolsonaro distorceu ou questionou declarações do diretor da OMS.

As conclusões alcançadas são apresentadas, em alguns conteúdos, na forma de gráficos, hipoícones do tipo diagrama, para auxiliar na compreensão do que está sendo apresentado. Segundo Peirce, os diagramas permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre “as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere” (Santaella, 2000, p. 120).

Na reportagem “Em três meses, desinformação sobre COVID-19 foi de cura milagrosa à politização do isolamento”, por exemplo, há um gráfico em que o objeto

*temática da desinformação* é representado por signos em barras verticais cuja parte em laranja significa saúde e a parte em cinza, política, descrevendo uma mudança nos conteúdos desinformativos que de início eram mais sobre saúde e passam, posteriormente, a tratar mais sobre política.

Também com o intuito de facilitar a compreensão, uma das checagens insere o hipoícone do tipo metáfora, o qual requer o reconhecimento de um padrão de caráter icônico, disponível no repertório da mente interpretadora, para que seja gerado um interpretante. As metáforas “representam o caráter representativo de um signo e traçam um paralelismo com algo diverso. (...) Extraem-se tão-somente o caráter, o potencial representativo em nível de qualidade, de algo e fazem o paralelo com alguma coisa diversa” (Santaella, 2000, p. 120).

Em “É falso que pandemia de COVID-19 só reduziu tráfego aéreo no Brasil e no continente africano”, por exemplo, o usuário precisa reconhecer que os pontilhados amarelos nos mapas se referem à quantidade de aviões que circulam mundialmente e que houve diminuição em março e abril de 2020 na comparação com fevereiro do mesmo ano. Já a presença de três vídeos comparando o tráfego aéreo antes e após a pandemia de COVID-19 podem ser considerados hipoícones do tipo imagem, porque as qualidades dos objetos aviões e continentes, como as formas e os movimentos, são similares com os dos signos que os representa, ou seja, há uma semelhança na aparência (Santaella, 2000).

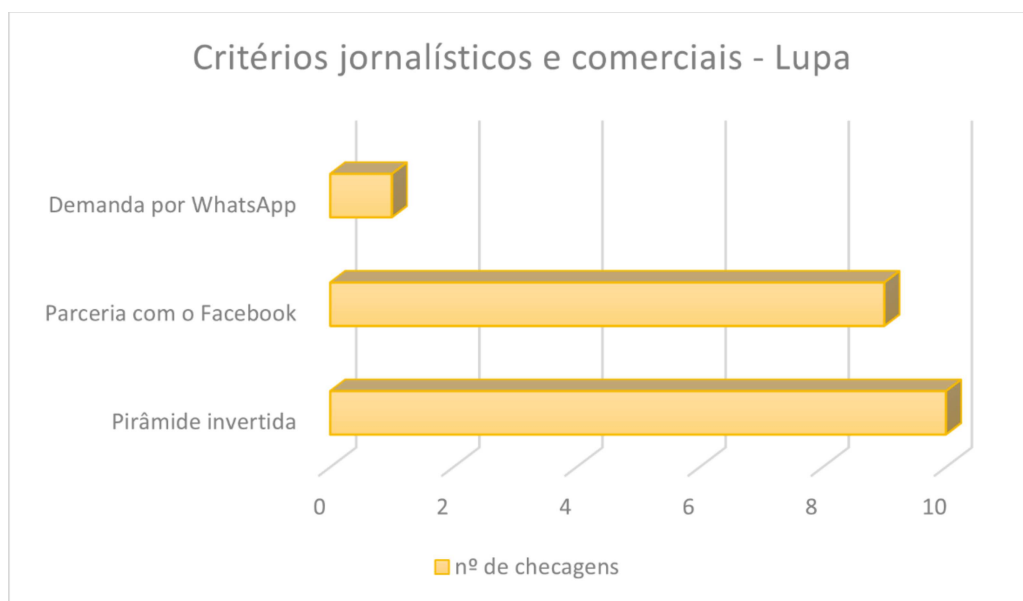
Alguns conteúdos trazem, ainda, ilustrações que podem despertar sensações e impulsionar a leitura do conteúdo. Em um deles, “Desenhamos fatos sobre o distanciamento social”, as informações coletadas são apresentadas na forma de ilustrações que representam, principalmente, por meio da apreensão de padrões. Além de despertar sensações que impulsionem a leitura, as imagens resumem o que será apresentado de forma que, se o contato do usuário for apenas com a ilustração, ele já terá se informado minimamente, o que também parece uma preocupação ética.

Conforme exposto anteriormente, no âmbito da estética, as formas e cores, em conjunto com o código verbal, caracterizam o sinestésico dos ambientes multicódigo, que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. O mesmo se repete na presença de formas nas etiquetas de classificação do conteúdo (falso, exagerado, impreciso ou

verdadeiro)<sup>102</sup>, o que é amplificado quando são reunidos mais códigos além dessas etiquetas, como o audiovisual com o código verbal, que aparece em alguns conteúdos.

Em relação aos critérios jornalísticos e influências comerciais no conteúdo analisado da Lupa, apresentamos o gráfico abaixo:

Gráfico 5 - Critérios jornalísticos e influências comerciais na Agência Lupa



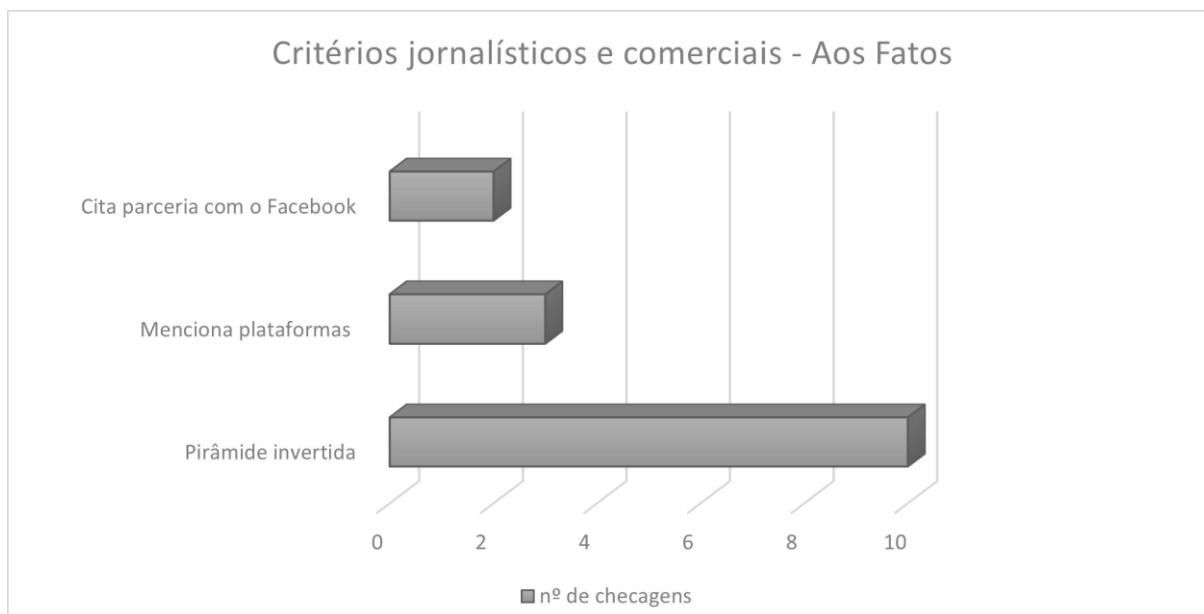
Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

Os conteúdos da agência Lupa são redigidos em pirâmide invertida, de forma que o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos dados que reforçam a falsidade. Além disso, a maioria dos conteúdos informa que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo faz parte de tal projeto de verificação. Apenas uma das checagens analisadas foi realizada a partir de solicitação de leitores por meio do WhatsApp.

Sobre os critérios jornalísticos e influências comerciais no conteúdo analisado de Aos Fatos, apresentamos o gráfico abaixo:

<sup>102</sup> Importante ressaltar que essas eram as etiquetas utilizadas na época em que foram publicadas as verificações analisadas.

Gráfico 6 - Critérios jornalísticos e influências comerciais na Agência Aos Fatos



Fonte: Coleta de dados realizada pela pesquisadora (2024).

Da mesma forma que na Lupa, os conteúdos da Agência Aos fatos são redigidos na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e um resumo do que será apresentado ao longo da checagem são apresentados no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. No conteúdo “Desenhamos fatos sobre o distanciamento social”, um HQ que reúne todas as ilustrações apresentadas ao longo da reportagem também é posicionado logo no início. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação e detalhamento dos dados coletados, gráficos, *links*, *prints*, ilustrações, vídeos e imagens. O mesmo se repete quando o conteúdo analisa diferentes pronunciamentos: a cada alegação, o fato e a sua falsidade são apresentados ao início e, em seguida, o tema é aprofundado.

Um dos conteúdos esclarece que a agência coleta informações potencialmente enganosas realizando monitoramento sistemático de Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter. Apesar disso, não descreve nenhuma forma de parceria oficial com essas empresas. Em outro conteúdo, um link direciona para a página de Aos Fatos que explica o funcionamento de parceria com Facebook, mas não está exposto claramente que o conteúdo foi checado por demanda da empresa. Duas checagens afirmam que as postagens foram marcadas com selo FALSO na ferramenta de verificação do Facebook e inserem o mesmo link descrito acima. Em seis dos conteúdos analisados, não foi encontrada relação com as empresas do Vale do Silício. Apesar disso, um

deles apresenta *link* para o Youtube, outro, também para o Facebook e Twitter, espaços em que a desinformação analisada está circulando.

As entrevistas com os jornalistas da Agência Lupa confirmam a utilização de critérios jornalísticos para a escolha dos conteúdos que serão checados, tendo em vista que a equipe da agência é reduzida. “Hoje, a equipe da Lupa tem 11 jornalistas. Então, não conseguimos fazer tudo. Bom seria, mas não conseguimos. Então, temos que entender o nosso tamanho, o nosso alcance”, comenta o Entrevistado 2. O Entrevistado 1 acrescenta o fato de que, na pandemia, o volume de desinformação era também muito grande. Nesse cenário, os fatores considerados para a seleção são a relevância nacional e dos indivíduos envolvidos na desinformação, o contexto do fato e o seu impacto, os quais são sempre relacionados à viralização do conteúdo, que aponta para o engajamento nas redes sociais.

O Entrevistado 2 aprofunda um pouco nesses pontos: “Se um político mente sobre a COVID-19, sobre a vacina, e esse político é relevante durante uma pandemia, isso é ainda mais grave. Então, o contexto em que aquilo ocorre, também é considerado”. Ele acrescenta, ainda, o exemplo do ex-presidente Jair Bolsonaro, que defendeu o uso de cloroquina ao longo da pandemia de COVID-19, aumentando o impacto do problema.

Para o Entrevistado 3, a relevância é medida pelo interesse público de um conteúdo, que impacte na vida das pessoas ou na democracia, e pela viralização. Já na visão do Entrevistado 1, são levados em consideração o potencial danoso da desinformação e o alcance, contudo, ele explica que nem sempre os jornalistas param para refletir sobre esses valores, e que a aplicação deles é praticamente automática. Todos os entrevistados dizem que apenas não é checada opinião e fatos não passíveis de comprovação com dados públicos, e o Entrevistado 2 acrescenta que não são verificáveis previsões de futuro.

Para a redação do material, o Entrevistado 1 explica que é separado o conteúdo checável, ou seja, o que é possível desmentir, diferenciando fatos de opinião. O Entrevistado 3 acrescenta que é checada a principal afirmação, ou as principais, caso haja mais de uma, as mais importantes em um conteúdo. Tanto o Entrevistado 1 quanto o 2 ressaltam a necessidade de apontar a fonte das informações por meio de links, de forma que o próprio leitor possa seguir o percurso realizado pelo jornalista.

O Entrevistado 1 destaca que toda essa metodologia utilizada é apresentada de forma transparente no site da agência, conforme retomamos no capítulo 3.

O Entrevistado 3 resume o processo da seguinte forma:

Depois que reunimos todas as informações, escrevemos um texto. Primeiro, expondo o que é o conteúdo, o que está em circulação, o que ele está falando, e, depois, selecionando e destacando a frase que vamos analisar, colocando um selo nessa frase e explicando, no texto abaixo disso, por que consideramos aquela frase, por exemplo, como falsa. Nesse processo, citamos todas as informações que coletamos e colocamos links para todas elas, também, para que o leitor mesmo possa chegar a essa conclusão a partir da análise desse material. Tentamos fazer um texto curto, sucinto, o mais sucinto que for possível e que seja também de fácil compreensão para os leitores (Apêndice B, Entrevistado 3).

Já os jornalistas da agência Aos Fatos relatam que são selecionados assuntos mais relevantes, que vão impactar o público em geral. Nesse sentido, a Entrevistada 8 diz que sempre eram checadas as falas do presidente<sup>103</sup>. Também ganham destaque as temáticas mais atuais, relacionadas à pauta do dia ou da semana, fatos com maior volume de circulação ou nível de compartilhamento e visualizações, além daqueles com maior potencial danoso ou gravidade.

O Entrevistado 4 pontua, contudo, que não há uma definição clara da circulação necessária para a checagem de um fato, mas que é possível observar algumas variáveis, como o grau de compartilhamento em determinado tempo. O Entrevistado 7 concorda que é muito difícil calcular com exatidão a viralização. “Tem peças de desinformação que não circulam no Facebook, no Instagram, porque são violentas ou relacionadas a sexo, mas ficam muito grandes no WhatsApp. Então, recebemos várias vezes na Fátima, as pessoas mandam e-mail falando”, explica ele.

Sobre o mesmo assunto, o Entrevistado 6 acrescenta que, em 2018, o Facebook era um bom indicador de viralização, porém, a partir de 2020 e 2021, o WhatsApp e o Telegram passaram a ser espaços melhores para se observar o início de uma tendência desinformativa. “Começamos a perceber que precisávamos monitorar vários grupos, grupos públicos, para conseguir entender em quantos grupos está disseminado”, explica ele, relativizando o papel do engajamento.

Ainda sobre a circulação, tanto o Entrevistado 5 quanto o 6 acrescentam que é necessário cuidado para não ampliar uma desinformação incipiente. “Porque, às

---

<sup>103</sup> Conforme abordamos anteriormente, a agência Aos Fatos possui uma ferramenta de checagem específica das declarações de presidentes.

vezes, uma coisa é claramente falsa, está circulando em um grupo muito pequeno. Então, você pode checar e dar uma visibilidade a algo que não tinha atração, que ia circular em um grupo muito pequeno e não ia avançar”, explica o Entrevistado 6. Ele exemplifica com o discurso antivacina na pandemia, que, inicialmente, era pequeno, e só foi tomando uma proporção maior posteriormente, ao ter adesão política. De qualquer forma, o Entrevistado 5 diz que é observada não só a viralização atual, mas o potencial de se tornar viral, ou se foi compartilhado por um político influente, por exemplo.

Em relação ao potencial danoso da desinformação, o Entrevistado 4 explica o seguinte:

Por exemplo, quando se fala de um benefício do governo que foi cancelado, por exemplo, as pessoas não vão poder acessar por algum motivo. Ou uma coisa mesmo de difamação. Você acusar alguém de algo que ela não fez. São conteúdos avaliados com potencial de dano mais alto (Apêndice B, Entrevistado 4)

Para o Entrevistado 5, durante a pandemia, o principal fator analisado era o potencial de gerar danos à saúde. Como exemplo, ele cita a desinformação de que a vacina contra COVID-19 causaria HIV, boato que poderia trazer muitos danos à saúde pública ao impedir uma ampla imunização. Ele acrescenta que são observados, também, valores-notícias gerais, critérios mais jornalísticos, principalmente no caso de matérias mais analíticas. “São pecinhas que você vai montando. Nunca é um critério só, eu acho”, resume.

Para o Entrevistado 7, o critério que se sobressai aos demais é a relevância aliada à atualidade de forma a responder: “Qual é a pauta que está circulando esta semana? Quais assuntos estão circulando esta semana?”. Ou seja, são assuntos que estão sendo noticiados, pelos quais as pessoas estão mais procurando. Contudo, dependendo da gravidade de uma peça desinformativa, o potencial danoso acaba sobressaindo de forma a evitar um prejuízo maior. Já o Entrevistado 8 acredita que o principal critério é se uma informação está muito disseminada e, portanto, sua viralização.

Os Entrevistados 6 e 7 acrescentam, ainda, que os fatos a serem checados são reunidos em uma rotina diária de busca por conteúdos desinformativos, a chamada “ronda” na plataforma na Meta, no monitoramento do Radar Aos Fatos, nas demandas recebidas pela Fátima e no Twitter, por exemplo. “A parceria do Facebook nos

proporciona, além de financiamento, uma base de dados que podemos cruzar com outras para entender qual é a relevância daquele conteúdo”, esclarece o Entrevistado 6.

O Entrevistado 7 explica, ainda, que há metas com quantidades de peças desinformativas a serem desmentidas mensalmente. “Também não podemos deixar o site parado, sem nada para publicar”, acrescenta. Ele aborda, ainda, a existência de “pautas difíceis”, que interferem no fluxo de produção. Seriam peças desinformativas que requerem muitas entrevistas e retorno de muitas fontes, por isso, maior tempo para finalização do conteúdo. “A facilidade de se checar também é um critério, mas é um critério contornável e nem sempre evidente”, conclui.

Segundo os Entrevistados 4 e 5, apenas não é checada opinião. O Entrevistado 5 ressalta que é muito difícil diferenciar o que seria um argumento embasado em fatos de opinião. O Entrevistado 4 diz que também não é verificado conteúdo humorístico, e o Entrevistado 7 relembra que não é possível checar algo não comprovado por dados públicos, além de fofoca. Já o Entrevistado 8 acrescenta que não são checadas teorias da conspiração.

Para o Entrevistado 6, algumas vezes, não é possível checar por falta de informação, como algo que ainda está em investigação ou em andamento, por exemplo, em guerras ainda muito iniciais. Contudo, se for um fato relevante, será acompanhado e, à medida que novas informações forem surgindo, pode vir a ser verificado. Esse entrevistado relaciona os critérios de seleção ao tamanho das equipes nas agências de verificação: “Não checamos opinião e, também, a metodologia preza muito por olhar o que é de interesse público. (...) Todas as agências de checagem sofrem com isso, tem uma responsabilidade muito grande, mas uma equipe pequena”.

Da mesma forma que na Lupa, para que o conteúdo seja produzido, principalmente na checagem de fatos padrão, os jornalistas separam os fatos passíveis de checagem dos que não são, como opinião, em uma filtragem de alegações. Também é verificado se há alguma figura pública compartilhando a desinformação para que isso seja citado. Em seguida, as informações vão ser apuradas jornalisticamente, de preferência junto a fontes públicas que permitam a consulta também pela audiência por meio de links, mas, caso necessário, adicionalmente são realizadas entrevistas. O Entrevistado 5 explica que, em uma

checagem de declarações, quanto mais referências forem reunidas e apresentadas, mais forte será o conteúdo.

Na estrutura da checagem, o Entrevistado 5 explica que o primeiro parágrafo procura “desmontar o argumento e mostrar por que esse argumento é enganoso” e, nos demais parágrafos, o fato será contextualizado. Nesse sentido, o Entrevistado 8 esclarece que “a principal questão é desmentir o fato central e depois explicar”. O Entrevistado 5 resume da seguinte forma:

Basicamente, partimos do que a alegação diz, desmontamos o argumento enganoso da alegação, mostramos para o leitor por que aquele argumento é enganoso e damos o contexto. Em muito, eu acho que a apuração é idêntica de um veículo jornalístico tradicional, numa reportagem, numa matéria, num conteúdo *hard news*, mas acho que a forma de apresentação é diferente também, porque o formato não é muito praticado (Apêndice B, Entrevistado 5).

O Entrevistado 6 concorda que a redação segue uma estrutura jornalística. No primeiro parágrafo será apresentado um resumo do fato checado que esclareça a relevância daquela checagem, qual é seu objeto e porque o fato é falso, principalmente para informar aqueles que vão ler, apenas, essa parte inicial do conteúdo. Também é apresentada a peça desinformativa, que serve como referência, mas sempre coberta por algo que impeça mais a sua disseminação. Por fim, são apontados os desdobramentos, sempre destacando quais foram as fontes consultadas e os procedimentos utilizados. Ao final do texto, é apresentada a listagem de fontes citadas. Para esse entrevistado, as duas preocupações principais são explicar claramente o fato checado e apontar fontes e processos percorridos.

O Entrevistado 7 também diz que é utilizada uma estrutura jornalística de texto, com *lead*, *sublead* e tópico frasal. No *lead*, haverá a explicação de por que o fato é falso. “Sempre a primeira frase vai ser isso: ‘Não é verdade que...’”, esclarece. Já as demais vão explicar o motivo da falsidade. O segundo parágrafo seria relativo à viralização, no qual é posicionada a peça desinformativa. Nos outros parágrafos, será feito o desmentido por tópico frasal, ou seja, a primeira fase apresenta o assunto a ser tratado no parágrafo e, se há mudança de assunto, será iniciado um novo parágrafo.

Sobre a presença de influências comerciais e políticas, os três jornalistas da Lupa garantem que não existem. Eles afirmam que a Meta não define o que será checado, apenas paga para utilizar o conteúdo da agência de forma a informar aos

usuários das plataformas que um conteúdo é falso. “A Lupa tem diferentes parcerias, formas de financiamento, mas o jornalismo é independente, ninguém vai chegar e dizer assim, ‘eu quero pagar por uma matéria, para vocês checarem isso’. Na Lupa isso não ocorre”, afirma o Entrevistado 2.

O Entrevistado 1 explica que a ferramenta da Meta apresenta uma seleção de possíveis *posts* desinformativos que circulam na rede. “É importante falar que nem o próprio Facebook é transparente. Nós não sabemos como, por que, o Facebook considera aquele *post* com potencial risco desinformativo”, ressalta esse jornalista. Esse entrevistado justifica, ainda, a isenção da agência alegando que são feitas reportagens de crítica à Meta. O Entrevistado 3 acrescenta que as agências não precisam checar apenas o que é indicado por essa empresa e que quaisquer outros conteúdos da plataforma podem ser verificados.

Além disso, o Entrevistado 1 pontua que também não há opções políticas, contudo, existem mais checagens de grupos de direita do que de esquerda e explica:

Estamos entre grupos de apoio da esquerda, do Lula, para verificar, mas é quase zero (a quantidade de desinformação). E, às vezes, não conseguimos desmentir porque é muito opinativo. Por exemplo, para a esquerda, a facada no Bolsonaro foi falsa. É uma questão que não conseguimos desmentir, dizer que foi falso ou não. Porque, aí, é uma discussão muito mais ampla (Apêndice B, Entrevistado 1).

O Entrevistado 3 ratifica essa informação, explicando que a agência segue os princípios da IFCN e, com isso, busca a isenção e a checagem de todos os espectros políticos. “É lógico que se um lado aparece dez vezes mais, não vamos igualá-lo a um lado que aparece uma vez só. (...) Mas isso é uma consequência do volume de desinformação que está circulando ou sendo disseminado por um dos polos”, afirma.

Os jornalistas de Aos Fatos também são taxativos em afirmar que não sofrem interferências econômicas ou políticas. Para contextualizar a ideia de independência das agências de checagem, o Entrevistado 6 faz referência a um movimento do próprio jornalismo que procura formas de ser mais autônomo. “Essa permissão de conseguir fazer tudo *online* democratiza muito a capacidade de projetos se financiarem. Então, tem esse contexto importante, (...) entender que é um movimento do jornalismo como um todo, de ter mais projetos independentes”, explica. Ele ressalta a constante preocupação de Aos Fatos de que as fontes de financiamento não

interferissem na linha editorial e, adicionalmente, o desenvolvimento de projetos próprios que custeassem a atividade, como o Escriba.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, o Entrevistado 4 diz não ter conhecimento de que um conteúdo deixou de ser publicado por conta de parcerias e que sempre presenciou uma grande independência da agência, reforçando, por exemplo, que a editoria Radar publica reportagens críticas às plataformas. “Não sofremos, não chegou a mim, pelo menos, nenhum tipo de cerceamento, se é que houve. E, se houve, nunca foi algo que impactou no trabalho”, reforça.

O Entrevistado 5 diz que a parceria com a Meta objetiva diminuir a circulação de desinformação nas plataformas da empresa e que não há influências na forma como a agência vai desmentir nem nos fatos que serão checados. Dessa forma, existiria liberdade para a seleção do que é considerado mais relevante de acordo com critérios da própria agência. “A parceria é comercial no sentido de que temos de cumprir determinadas cotas de reportagens publicadas, por exemplo”, explica. Garante, ainda, como o Entrevistado 4, que Aos Fatos cobra a Meta como outras empresas com as quais não há parceria.

Adicionalmente, o Entrevistado 7 diz que a Meta paga, apenas, para que a agência preste um serviço.

Não existe uma influência direta, porque não recebemos nada deles. Eles não mandam para a gente o que eles acham que tem que ser desmentido. Eles não vetam coisas. Nunca deixamos de checar alguma coisa porque falava sobre o Facebook, por exemplo. Inclusive, temos muitas matérias batendo no Facebook (Apêndice B, Entrevistado 7).

Para ele, haveria uma influência indireta da Meta, caso fosse utilizada, apenas, a ferramenta que aponta conteúdos desinformativos dessa empresa, o que não acontece. O entrevistado ressalta que um dos diferenciais de Aos Fatos é justamente desenvolver ferramentas que auxiliem no trabalho de checagem, como a Fátima, o Radar, o monitoramento do Telegram. “Isso eu posso falar com absoluta certeza, nunca, nenhuma rede social veio falando: ‘olha, tem que desmentir isso ou não. Ah, não pode desmentir isso’. Nunca aconteceu”, reafirma. Para o Entrevistado 8, o fato de existirem essas várias tecnologias de monitoramento impedem a influência da Meta, apesar de haver uma dependência financeira.

Em relação a critérios políticos, o Entrevistado 7 diz que são encontradas mais peças de desinformação contra a esquerda, mas que, em uma checagem de debates,

é possível tentar equilibrar o número de verificações entre os entrevistados. “Eu vou checar se a pessoa falou uma coisa, se é verdade. Se uma mentira é uma mentira, ela vai ser mentira mesmo eu gostando da pessoa ou não. É simples assim, não tem segredo nessa parte”, garante o Entrevistado 7.

Nessa perspectiva, os resultados dos testes apontam que os jornalistas tentam se aproximar do objeto dinâmico utilizando sinistros indiciais dicentes de forma a fornecer uma prova do ponto defendido, o que foi confirmado nas entrevistas quando os verificadores disseram que as fontes de informações devem estar elencadas para que o leitor possa consultá-las. Além disso, as análises mostravam uma preocupação ética dos verificadores em conscientizar os usuários, o que está de acordo com a ideia de expor as fontes.

A utilização de órgãos ou documentos públicos e declarações de autoridades como fonte de informação, contudo, também pode ser uma tendência preocupante como apontado pelas teorias do jornalismo. A pesquisa de Damasceno e Patrício (2020), apresentada no Capítulo 3, também problematiza a dependência de fontes e estudos oficiais cujos dados são apresentados como inquestionáveis e, para eles, não postos à prova pelas agências de checagem. Contudo, conforme as análises mostraram, os jornalistas tentam confirmar os dados com mais de uma fonte ou publicação sobre o mesmo assunto.

De qualquer forma, a utilização de fontes públicas não parece ser totalmente ingênua, como apontado por Damasceno e Patrício (2020), tendo em vista sua relação com uma conduta ética controlada e deliberada. Essa atitude ética daria suporte a um método científico, que explicita a forma como foi realizado o teste das hipóteses para que possa ser replicado em outras oportunidades. Por outro lado, um fator mercadológico pode pressionar a atividade, pois um dos entrevistados cita metas de produção de conteúdo e movimentação do site da agência.

Adicionalmente, a escolha de qual ou quais alegações serão checadas por serem as mais importantes, conforme disseram os entrevistados, parte de uma avaliação pessoal ou mesmo organizacional. Além disso, apesar de os jornalistas afirmarem a independência das agências de checagem, a pesquisa de Lelo (2021) mostra que o financiamento da atividade pelas plataformas promoveu uma mudança nos tipos de conteúdos verificados.

As entrevistas também confirmam a aplicação de valores-notícia para a seleção de conteúdo, levando-se em consideração que a equipe é reduzida e a quantidade de desinformação em circulação é grande. Um dos entrevistados, inclusive, pontua a aplicação automática desses critérios, sem muita reflexão. Foram destacados valores como relevância nacional e dos indivíduos envolvidos, interesse público, alcance, impacto, potencial danoso ou gravidade, atualidade e viralização. Um dos entrevistados comenta, ainda, sobre a dificuldade de apuração como um elemento que pode influenciar na escolha de pautas.

Muitos desses valores apareceram em estudos anteriores que retomamos. Wolf (1999), por exemplo, fala em importância nacional e dos envolvidos, atualidade, acessibilidade a fonte e serviço/interesse público. Já Harcup e O'Neill (2017) apontam como valores-notícia a elite, que pode ser relacionada à proeminência do indivíduo implicado no acontecimento, relevância e magnitude. Esses autores também citam a compartilhabilidade, porém, referem-se ao potencial de compartilhamento do fato, não à viralização em si.

Por sua vez, García-Perdomo *et al.* (2018) retomam a atualidade e acrescentam à lista o impacto, a proximidade, que pode ser relacionada à relevância nacional, e utilidade, ligada ao interesse público da forma como relatado pelos entrevistados. Araujo e Van Der Meer (2020) citam proximidade geográfica e impacto econômico e social, enquanto Dos Santos (2020) inova com temas compartilhados muitas vezes, atrelado à viralização, e checagem de boato, atuação que é específica das agências de checagem. Por fim, Al-Rawi, Al-Musalli e Fakida (2021), analisando apenas temáticas, referem-se a informações gerais (notícias/ utilidade/ valor prático), o que também é destacado pelos entrevistados.

Portanto, nossa hipótese de que a o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizada pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos geraria conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias, parece parcialmente confirmada. Conforme vimos, são muitas as informações duvidosas existentes para uma equipe reduzida, e os jornalistas relatam utilizar critérios jornalísticos para selecionar o que será checado e para organizar a apresentação do conteúdo.

Contudo, eles afirmam que não são influenciados por valores comerciais e políticos, como pelo financiamento proporcionado pela Meta, o que contradiz estudos anteriores (Lelo, 2021). Por outro lado, relatam que a equipe é reduzida, mas não uma sobrecarga de trabalho. Além disso, ao afirmarem a isenção da agência de checagem, é demonstrada uma certa lealdade e adesão ideológica à empresa, o que também pode influenciar na atividade de checagem.

A isenção relatada nos parece, assim, mais um ideal a ser alcançado do que a forma como a atividade se desenvolve de fato. Conforme vimos, o objeto dinâmico se força para ser representado, contudo, o acesso a ele ocorre somente por meio de objetos imediatos e sofre a influência da experiência colateral e, portanto, de fatores que muitas vezes podem ser tão habituais que não gerem reflexão, como abordaremos mais detidamente no próximo capítulo. Dessa forma, defendemos que este ponto pode ser mais aprofundado em estudos futuros.

## **7 INTERPRETANTES E A CAPACIDADE CRÍTICA NOS JORNALISTAS VERIFICADORES**

No capítulo anterior, apresentamos o referencial teórico que embasa a segunda sub-hipótese e os resultados dos testes empíricos relacionados a ela. Agora, será o momento de apresentar as conclusões do teste com a terceira e última sub-hipótese. Antes disso, contudo, retomaremos essa sub-hipótese e alguns pontos teóricos necessários para melhor compreensão dos resultados alcançados.

Nossa terceira sub-hipótese é de que a influência da robótica e das condições de trabalho nos procedimentos de checagem limitam possíveis mudanças nos hábitos mentais dos jornalistas checadores, no sentido de ampliar capacidades críticas. Como consequência, os procedimentos de checagem, influenciados pelos fatores observados nas sub-hipóteses anteriores, não possuirão a força para a ampliação da capacidade autocrítica (e até da heterocrítica) ao longo dos processos interpretativos dos jornalistas que poderiam resultar em novas formas de verificação e de se fazer jornalismo.

Para o teste empírico desta sub-hipótese, foram realizadas entrevistas com checadores de fatos que examinaram a presença de autocrítica e heterocrítica, possíveis alterações em seus procedimentos interpretativos, principais características dessas eventuais mudanças e a receptividade que encontraram nas organizações em que atuam. Além disso, a partir de uma análise semiótica, identificamos, nas entrevistas, interpretantes emocionais, energéticos e lógicos e quais seriam predominantes.

Antes de apresentar os resultados, vamos aprofundar na reflexão sobre o interpretante, em Peirce, que foi abordada mais rapidamente nos capítulos anteriores. Também trataremos sobre o sinequismo, a ideia de Continuidade, que está intimamente relacionado ao interpretante e à mudança de hábito.

### **7.1 OS INTERPRETANTES DE PEIRCE**

Liszka (1990) considera o interpretante uma contribuição singular de Peirce, porque mostra que a significação não acontece apenas por meio do signo e do objeto, mas envolve um terceiro elemento, o interpretante. Também por meio do interpretante,

o comentador ressalta que pode ocorrer o encontro entre o pragmaticismo e a semiótica de Peirce, na medida em que os objetos reais existem e influenciam a semiose, mas que, contudo, só podem ser acessados por meio de signos, quando gerado um interpretante. Além disso, mais do que fornecer a informação sobre o objeto, a representação permite controlar a conduta em relação a esse objeto, por meio de um método seguro de tradução em signos e, portanto, de interpretantes. Uma conduta controlada racionalmente é o que o pragmaticismo de Peirce objetiva. Para o lógico, isso seria possível a partir do método científico, por meio do desenvolvimento de interpretantes, com “procedimentos comunitários, democráticos e publicamente verificáveis” (Liszka, 1990, p. 19, tradução nossa).

Na prática da checagem de fatos, por exemplo, os jornalistas procuram esclarecer os fatos e, assim, por meio de signos como textos, vídeos, gráficos, entre outros, levar a interpretantes que gerem objetos imediatos mais próximos dos objetos dinâmicos. Todas essas ações devem ser feitas por meio de raciocínios controlados, ratificados pela comunidade jornalística e com métodos verificáveis pelo público, de forma a se aproximar do método científico, conforme proposto por Peirce.

Liszka (1990) ressalta que uma característica essencial do interpretante é permitir a continuidade na semiose de forma a tornar um signo mais determinado, inserindo-o em um contexto de outros signos e, dessa forma, ampliando as informações sobre o objeto e aprimorando seus significados (CP 2.92). Para retomar uma ideia abordada no capítulo anterior, trata-se de inserir o objeto imediato em uma rede de outros objetos imediatos. O comentador destaca, ainda, a capacidade do signo de delimitar um interpretante que descreverá uma regra para o desenvolvimento desse signo e permitirá ao objeto ser inserido no processo de interpretação. “Nesse sentido, o interpretante é tanto triádico quanto intencional, ou seja, proposital” (Liszka, 1990, p. 30, tradução nossa).

Um signo cada vez mais determinado permite interpretações menos variadas, mais rígidas e habituais, estabelecendo um sistema de restrições a determinações, o que pode esclarecer dúvidas relativas a processos desinformativos, por exemplo, trazendo mais certezas, ainda que provisórias, pois sujeitas a alteração. Assim, a determinação, em seu sentido mais amplo, é o que estabelece os critérios para a interpretação do signo. O interpretante atua, então, como uma regra de tradução que restringe o desenvolvimento do signo e a interpretação de forma a estabelecer um

padrão ou hábito de ação no intérprete. “O objeto, em engajamento com um meio sógnico, determinará sua representação e o interpretante representará essa determinação, ou seja, o interpretante é uma regra de tradução correspondente à relação do signo com o seu objeto” (Liszka, 1990, p. 46, tradução nossa).

O processo de determinação do signo é triádico e recebe a contribuição do signo, do objeto e do interpretante. Liszka explica essa ideia de forma bastante esclarecedora:

Peirce argumenta que o objeto determina o signo (em relação a um objeto), mas o objeto não é determinado por nenhum dos signos (a menos que seja um signo de alguma coisa) ou pelo interpretante e o interpretante não determina nem o signo nem o objeto. Assim, o início (relativo) da determinação é o objeto (dinâmico) e seu fim (relativo), o interpretante (final). O objetivo de um signo, então, é estabelecer um interpretante e o objetivo (imediatamente) de um objeto (por assim dizer) é determinar um signo, ou seja, ser representado em algum signo; o objetivo do signo é representar aquela relação entre signo e o objeto, ou seja, estabelecer um interpretante. O objeto transmite informações sobre si mesmo a um signo que o interpretante sintetiza como uma informação coerente sobre o objeto, relativa à finalidade da atuação do signo (Liszka, 1990, p. 46, tradução nossa).

Compreendemos, então, que um signo mais determinado delimita o número de possibilidades de interpretações. Nesse contexto, como consequência do estabelecimento de critérios, as interpretações se tornam mais habituais. Assim como Liszka (1990), Colapietro (2004) reforça e resume essa ideia da determinação na semiose. Ele ressalta que o interpretante é central em um processo que, para ele, pode ser definido, também, como de geração de inúmeros interpretantes.

Embora processos direcionados a objetivos, como as práticas autocríticas dos investigadores experimentais, ilustrem mais claramente a semiose como processos de determinação, processos autointerrogativos como as práticas autotransformativas de artistas inovadores (práticas nas quais o próprio significado do que conta como arte é continuamente submetido a interrogatório e crítica) exemplificam mais claramente os processos de geração. Mas, sem apagar ou mesmo minimizar as diferenças irreduzíveis entre essas práticas, poderemos, no entanto, vê-las todas num continuum (...). (Colapietro, 2004, p. 21).

Em uma reflexão mais direta sobre os efeitos do signo, Santaella (2000) explica o interpretante como “um conteúdo objetivo do próprio signo”<sup>104</sup> (Santaella, 2000, p. 63).

---

<sup>104</sup> Nöth (2000) esclarece que alguns signos não geram um interpretante (EP 2: 404), mas ainda podem ser considerados um signo porque possuem uma interpretabilidade, ou seja, um potencial de gerar um interpretante, não caracterizado pela sua incorporação em um existente ou imaginação.

O interpretante é uma propriedade objetiva que o signo possui em si mesmo, haja um ato interpretativo particular que o atualize ou não; é uma criatura do signo que não depende estritamente do modo como uma mente subjetiva, singular possa vir a compreendê-lo (Santaella, 2000, p. 63).

Assim, ao interpretar um signo, a ação é de observação dos interpretantes que ele é capaz de produzir. Ao representar o objeto, o signo gera um interpretante e, pela mediação do signo, o interpretante é imediatamente determinado pelo objeto. Esse interpretante é parte do signo que interpreta, mas, ao mesmo tempo, constitui um outro signo (CP 8.225; CP 1.339; CP 8.191; CP 2.094; CP 8.322). Como consequência, em uma semiose genuína, os três correlatos são de natureza sígnica. Conforme o referencial apresentado nos capítulos anteriores, relativos ao processo perceptivo e aos diferentes aspectos do objeto, fica mais clara a compreensão de que “o objeto do signo (aquilo que o signo representa) só pode estar representado no signo porque é, ele próprio (o objeto), também uma representação (isto é, um signo)” (Santaella, 2000, p. 65).

Numa semiose genuína, esses três elementos têm natureza sígnica. O primeiro chama-se signo porque representa o objeto; o segundo se chama objeto porque determina o signo; o terceiro se chama interpretante, porque é determinado imediatamente pelo signo e mediatamente pelo objeto (Santaella, 2000, p. 66).

Permanecendo nessa linha de raciocínio, Nöth (2011) observa que, a partir de 1906, Peirce adere a uma definição mais precisa de interpretante por levar em consideração, justamente, uma tríade mais genuína. O pesquisador esclarece que a tríade genuína vai além de uma relação entre dois elementos, como estava proposto na ideia de que “o interpretante faz a mediação representando o signo da mesma forma que o signo representa seu objeto” (Nöth, 2011, p. 470, tradução nossa). Peirce passa a propor que “o Interpretante é aquilo que o Signo traz em correspondência com o Objeto” (MS 339D: 533, tradução nossa). O verbo trazer (*to bring*) caracteriza a atuação do interpretante na mediação como genuinamente triádica.

A lógica deste verbo trivalente requer a colaboração de três agentes, um portador, algo ou alguém que é trazido e um receptor para cuja posse o objeto é transferido (...) A correspondência é uma relação diádica; fazer duas coisas corresponderem é uma relação triádica. A metáfora do portador (*bringer*) refere-se ao interpretante; o resultado de sua ação de colocar em correspondência é a correspondência entre o signo e seu objeto (Nöth, 2011, p. 470, tradução nossa).

Nöth (2011) ressalta, ainda, que as representações podem ser tanto de pensamentos internos ou de suas expressões externas (W 3: 62-63). “O que as representações mentais e externas têm em comum é que ambas produzem interpretantes e representam um objeto, que por sua vez pode ser interno ou externo, uma ideia ou uma ‘coisa’” (Nöth, 2011, p. 450, tradução nossa). Portanto, é por meio do processo de geração de interpretantes (determinados imediatamente por objetos mediados por signos com índices de existencialidade) que os jornalistas verificadores podem fazer a correspondência entre falsidade e objetos da desinformação, por exemplo. Da mesma forma, podem corresponder a realidade e os fatos esclarecidos.

Em um signo triádico genuíno<sup>105</sup>, o interpretante se desenvolve em diferentes níveis ou estágios ao percorrer seu caminho de conversão em outro signo, de acordo com as categorias fenomenológicas de Peirce<sup>106</sup>, apresentando-se, então, como imediato, dinâmico e final<sup>107</sup>. Pertencente à primeiridade, o interpretante imediato (CP 8.343, CP 8.314; CP 4.536; CP 8.315) é uma possibilidade não atualizada inserida no próprio signo, o qual possui uma “interpretabilidade peculiar” (Santaella, 2000, p. 72) antes de alcançar um intérprete e, por isso, o poder de gerar um efeito na mente interpretadora.

O interpretante imediato diz respeito, assim, ao signo em si mesmo, ou seja, a “uma interpretabilidade do signo como uma função da sua estrutura interna” (Santaella, 2000, p. 72), sem que seja levado em consideração o contexto de emissão. Ele é imediato, sem mediação ou análise, “é a impressão total inalisada que se espera que o signo possa produzir, antes de haver qualquer reflexão crítica sobre ele”

---

<sup>105</sup> Santaella (2000) ressalta, ainda, que um signo genuíno passa por todos os estágios de interpretantes, enquanto, no signo degenerado ou quase-signo, o interpretante não se desenvolve para a continuidade. “Em algum estágio, a trajetória se interrompe e o nível atingido é suficiente para preencher a função que o signo está apto a cumprir” (Santaella, 2000, p. 70).

<sup>106</sup> Colapietro (2004) destaca que as classificações dos interpretantes mostram a importância da teoria dos signos como uma teoria do significado; da doutrina das categorias como “uma tentativa de fornecer os recursos heurísticos para dar sentido a tudo o que possa ser encontrado na experiência humana ou simplesmente conjurado pela imaginação humana” (Colapietro, 2004, p. 15) e da relação entre esses dois fatos. “Além disso, sua doutrina das categorias era, em referência à terceiridade, uma tentativa de tornar o significado (ou inteligibilidade) um fenômeno tão irreduzível quanto a qualidade ou a oposição (...). O significado na forma de hábito faz parte da estrutura da realidade tanto quanto os imediatismos qualitativos e as oposições brutais (Colapietro, 2004, p. 15)”.

<sup>107</sup> Há, ainda, outras divisões do interpretante propostas por Peirce, como a diferenciação entre extensão (*breadth*) e profundidade ou compreensão (*depth*) (CP 2.391 a CP 2.430) e a divisão pelo lugar que o interpretante está situado em um processo de comunicação – Intencional, Eficiente e Comunicacional, que é descrita por Santaella (2000, p. 68). Contudo, para fins da nossa pesquisa, aprofundaremos, apenas, nas ideias de interpretante imediato, dinâmico e final.

(Santaella, 2000, p. 72). Pode ser compreendido, também, como “uma indicação da interpretabilidade peculiar de um signo, uma indicação de que o signo é amigável ao intérprete” (Liszka, 1990, p. 26). Portanto, em um contexto de checagem, seriam todas as possibilidades de esclarecimento de um fato que um signo possa gerar, mas que ainda não possuem existência, são apenas uma potencialidade.

Já o interpretante dinâmico (CP 8.343; CP 4.536; CP 8.315) é “o efeito direto que o signo tem sobre qualquer intérprete” (Liszka, 1990, p. 26, tradução nossa), ou seja, é o efeito que o signo produz, de fato, em uma interpretação concreta e singular, em uma mente interpretadora específica, num certo momento e etapa de desenvolvimento do signo.

Corresponde, enfim, ao que se pode chamar de significado do signo *in concreto*, isto é, o fato empírico de apreensão do signo, uma realização particular do significado, ou aquilo que comumente poderia ser referido como sendo o significado psicológico do signo, sendo, portanto, o único interpretante que funciona diretamente num processo comunicativo (Santaella, 2000, p. 73).

Na atividade de checagem, refere-se ao interpretante formado nas mentes dos próprios jornalistas ao reunir as informações e estruturar os conteúdos. Também seria o interpretante gerado na mente dos usuários do serviço de verificação e, portanto, o esperado esclarecimento de dúvidas relativo a um fato desinformativo.

Por fim, o interpretante Final ou Normal (CP 8.343; CP 4.536; CP 8.315; MS 339d, pp. 546-7) é o limite ideal para onde os interpretantes dinâmicos se dirigem ao longo do tempo, contudo, esse limite é “aproximável, mas inatingível” (Santaella, 2000, p. 74). Citando Savan (1976), Santaella (2000) ressalta a ideia de interpretante final intimamente ligada ao método científico que, sujeito ao falibilismo, se autocorrige por meio da autocrítica e da heterocrítica.

Dessa forma, a sucessão de interpretantes dinâmicos gerados é guiada por princípios e normas orientadoras do Interpretante Final ou Normal, caracterizado como o efeito semiótico pleno de um signo, se fosse possível alcançá-lo. Pode ser denominado de Normal, por atuar como a norma que define a geração de interpretantes dinâmicos, possível a partir do propósito ou intenção que o próprio signo deseja alcançar. Se fosse possível uma evolução ideal da verificação de fatos, seria o esclarecimento de todos os processos de desinformação para que os conteúdos checados se sobrepusessem de forma exata à realidade.

De maneira resumida, o interpretante imediato, como primeiridade, é a possibilidade de significar ensejada pelo signo; o dinâmico, como secundidade, refere-se aos resultados existenciais da interpretação de um signo; como terceiridade, o final é uma norma de compreensão do signo.

Nessa medida, todos os fatos empíricos de decifração de um signo são interpretantes dinâmicos. O interpretante final é aquilo para cuja direção o real tende. Sendo um limite ideal e abstrato, o interpretante final não depende estritamente de cada interpretante dinâmico efetivo. Ao mesmo tempo, todo movimento e transformação do pensamento (signo) só pode se realizar devido e suportado por esses eventos reais de interpretação (interpretantes dinâmicos). O interpretante imediato, por seu lado, é uma mera possibilidade de sentido, ainda não revelada, mas que está, de modo ainda vago e determinado, contida no próprio signo (Santaella, 2000, p. 76).

No seu sentido geral, o interpretante tem natureza social, coletiva e, principalmente, lógica. O interpretante dinâmico é o que permite uma interpretação particular, psicológica, é uma atualização relativa, porque está sujeito a modificações por meio do exercício de críticas. “Esta correção só é possível devido à relação dialética entre o interpretante imediato (potencial inscrito no signo) e o interpretante final, limite ideal para o qual, a partir desse potencial, as atualizações singulares tendem a se dirigir” (Santaella, 2000, p. 76).

Contudo, essas ideias podem levar a uma confusão entre o interpretante imediato e o final, ambos gerais e abstratos. A partir de reflexões propostas por Ransdell, Santaella (2000) questiona que, se a interpretabilidade de um signo se define em um caminho interpretativo ideal, então, esse conteúdo poderia ser um potencial do próprio signo e, dessa forma, não haveria diferenças entre os interpretantes imediato e final.

Nessa medida, o interpretante imediato é a margem – sempre vagamente circunscrita – do poder de geração do interpretante do signo num dado momento. [...] E o interpretante final é, então, a margem de interpretantes possíveis tal como seria definitivamente estabelecida com a paralisação de todo crescimento nos poderes do signo como tal. Não é o último interpretante que ocorrerá, mas a totalidade de todos os poderes que um dado signo manifestaria quando ele tivesse mostrado tudo que ele poderia ser – tudo que ele poderia fazer – como signo (Ransdell *apud* Santaella, 2000, p. 77).

Há, ainda, uma segunda tricotomia de interpretantes desenvolvida mais tardiamente por Peirce, em 1907, a qual já citamos anteriormente, que também é

baseada nas categorias fenomenológicas: emocional, energético e lógico (MS 318)<sup>108</sup>. Conforme discorreremos de forma aprofundada no Capítulo 4, o interpretante lógico é aquele que conduz à mudança de hábito.

O primeiro efeito significado de um signo é a sensação por ele provocada. Na maior parte das vezes, existe uma sensação que interpretamos como prova de que compreendemos o efeito específico de um signo, embora a base da verdade neste caso seja frequentemente muito leve. Este “interpretante emocional”, como o denomino, pode importar em algo mais do que a sensação de reconhecimento; e, em alguns casos, é o único efeito significado que o signo produz [...]. Se um signo produz, ainda, algum efeito desejado, fá-lo-á por meio da mediação de um interpretante emocional, e tal efeito envolverá sempre um esforço. Denomino-o “Interpretante energético”. O esforço pode ser muscular [...], mas é usualmente um exercer do mundo interior, um esforço mental. Não pode ser nunca o significado de um conceito intelectual, uma vez que é um ato singular [...]. Mas que espécie de efeito pode ainda haver? [...] Vou denominá-lo “interpretante lógico”. [...] Devemos dizer que este efeito pode ser um pensamento, o que quer dizer, um signo mental? Sem dúvida, pode sê-lo; só que se esse signo for de natureza intelectual – como teria de ser – tem que possuir um interpretante lógico; de forma que possa ser o *derradeiro* interpretante lógico do conceito. Pode provar-se que o único efeito metal, que pode ser assim produzido e que não é um signo, mas é de aplicação geral, é uma mudança de hábito (CP 5.475-476, tradução Santaella, 2020).

A partir dessas ideias de Peirce, é possível compreender o interpretante emocional como um primeiro efeito semiótico referente à qualidade de sentimento, ao aspecto qualitativo do efeito que um signo produz. É, portanto, diferente de uma reação emotiva, na medida em que não possui carga valorativa, por ser vago e indefinido, não passível de avaliação. Nesse caso, poderia ser uma sensação que, ainda que desconhecida, impulsiona ou influencia, de alguma forma, a checagem de fatos. Já o interpretante energético diz respeito a uma energia liberada em um ato,

<sup>108</sup> Santaella (2000) apresenta a visão de outros comentadores para a interação entre a primeira e a segunda tricotomia e defende que todas elas têm respaldo nos manuscritos de Peirce. Para Savan (1976), por exemplo, os interpretantes da segunda tricotomia são divisões do interpretante dinâmico, porque seriam efeitos produzidos, de fato, na mente interpretadora. Conforme Johansen (1985), a segunda seria uma subdivisão prismática da primeira e estaria inserida dentro dos interpretantes imediato, dinâmico e final. Já Buczinka-Garewics (1981) propõe que a segunda tricotomia estaria no interior da primeira como referência aos signos sem caráter intelectual ou degenerados. Em um artigo de 1990, Liszka aponta autores como Fitzgerald (1966) e Short (1981) que, assim como os citados por Santaella (2000), também compreendem os interpretantes emocional, energético e lógico como subdivisões apenas do dinâmico, ou, também, do imediato e final. Contudo, Liszka discorda desses comentadores, dizendo que “as divisões do interpretante em imediato, dinâmico e final são arquetípicas, sendo todas as outras relativamente sinônimas dessas categorias” (Liszka, 1990, p. 20, tradução nossa). Para tanto, o autor diferencia o interpretante como um efeito e o possível efeito que esse correlato como imediato, dinâmico e final podem gerar, evidenciando que não só o dinâmico causa algum efeito, apesar de ser o único cujo efeito realmente existe. Entre outras considerações, Liszka (1990) diz, por exemplo que não há sentindo em se afirmar que um interpretante lógico, geral, de terceiridade, pertence a um interpretante dinâmico, de secundidade, categoria da ação.

como uma reação muscular ao mundo externo, mas também pode corresponder “à manipulação e exploração das imagens do nosso mundo interior” (Santaella, 2000, p. 79). A repetição de padrões jornalísticos conhecidos por meio de experiência colateral, conforme vimos no último capítulo, pode ser compreendida como uma forma de interpretante energético.

Por fim, “o interpretante lógico é o pensamento ou entendimento geral produzido pelo signo” (Santaella, 2000, p. 79); é uma regra geral, um hábito de ação passível de ser expresso em palavras, ou seja, um padrão que poderá ser repetido mediante condições adequadas. Portanto, as rotinas jornalísticas se estabeleceram a partir do desenvolvimento de interpretantes lógicos.

Partindo de Savan (1976), Santaella (2000) esclarece que as ocorrências singulares, em um tempo e espaço definidos, regidas sob o hábito, são interpretantes energéticos que exemplificam o hábito repetível e, portanto, podem ser compreendidos como réplicas de interpretantes lógicos. Diferente desse interpretante, os interpretantes emocionais e energéticos não são repetíveis e tem uma terminação finita. Conforme apresentamos minuciosamente no Capítulo 4, Peirce propõe uma divisão dos interpretantes lógicos em três fases as quais culminam no aperfeiçoamento da capacidade crítica por meio da mudança de hábito, conforme propomos na nossa pesquisa para os jornalistas verificadores de fatos.

Santaella (2000) ressalta que, pela mediação do interpretante emocional, energético e lógico, Peirce delinea o percurso do interpretante dinâmico rumo ao final e, por isso, defendemos que esse também deve ser o ideal da atividade de checagens ao buscar esclarecer processos desinformativos. O hábito como regra geral de ação define como serão as ocorrências singulares do interpretante lógico, sendo possível e necessária a modificação dessa regra em um último interpretante lógico. Nessa perspectiva, a mudança de hábito, pode ser compreendida como um

(...) novo estado de prontidão para a ação e para a ação do pensamento. Com isso, abrem-se as portas que conduzem ao movimento de transformação do signo-pensamento que, por erros e acertos ou processos de autocorreção, tendem ao interpretante final, isto é, à manifestação e sua razoabilidade, ou melhor, sua razoabilidade concreta (Santaella, 2000, p. 85).

Como o interpretante final é o propósito final para o qual um signo caminha, Peirce descreve três padrões ideias que guiam as mudanças sígnicas, as quais podem ser relacionados aos interpretantes emocional, energético e lógico. O primeiro deles

é o padrão para medir qualidades, relacionado à estética, ao que é intrinsecamente admirável, do grego *Kalos*. “Um tipo de propósito, então, que será o interpretante final de um dos tipos de signo é produzir qualidades de sentimento que são, até certo grau, admiráveis ou *kalos*” (Santaella, 2000, p. 85).

Se o propósito do interpretante final fizer referência aos padrões para interpretação da conduta, então, os interpretantes são éticos e gerados por signos denominados práticos. Um signo intelectual apresenta a finalidade de controle crítico consciente de hábitos e crenças, princípios que guiam a lógica, sendo, então, denominado de pragmáticos. Nesse sentido, um signo de primeiridade, com interpretante final remático, será guiado por um propósito apenas estético, o admirável. Em secundidade, um signo com interpretante final dicente é ético-prático. Por fim, se o signo é genuíno e seu interpretante final é um argumento, é conduzido por uma natureza crítico-pragmática.

Conforme constatamos no capítulo anterior, os conteúdos produzidos pelos jornalistas verificadores são guiados, principalmente, por sinsignos indiciais dicentes que apresentam, portanto, uma preocupação ético-prática, na busca por alcançar um interpretante final. A intenção, contudo, parece ter uma natureza também crítico-pragmática, pois, ainda que instintivamente, os jornalistas percorrem um caminho de abdução, dedução e indução ao aplicar o método científico. Isso significa que o percurso é realizado instintivamente, mas o processo é autocontrolado, portanto, consciente.

A evolução de interpretantes lógicos na busca de uma aproximação com o interpretante final acontece não só na mente humana, a qual, apenas, continua um movimento da própria natureza, conforme propõe o sinequismo de Peirce. Dessa forma, a harmonia entre a mente humana e da natureza, em uma postura sinequista, pode ocorrer por meio da investigação no método científico. Somente por meio do exercício desse método seria possível uma ampliação da capacidade crítica de jornalistas checadores, como a que a nossa última sub-hipótese pretende observar, que poderia aproximá-los da razoabilidade universal e, portanto, de formas mais fiéis de representação da realidade. A seguir, vamos refletir mais sobre o sinequismo de forma a ampliar a compreensão sobre ele.

## 7.2 INTERPRETANTE, TERCEIRIDADE E CONTINUIDADE

Já em sua fase mais madura, Peirce (1973) sabia que havia proposto um sistema metafísico matriz de todo o seu pensamento, denominado sinequismo. Esposito (1973) ressalta que as hipóteses do lógico referentes a essas teorias nunca foram reunidas em um só manuscrito, mas permeiam várias das suas ideias<sup>109</sup>. Peirce aborda o que Esposito (1973, p. 66) denomina como “cenário sinequista” para se referir à evolução na natureza e na mente que pode ser intimamente relacionado ao seu Idealismo Objetivo, conforme aprofundaremos mais à frente.

[A Filosofia da Cosmogônia] suporia que no início - infinitamente remoto - havia um caos de sentimentos não personalizados, que, sem conexão ou regularidade, seria propriamente sem existência. Este sentimento, ostentando aqui e ali uma pura arbitrariedade, teria dado início ao germe de uma tendência generalizadora. Suas outras atividades seriam evanescentes, mas teriam uma virtude crescente. Assim, seria iniciada a tendência ao hábito; e a partir disso, com os demais princípios da evolução, evoluíram todas as regularidades do universo. A qualquer momento, porém, um elemento de puro acaso sobrevive e permanecerá até que o mundo se torne um sistema absolutamente perfeito, racional e simétrico, no qual a mente seja finalmente cristalizada num futuro infinitamente distante (CP 6.33, tradução nossa).

Esse processo de evolução pode ser descrito por meio de categorias – primeiridade, secundidade e terceiridade – a existência (secundidade) seria destinada a um contexto mais amplo da terceiridade, e a possibilidade (primeiridade) aconteceria na atualidade que, por sua vez, se realizaria na racionalidade (CP 6.342). Peirce percebeu, então, que central a essas ideias é a continuidade<sup>110</sup>: “Um verdadeiro

<sup>109</sup> Haack, por exemplo, ressalta alguns escritos de Peirce que não fazem referência direta ao sinequismo, mas, implicitamente, trazem os seus princípios. “Em virtude de sua consciência das continuidades entre o aprendizado humano e a exploração de seu ambiente por outros animais, e entre a investigação e outros meios de estabelecer opiniões, ‘A fixação das crenças’ (1877) não parece menos sinequista em espírito” (Haack, 2005, p. 241, tradução nossa).

<sup>110</sup> A continuidade, em Peirce, parece se originar da matemática e, como suas demais ideias, esteve sujeita a modificações que, segundo Potter e Shields (1977), podem ser relacionadas às alterações de pensamento do lógico em relação às propostas do matemático alemão Georg Cantor. Os autores propõem quatro períodos principais no pensamento de Peirce sobre a continuidade. No pré-cantoriano (até 1884), o lógico parece compreender continuidade como uma divisão infinita, enquanto, no período cantoriano (1884 a 1894), refere-se a uma perfeita concatenação de um sistema de pontos, apesar de ter proposto algumas críticas a essa ideia. Já na fase kantística (1895 a 1908), Peirce destaca a proposta kantiana de que um continuum é “aquele cujas partes têm partes do mesmo tipo” (CP 6.168), ou seja, um continuum é algo maior que qualquer série. “Num certo sentido, então, a continuidade é totalmente diferente de qualquer conjunto de elementos discretos, mas noutro sentido, quanto maior se torna tal conjunto, mais se assemelha a um continuum” (Potter; Shields, 1977, p. 27, tradução nossa). Por fim, no período pós-cantoriano (1908 a 1911), Peirce abandona a ideia de que um continuum é

continuum é algo cujas possibilidades de determinação nenhuma multidão de indivíduos pode esgotar” (CP 6.169).

A continuidade possui um sentido ontológico ou metafísico. “No primeiro caso, procura-se estabelecer, por exemplo, que um verdadeiro vácuo é impossível, que entre quaisquer duas porções da realidade pode ser encontrada mais realidade”, explica Esposito (1973, p. 67, tradução nossa)<sup>111</sup>. Nesse sentido, haveria um monismo que, contudo, não garantiria uma interpretação dinâmica da realidade, primordial ao sinequismo, o qual destaca as ideias de crescimento e evolução.

Já a visão metafísica busca definir certos padrões de processos como um continuum de eventos, em oposição a ações mecânicas. “A noção sinequista de um continuum é de lei (terceiridade), isto é, a tendência de certos tipos de processos de se unirem através da ‘adoção de hábitos’” (Esposito, 1973, p. 67-68, tradução nossa). Essa tendência visaria a alcançar um sistema de perfeição racional (CP 1.409; 6.33), a lógica do universo.

Tais ideias podem ser relacionadas ao Idealismo Objetivo de Peirce, conforme pontuado anteriormente, formalmente descrito como “o que é físico está em processo de se tornar cada vez mais mental, portanto, se x é mais racional do que y, então x é posterior a y” (Esposito, 1973, p. 70, tradução nossa). Esposito (1973) considera que essa definição, contudo, é imprecisa e generalista.

Na visão de Peirce, o idealismo objetivo significava uma evolução da mente, cuja tendência é para uma maior determinação, para aplicar uma palavra já usada anteriormente, e generalização, acompanhada por uma maior difusão de sensação. Esposito explica esse processo de forma bastante interessante:

No estágio inicial, a mente é pura primeiridade e espontaneidade (6.198). Os sentimentos não são cristalizados; eles são tomados pelo que são e não são vistos em relação uns aos outros. (...) Então, conforme a lei da mente, ocorre a discriminação, os sentimentos são nomeados e conceituados. As induções simples fundem-se em hipóteses e depois em leis que, por sua vez, unem-se em teorias, cada uma aumentando em generalidade. A tendência é que as disciplinas e as ciências se fundam e que os modelos explicativos e as analogias assumam uma interpretação mais ampla. Consequentemente, as

---

uma coleção, uma série discreta. Para explicar de que forma as partes de um continuum são reunidas em um todo, Peirce diz que essas partes são de natureza interna e que a forma de conexão entre elas contribui para o todo. É exatamente essa forma de conexão que diferencia uma coleção de um continuum, o qual passa ser compreendido como dimensional, assim como o tempo.

<sup>111</sup> Esposito (1973) defende que Peirce aceitou a teoria vórtice/éter do átomo por pensar que ali estaria constituído um continuum ontológico (CP 1.220; CP 8.275). Ver mais em: <https://super.abril.com.br/ciencia/no-da-matematica>. Acesso em: 13 dez. 2024

ciências tornam-se mais abstratas à medida que os conceitos se tornam mais receptivos à matematização (Esposito, 1973, p. 71, tradução nossa).

Nesse sentido, as categorias da faneroscopia de Peirce referem-se tanto aos estágios de evolução mental quanto a estruturação da filosofia proposta por Peirce, em fenomenologia, ciências normativas e metafísica. A evolução das ideias ocorreria do ponto de vista social, ou seja, o desenvolvimento possibilitado pelo sinequismo não é restrito a uma mente individual. Assim, o sinequismo propõe que os pensamentos não pertencem a mentes individuais, mas que estas participam de um pensamento social (CP 7.575), por meio da reflexão e da inferência abdutiva, de uma generalidade extramental do universo em geral que molda pensamentos e teorias.

A consciência social, manifestada, às vezes, em simples sentimentos de simpatia pela condição de outro ser (CP 7.540) e, às vezes, no complexo sistema semiótico altamente formalizado de pesquisa científica e comunicação entre colegas investigadores, pode ser explicada pelo princípio de continuidade aplicado ao surgimento de mentes individuais em um universo de generalidade relacional (Esposito, 2005, p. 19, tradução nossa).

Até aqui vimos, então, que a continuidade perpassa a ideia de evolução descrita nas próprias categorias da faneroscopia. Dessa forma, a possibilidade (primeiridade) se concretizaria na atualidade e existência (secundidade) que, por sua vez, caminharia no sentido de um contexto mais amplo de terceiridade, ou seja, seria realizada na racionalidade. Esses processos seguiriam, assim, um padrão de eventos em continuum, de união por meio da adoção de hábitos, em oposição a ações mecânicas de aglutinação, em uma tendência à formação de um sistema de perfeição racional.

Nesse sentido, Peirce propõe seu idealismo objetivo como uma evolução da mente que se daria socialmente, ou seja, o desenvolvimento possibilitado pelo sinequismo não é restrito a uma mente individual, a qual apenas participa de um pensamento social. Haack (2005) corrobora essas ideias, conforme veremos mais à frente. Antes disso, ela ressalta que o sinequismo pretende ultrapassar dualismos e divisões rígidas, tendo em vista um sistema de continuidade. Nesse sentido, Haack (2005) destaca passagens em que Peirce aborda o sinequismo como uma (meta)hipótese da metafísica científica que possibilita a união entre a religião e ciência, ou seja, uma continuidade entre consciência carnal e espiritual (EP 2:3). Ele

diz, ainda, que a continuidade é um princípio organizador que permite relacionar o agapismo, o tiquismo e as categorias (CP 6.185-213).

Em outro trecho organizado dos *Collected Papers*, o lógico associa o sinequismo a um tipo proeminente de realismo lógico, seu idealismo objetivo e o tiquismo em um evolucionismo completo (CP 6.163). O Idealismo objetivo é, ainda, colocado em oposição ao dualismo cartesiano, quando Peirce define “matéria [como] uma mente frágil, hábitos inveterados tornando-se leis físicas” (CP 6.24, 6.25). Nesse sentido, “Peirce reconhece a dependência da mente da matéria, mas nega que os fenômenos mentais sejam controlados por pura lei física (CP 6.264, 1892)” (Haack, 2005, p. 240, tradução nossa). E este é um dos pontos em que Haack (2005) ratifica claramente o apresentado por Esposito (1973), quando diferencia Mente, o raciocínio universal, de mente, o pensamento incorporado em uma individualidade. Nas palavras da pesquisadora:

“[o] pensamento não está necessariamente conectado com um cérebro. Ele aparece no trabalho das abelhas, dos cristais e em todo o mundo puramente físico” (CP 4.551, 1906); está “no mundo orgânico”, continua ele, e aí se desenvolve. Isto sugere que deveríamos entender que “pensamento” e “mente” se referem tanto às mentes particulares de organismos particulares, como aos padrões inteligíveis, as Ideias Platônicas, encontradas na formação de cristais ou nas células hexagonais de um favo de mel. Portanto, Mente, com “M” maiúsculo, é a capacidade do universo de formar padrões, seu *logos*, se preferir; enquanto as mentes, com um “m” minúsculo, são arranjos de matéria muito especializados, plásticos e adaptáveis (Haack, 2005, p. 242, tradução nossa).

O agapismo<sup>112</sup>, a doutrina do amor evolucionário, daria conta de uma evolução de um caos inicial para a ordem, conforme passagem destacada no início deste subtítulo (CP 6.33). Diferente da evolução por variação fortuita, promovida pelo tiquismo (o acaso como um fator do universo que impede a determinação total pela lei), ou por uma necessidade mecânica, como a evolução anancástica, o desenvolvimento permitido pelo agapismo está relacionado a um amor criativo (CP 6.302), “por afinidade – da qual a evolução ticástica e anancástica são meramente formas degeneradas” (Haack, 2005, p. 243, tradução nossa). Isso significa que “as

---

<sup>112</sup> “Uma ontologia agapástica (...) permite a ação intencional, ação como aquela engendrada pelo amor que surge entre pessoas que não o escolhem, mas são postas em movimento por ele. Em nossa vida mental, o agapismo é a influência de uma ideia que não é totalmente compreendida, mas que atrai uma mente curiosa para procurá-la e desenvolvê-la até sua plena expressão” (Esposito, 2005, p. 16, tradução nossa).

ideias tendem a se espalhar continuamente e a afetar certas outras que estão com elas numa relação peculiar de afetividade” (CP 6.104, tradução nossa).

Para Haack (2005) essa é uma hipótese para a ordem do universo (Mente) e evolução também de nossas mentes, “ou seja, uma compreensão de como o mundo é possível para nós” (Haack, 2005, p. 243, tradução nossa), como Esposito (1973) também já havia ressaltado. Peirce estaria propondo, então, “uma evolução gradual do pensamento em direção à harmonia com seu objeto, mentes com Mente, destinada a culminar na Opinião Final. Este, acredito, é o ‘realismo lógico do mais pronunciado tipo’ que Peirce associa ao sinequismo”, conclui Haack (2005, p. 243, tradução nossa).

Em relação à metafísica, seus objetos e métodos, Haack (2005) também pontua que é totalmente sinequista. Seria uma “filosofia de laboratório” (CP 1.129), praticada a partir de uma “atitude científica” e um desejo genuíno de descobrir a verdade com a prática do Método Científico.

A metafísica baseia-se e deve basear-se em fenômenos observáveis. Se não conseguirmos perceber isto, é porque as observações das quais a metafísica depende são tão familiares que normalmente não lhes prestamos atenção - na verdade, elas estão muito mais facilmente disponíveis do que as observações necessárias às ciências especiais<sup>113</sup>; pois eles não exigem instrumentos caros ou especializados, mas apenas uma atenção cuidadosa à nossa experiência cotidiana (Haack, 2005, p. 245, tradução nossa).

Um ponto bastante interessante das colocações de Haack (2005) é seu interesse pela “continuidade da investigação nas ciências com a investigação empírica cotidiana” (p. 248, tradução nossa), que, segundo ela, Peirce também demonstra<sup>114</sup>. Contudo, o lógico pode não ser sempre bem compreendido devido ao uso do termo “ciência” como sinônimo de “investigação genuína e de boa fé”, “a atitude científica”, equivalente a “desejo genuíno de descobrir a verdade”, e “o método científico”

---

<sup>113</sup> “Tal como as ciências especiais, a metafísica científica irá se basear em todos os três modos de raciocínio – abdução, dedução e indução; e, diferindo das ciências especiais não em espécie, mas em grau de generalidade, às vezes ‘se funde’ com elas (EP 2:375, 1906). No entanto, a metafísica científica não é nem redutível às ciências especiais nem subordinada a elas. Pois como a metafísica investiga os aspectos mais gerais da realidade, é a disciplina a quem cabe fornecer os pressupostos-chave das ciências especiais que são, portanto, baseadas - embora não derivadas – na metafísica” (Haack, 2005, p. 245, tradução nossa)

<sup>114</sup> Nesse sentido, Esposito (2005) faz uma contribuição relevante: “quando o pragmatista formula um experimento prático para testar a inteligibilidade e a veracidade de uma hipótese, ele não está definindo um termo por meio de uma operação física, mas antes coloca a questão à natureza, pedindo-lhe que revele um poder universal através do conjunto inventado do aparelho experimental e procedimentos de teste (CP 5.424)” (Esposito, 2005, p. 21).

equivalente a “os procedimentos de investigação de boa-fé” (Haack, 2005, p. 248, tradução nossa).

Nos nossos tempos, sem dúvida devido aos notáveis sucessos das ciências naturais, “ciência”, “científico”, etc., são frequentemente usados honorificamente como termos multifacetados de elogio epistêmico. Isso está bastante em desacordo com o uso inclusivo de Peirce, que acomoda toda investigação de boa-fé sob a rubrica “ciência”. (...) Nem todas, e não apenas, as evidências científicas são boas evidências, e nem todos, e não apenas, os cientistas são investigadores exemplares (Haack, 2005, p. 248, tradução nossa).

De forma ainda mais brilhante, por permitir uma melhor compreensão da atividade de checagem, como desenvolvidora do método científico, por exemplo, Haack (2005) complementa:

E, claro, os cientistas investigam o mesmo mundo - o único mundo real - como fazem os historiadores, **os jornalistas investigativos**, os detetives, os acadêmicos jurídicos e literários, os mecânicos de automóveis, os encanadores e todos nós; um cientista tentando resolver a estrutura da molécula de hemoglobina, por exemplo, um detetive verificando vestígios de sangue deixados na cena de um crime e uma dona de casa tentando descobrir como tirar manchas de sangue da roupa suja estão todos investigando a mesma coisa (Haack, 2005, p. 249-250, tradução nossa, grifo nosso).

Haack (2005) ressalta, ainda, conforme nós também fizemos no Capítulo 5 que, contudo, num movimento sinequista, a investigação científica ou cotidiana só é possível devido aos nossos órgãos de sentidos, que permitem um reconhecimento inicial sobre o mundo que nos rodeia. Ela segue adiante a partir da capacidade intelectual de deliberação autocontrolada, do interpretante lógico, ou seja, na “capacidade intelectual para fazer conjecturas generalizadas e conceber formas de verificar essas conjecturas contra outras evidências” (Haack, 2005, p. 250, tradução nossa). Por fim, na secundidade, “as coisas e eventos particulares dos quais podemos ter consciência perceptual são de tipos e estão sujeitos a leis” (Haack, 2005, p. 250, tradução nossa).

Assim, resumidamente, Haack (2005) contribui para a compreensão do sinequismo ao reforçar que mente se refere a arranjos de matéria plásticos e adaptáveis em continuidade à Mente, a capacidade do próprio universo de formar padrões. Nesse sentido, o agapismo explica uma evolução dos padrões universais, e, portanto, também das nossas mentes, por afinidade, ou seja, as ideias se espalham

e afetam outras com as quais apresentam uma relação de afetividade. Esse movimento possibilitaria a harmonia das mentes com Mente, o que define o realismo lógico do mais pronunciado tipo de Peirce.

É exatamente esse movimento sinequista que pretendemos observar ao analisar a ampliação da capacidade crítica nos jornalistas verificadores de fatos, ou seja, em que medida a prática da checagem de fatos proporciona uma evolução que permita uma harmonia com a lógica do próprio universo. Adicionalmente, pontuamos que, como defende Haack (2005), a metafísica possibilitaria a atitude científica e o desejo genuíno de alcançar a verdade por meio do Método Científico. Como a autora ressalta, é a ideia de sinequismo que nos permite compreender a continuidade da investigação nas ciências formais com a investigação empírica cotidiana.

Santaella (2009) parece traduzir de forma ainda mais esclarecedora essas ideias apresentadas por Esposito (1973) e por Haack (2005). Para tanto, ela explica, por exemplo, que a metafísica é a única ciência (na classificação proposta por Peirce) preocupada com a investigação do mundo objetivo, diferente da semiótica, que aborda a estrutura do pensamento. Isso significa a existência de uma diferença entre o pensamento e o mundo, contudo, para o sinequismo, essa é uma diferença, apenas, de grau. Aponta, ainda, como Esposito (1973), que o Sinequismo apresenta aspectos ontológico e metafísico, mas acrescenta, também, um fator metodológico, este último mais próximo da semiótica.

A autora ressalta que, a partir de 1884, os hábitos da natureza passam a ser uma ideia central para o sinequismo e o que explicaria a característica evolucionária da lei por estar sujeita ao crescimento e à mudança (W6: 208). Dessa forma, a terceiraidade, sinônimo de hábito ou continuidade, é que faria a mediação entre o acaso da primeiridade e a atualidade ou operatividade da lei em secundidade, conforme ressaltamos anteriormente. A proposta do sinequismo evolucionário seria, então, de que nada escape do hábito ou terceiraidade. Isso significa que:

De acordo com o sinequismo, não há nada na atualidade que simplesmente exista. Por um lado, a atualidade conserva sempre um elemento do acaso arbitrário, um elemento que o dispõe a ser algo diferente do que é. Além disso, a lei do hábito prescreve que os acontecimentos atuais não podem escapar do governo das leis. No entanto, a regularidade das leis é constantemente violada até um nível infinitesimal pelo elemento do acaso arbitrário (Santaella, 2009, p. 265, tradução nossa).

Fiel ao seu sinequismo, Peirce também rejeitava uma separação dualística entre pensamento e matéria. Contra um dualismo cartesiano, defendia uma forma de monismo possibilitada pelo Idealismo objetivo, o qual propõem que a matéria é uma mente frágil e que as leis físicas são provenientes das psíquicas. Assim, a conclusão é de que a lei do universo é a da mente.

A lei da mente é o estado disposicional prototípico de continuidade ou terceiridade, o reino da causação final. O que Peirce encontrou na natureza, bem como no pensamento, é a tendência geral para a ocorrência de eventos fortuitos que se transformam em sequências que eventualmente se tornam hábitos. Dinamismo e crescimento são resultados desta generalidade relacional. O protótipo desta tendência é a mente humana associando ideias de forma análoga às leis probabilísticas da natureza (Hulswit 2000: 7) (Santaella, 2009, p. 267, tradução nossa).

Nessa perspectiva, o efeito do acaso na natureza física é equivalente às sensações na natureza humana. “Com a extensão da noção de hábito do domínio da química e da física para o mundo das leis psíquicas, o sinequismo de Peirce realiza uma extensão radical da teoria da evolução” (Santaella, 2009, p. 267). Assim, seu idealismo objetivo seria um monismo psíquico ao propor que toda realidade é determinada pela lei da mente (ou Mente, para Haack, 2005) a qual atua em uma infinita série de diferenciação por causa da espontaneidade arbitrária que possibilita a continuidade e consequente evolução (CP 6.148).

Percebe-se, portanto, que a matéria é uma mente com as restrições e a regularidade impostas pelo hábito, e, por isso, sem a espontaneidade ou as sensações presentes na mente (CP 6.25). É por meio do sinequismo que a matéria e a mente se tornam uma só, na medida em que, apesar de estar sob a rigidez de hábitos formados, Peirce explica que:

a lei da mente ainda se aplica a ela (matéria). De acordo com essa lei, a consciência diminui à medida que o hábito se estabelece e é novamente excitada com a sua dissolução. Mas a mais alta qualidade da mente envolve uma grande prontidão para adquirir hábitos e grande prontidão para perdê-los; e isso implica um grau de sensação não muito intenso nem muito fraco (CP 6.613, tradução nossa).

Assim, por meio do sinequismo, é possível compreender a mente humana e a matéria física como dois extremos da natureza que sofreram diferenciações ao longo do tempo. “Peirce tomou o princípio da mente do tempo como paradigmático de qualquer processo evolutivo, seja na mente ou na natureza” (Santaella, 2009, p. 268,

tradução nossa). Desse modo, em Peirce, a mente tem um significado bastante amplo. “No contexto metafísico do sinequismo, é sinônimo de continuidade; no contexto lógico da semiótica é sinônimo de semiose. A mente é continuidade e semiose” (Santaella, 2009, p. 268).

Por causa disso, é também a partir do sinequismo que compreendemos a lógica de um universo permeado por signos (CP 5.448). Na natureza, a secundidade é a lei, enquanto a terceiridade, a tendência para a aquisição dos hábitos, ou seja, a secundidade absoluta ou uma realidade bruta não estariam na natureza nem no pensamento. Adicionalmente, lembramos que a semiótica investiga a estrutura do pensamento enquanto a metafísica, a estrutura do mundo objetivo. Mas, também de acordo com o que já discutimos, a lei do universo é a da mente, a qual dá conta da evolução do pensamento e do universo, ou seja, a semiose é um processo lógico por meio do qual alcançamos a compreensão de questões metafísicas.

Essas ideias são reafirmadas pelo próprio Peirce, o qual diz que “a continuidade representa a terceiridade quase à perfeição”, (CP 1.337, tradução nossa) e que “a ideia mais fácil [de terceiridade] de interesse filosófico é a ideia de um signo, ou representação (CP 1.339, tradução nossa). Assim, para Santaella (2009), a semiose permite, também, a compreensão da terceiridade mais complexa, ou continuidade, central ao sinequismo. Como consequência, inexistiria uma rígida divisão entre o mundo dos signos e dos objetos não semióticos.

Os conceitos da semiótica guiariam a ligação entre a semiose e a ideia sinequista de continuidade entre mente e matéria. No lado psíquico, as categorias expressas como sensações, esforços e hábitos podem ser compreendidas como acaso, lei e tendência em seu lado físico (CP 6.201-2).

No que diz respeito aos aspectos metodológicos do sinequismo, vale a pena avançar a ideia de que sem uma metafísica científica, a semiótica carece de uma teoria do mundo externo, bem como de uma evolução cósmica. Tal falta levou os semióticos a confundir o objeto dinâmico da semiose humana com a realidade bruta sem forma, externa à nossa percepção sensorial. As abordagens da semiótica confundidas por esta suposição ignoram que a natureza tem uma semiose própria à qual a semiose humana está ligada pelo fio da continuidade e da afinidade (Santaella, 2009, p. 271, tradução nossa)<sup>115</sup>.

<sup>115</sup> Em um artigo de 2005, Esposito apresentou essa mesma ideia. “A noção de que as mentes humanas não são necessárias para a criação de representações é uma ideia que Peirce abraçou durante toda a sua vida. Sua teoria dos signos, que se sustenta por si só, e não na psicologia, baseia-se nessa visão. (...) Um signo é um representamen ‘do qual algum interpretante é uma cognição de uma mente’ (CP

Santaella (2009) auxilia no entendimento dos processos sinequistas de continuidade, de como podemos interpretá-los e alcançar uma compreensão metafísica por meio da semiótica. Conforme vimos, a pesquisadora reforça que a atualidade, ou secundidade, conserva um elemento do acaso, de primeiridade, ou seja, uma disposição para transformação em algo diferente. Ao mesmo tempo, os acontecimentos atuais não escapam do governo das leis, de terceiridade. É o movimento de continuidade que permite a violação da regularidade das leis e um reinício para esse processo. Diante disso, Peirce mostra que a mente humana e a matéria física são dois extremos da natureza que, por causa dos processos de evolução ao longo do tempo, sofreram diferenciação.

Nesse cenário, a matéria pode ser definida como uma mente frágil, rígida, e as leis físicas como provenientes das psíquicas, ou seja, a lei do universo é a da própria mente. Isso significa que, na natureza ou no pensamento, os eventos fortuitos, ou sensações para os humanos, se transformam em sequências que eventualmente se tornam hábitos, mente transformando-se em matéria.

Diante dessas ideias, lembramos que a semiótica investiga a estrutura do pensamento, e a metafísica preocupa-se com a estrutura do mundo objetivo. Contudo, a lei do universo é a da mente, e, portanto, inexistira uma rígida divisão entre o mundo dos signos e dos objetos não semióticos. Por causa disso, a semiose também nos permite alcançar a compreensão de questões metafísicas.

Portanto, ao pesquisar o aperfeiçoamento da capacidade crítica dos jornalistas checadores de fatos, por meio da semiótica, queremos saber se os processos de verificação permitem uma evolução mental que leve para uma harmonia das mentes desses profissionais com a Mente da natureza. É somente por meio desse movimento de continuidade sinequista que os verificadores poderiam se aproximar da Verdade. A seguir, apresentaremos os resultados dos testes empíricos com a última sub-hipótese.

---

2.242). No entanto, alguns representamens não requerem mentes humanas como as conhecemos para atingir a semiose ou transmitir signos. O quadro geral proporcionado pelo sinequismo é uma resposta à questão de como o universo poderia ter se desenvolvido de tal forma que os signos fossem possíveis dentro dele. A resposta é um argumento transcendental: sem um universo capaz de expressar a generalidade relacional, os signos não existiriam. Mas os signos existem e, portanto, a generalidade relacional é uma característica do nosso universo". (Esposito, 2005, p. 12-13)

### 7.3 RESULTADOS DA TERCEIRA SUB-HIPÓTESE

Esclarecida a importância do interpretante no processo de compreensão da realidade e do sinequismo para a evolução da mente humana em conformidade com a lógica do universo, é possível apresentar os resultados dos testes com a terceira sub-hipótese. Conforme retomamos anteriormente, a suposição é de que a influência da robótica e das condições de trabalho limitam a ampliação da capacidade crítica nos jornalistas checadores de fatos. Dessa forma, os procedimentos de checagem, influenciados pelos fatores observados nas sub-hipóteses anteriores, não possuirão a força para a ampliação da capacidade autocrítica (e até da heterocrítica) ao longo dos processos interpretativos dos jornalistas que poderiam resultar em novas formas de verificação e de se fazer jornalismo.

As análises dos conteúdos produzidos pelas Agências Lupa e Aos Fatos apontavam que o formato multicódigo empregado, conforme destacamos no capítulo anterior, pode ter permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporcionaria uma maior compreensão de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, ao utilizar predominantemente sinais indiciais dicentes, também de acordo com o que constatamos no capítulo anterior.

No caso da Agência Lupa, a intenção foi apontar que um estudo não mostrou a ineficácia das quarentenas, que as mortes por pneumonia e insuficiência respiratória não foram contabilizadas como COVID-19 e que o STF não afastou o Governo Federal das ações de combate à pandemia. As verificações também procuraram esclarecer que a Câmara não legalizou o aborto durante a pandemia, que a China não comprou empresas brasileiras no período, que os detentos soltos por causa da COVID-19 não foram responsáveis por 13,9% dos homicídios de abril de 2020 e que não havia evidências de que a Ivermectina controlou a Pandemia na África. Além disso, os conteúdos procuraram apontar que moradores de rua também morreram em decorrência da COVID-19 e que a vacina contra o vírus não apresentava os riscos compartilhados em um vídeo analisado.

No caso da Agência Aos Fatos, o objetivo foi conscientizar sobre os processos de desinformação na Pandemia de COVID-19, alertar que os congressistas

compartilham desinformação e classificar as declarações dos candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro em 2020. Além disso, os conteúdos apontaram que o STF não afastou o Governo Federal das ações de combate à COVID-19, classificaram as declarações de Bolsonaro como falsas, verdadeiras, contraditórias ou distorcidas e abordaram a importância do distanciamento social. Por fim, houve uma checagem sobre o tráfego aéreo durante a pandemia de COVID-19 e sobre acusações contra o ex-governador de São Paulo, João Dória.

Por esses motivos, os jornalistas parecem ter compreendido que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Reforça essa ideia o fato de que alguns conteúdos de Aos Fatos explicitam a metodologia utilizada para se alcançar os resultados, ou seja, há o desenvolvimento de um padrão por meio de um legissigno simbólico, possibilitando a conferência e a repetição dessa metodologia, como ocorre no método científico. Dessa forma, o multicódigo parece ter promovido representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.

Contudo, é importante pontuar que um dos conteúdos da Agência Lupa analisado não apresenta características multicódigo. Caso houvesse ocorrido um maior investimento nesse formato, existiria, ainda, uma maior aproximação da representação com múltiplos padrões de lógicas sócias, o que poderia proporcionar aos jornalistas um maior conhecimento de procedimentos e hábitos inferenciais. Assim, é possível que a tentativa de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para abordar os processos desinformativos envolvendo a Cloroquina tenha sido enfraquecida.

Apesar disso, com o uso de *links* para as fontes das informações e dados trabalhados, os jornalistas parecem ter compreendido que a credibilidade do conteúdo está relacionada a referências existentes e que o conteúdo apresentado dessa forma é mais eficiente. Por outro lado, sem as características do multicódigo, pode ter ocorrido prejuízo nas representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma

comunicação compartilhada. Consequentemente, é possível que a transformação do pensamento e a efetividade comunicacional, por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos, tenha ficado prejudicada.

Nas entrevistas, observamos a influência majoritária de interpretantes energéticos relacionados à repetição de hábitos jornalísticos já estabelecidos. Contudo, também foi possível constatar a presença de interpretantes lógicos, conforme a maior parte das análises de conteúdo indicava, que levaram a transformações de pensamentos e ações nos jornalistas. Os interpretantes emocionais parecem prevalecer em momentos de ações mais instintivas, sustentando a repetição de padrões jornalísticos quando não há tempo maior para a reflexão ou quando os verificadores apresentavam um sentimento de lealdade ao movimento de checagem de fatos.

Na Agência Lupa, ao descrever a forma de busca por conteúdos desinformativos, os critérios jornalísticos de seleção de conteúdos e de estruturação do texto, fica evidente a repetição de padrões jornalísticos e, portanto, o destaque de interpretantes energéticos. Contudo, também nesse momento, há espaço para o desenvolvimento de interpretantes lógicos. O Entrevistado 1, por exemplo, diz que a pesquisa por informações enganosas se aperfeiçoava de acordo com a modificação da própria desinformação, ou seja, há indício de uma mudança de hábito para acompanhamento dos discursos errôneos.

O desmentido padrão, como o próprio nome diz, parece seguir um modelo de produção mais rápido, em que não há muito tempo nem espaço para uma reflexão mais profunda, o que faz com que prevaleçam interpretantes energéticos. De acordo com o que apontamos anteriormente, a intenção é desmentir conteúdos que, durante a pandemia, poderiam levar até a morte e, por isso, precisavam de um ritmo de produção mais acelerado na tentativa de conter os danos da desinformação em curso. Conforme pontua o Entrevistado 2, a preocupação maior, naquele momento, era em desmentir e não descobrir a origem da desinformação, por exemplo. O Entrevistado 3 reforça essa ideia ao defender que o trabalho de verificação visa mostrar se um fato é verdadeiro ou não.

O Entrevistado 2 defende que só seria importante saber a origem da desinformação se, como consequência, houvesse punição dos envolvidos, enquanto o Entrevistado 3 diz que essa descoberta é interessante para as vítimas de uma

informação enganosa. Assim, parece predominar um interpretante energético, mais relacionado à reação do que a promoção de uma mudança de pensamento por meio de interpretantes lógicos. O Entrevistado 2 reforça, ainda, que, muitas vezes, apontar a origem não é o mais importante, mas sim esclarecer os fatos que estão permitindo que uma desinformação circule. A referência a uma tentativa de esclarecimento pode sugerir a presença de interpretantes lógicos, ainda que não tão desenvolvidos.

Os jornalistas da Agência Lupa relataram, ainda, que a grande quantidade de conteúdos desinformativos durante a pandemia e o fato de o trabalho ser desenvolvido por uma equipe reduzida não permitia uma análise mais profunda. Isso indica que o desenvolvimento de interpretantes lógico ficava subjugado pelo movimento mais instintivo de repetição de padrões do interpretante energético sustentado pelo emocional.

Uma compreensão mais ampla do fluxo desinformativo e, portanto, o desenvolvimento de análises mais profundas a partir da evolução de interpretantes lógicos, ficava para um número reduzido de reportagens analíticas. Apesar disso, essa questão é reconhecida, o que pode ser um primeiro passo para a progressão autocontrolada de interpretantes lógicos, conforme destaca o Entrevistado 1 de forma mais consistente que os outros profissionais dessa agência:

Eu acho que poderíamos ter feito um trabalho mais analítico nesse sentido, de buscar quem eram as pessoas que estavam propagando conteúdos desinformativos, como é que funcionava esse sistema de compartilhamento, principalmente através de grupos do WhatsApp, que veio de um reflexo da eleição de 2018. (...) Mas tem esses dois pontos: o quadro não era tão grande da redação e estarmos no meio de um furacão. (...) Eu acho que hoje conseguimos fazer essa análise mais fria disso (Apêndice B, Entrevistado 1).

Os verificadores da Lupa reforçam que a produção do conteúdo pela agência de verificação deve levar os usuários a percorrerem o mesmo percurso metodológico feito pelo jornalista para esclarecer os fatos. Essa preocupação com a metodologia pode ser relacionada à ciência de processos e hábitos inferenciais e, portanto, do desenvolvimento de interpretantes lógicos. A ideia é, também, propor um padrão que possa ser repetido pelos leitores, e, ainda, uma aproximação do método científico.

Nesse sentido, os entrevistados ressaltam que não são publicados conteúdos se não é possível reunir dados que sustentem completamente o desmentido. Isso, mais uma vez, aponta para a predominância de interpretantes lógicos, por meio do reconhecimento de necessidade de índices que indiquem para a realidade contextual

no processo de checagem, o que as análises do conteúdo já demonstravam. O Entrevistado 2, por exemplo, relata o seguinte:

O objetivo também, nesse trabalho, é que a pessoa possa ver de onde buscamos as informações, não acreditar porque estamos falando, mas ela poder ver com os próprios olhos. Ela mesmo abre o site, a origem da informação verificada, para ela poder também desenvolver, de alguma forma, esse espírito de checador (Apêndice B, Entrevistado 2).

Contudo, ressaltamos que, mesmo para dados públicos, é necessária uma avaliação, conforme a fala do Entrevistado 1 que apresentaremos mais à frente, porque a informação pode não ser totalmente confiável. A crença sem a devida avaliação pode significar, apenas, a repetição de padrões jornalísticos sem a compreensão dos hábitos já estabelecidos, e, portanto, indicam a predominância de interpretantes energéticos sustentados por interpretantes emocionais de lealdade a fontes, por exemplo. Mas não parece ser o caso, porque o próprio Entrevistado 2 destaca que os dados públicos são mais passíveis de conferência. Esse também é o motivo apresentado pelo Entrevistado 3 para que algumas teorias não sejam verificadas. “Não tem como comprovar com fontes existentes aquilo ou desmentir com fontes”, explica.

Ao longo das entrevistas há outros pontos em que os jornalistas demonstram uma maior reflexão em relação à atuação profissional e, portanto, o desenvolvimento de interpretantes lógicos que possam levar à mudança de hábitos. O Entrevistado 1, por exemplo, relata que, muitas vezes, seu trabalho é como “enxugar gelo”, porque, mesmo desmentido certos conteúdos, as pessoas permanecem acreditando no que se mostrou inverdade:

É uma crítica que eu faço a mim e, também, à mídia. Como é que estamos chegando a essas pessoas? Porque não adianta chegarmos impondo que aquele conteúdo é falso. Não é desse jeito que vamos agitar ou mudar alguma coisa. Precisamos escutar essas pessoas e tentar criar um meio de chegar a elas. Eu acho que estamos falhando nisso. Falhando feio e perdendo essa guerra (Apêndice B, Entrevistado 1).

Já o Entrevistado 2 ressalta que, para a publicação, não pode haver dúvidas sobre o conteúdo checado e, por isso, a apuração é criteriosa e convincente. Adicionalmente, os conteúdos são revisados por dois editores, de forma que sejam reduzidas as chances de uma verificação superficial, em que falem dados importantes

para esclarecer os fatos. O Entrevistado 3 reforça que a avaliação é realizada no momento da edição. Esse cenário pode indicar o desenvolvimento do pensamento por meio de uma pesquisa mais aprofundada que leve à evolução de interpretantes lógicos. A avaliação do repórter somado a de dois editores, envolve uma comunidade jornalística referendando o conteúdo, contudo, ainda muito restrita e, portanto, pode não levar a um interpretante lógico no nível social com maior força disruptiva na mudança de hábitos.

Em outro momento, o Entrevistado 1 destaca que a Meta não esclarece quais são os critérios utilizados para indicar *posts* com potencial desinformativo. O jornalista parece, então, reconhecer que os procedimentos são obscuros e, portanto, nesse ponto, os verificadores são guiados predominantemente por interpretantes emocionais, tendo em vista que não conhecem as “engrenagens” operadas pela Meta. Essa ideia é reforçada pelo Entrevistado 2 quando diz que, para as plataformas, é viável descobrir a origem de uma desinformação, mas que esse dado não é divulgado e não há colaboração com as agências de checagem para isso.

Outro ponto em que pode haver a predominância de interpretantes emocionais é quando os profissionais destacam a independência das agências em relação a fatores comerciais ou políticos que influenciariam a atividade. Conforme discorremos anteriormente, o objeto imediato revela, apenas, parte do objeto dinâmico e, por isso, é impossível um acesso total a esse último. Ou seja, ainda que os verificadores pretendam uma isenção total, sofrem influências que podem não ser percebidas por estarem atreladas a um interpretante emocional relacionado a uma sensação de lealdade ao movimento de checagem. Um exemplo disso é quando o entrevistado 2 relaciona uma influência política a meios que nascem com essa finalidade explícita e garante que a Lupa não sofre nenhuma interferência:

E existem muitos veículos, especialmente de 2018 para cá, que já nascem com um viés muito mais opinativo, político, que algumas pessoas nem consideram veículos jornalísticos, porque eles não buscam imparcialidade em nenhum momento, buscam realmente ser parciais. E isso, obviamente, interfere (Apêndice B, Entrevistado 2).

Apesar disso, ressalta que, se os leitores acreditam que o conteúdo da Lupa apresenta erro, podem entrar em contato e, caso realmente seja constatado, o equívoco será reconhecido e a correção realizada. Isso pode apontar para a existência de

autoavaliação consciente, um indício de que o interpretante lógico está se desenvolvendo.

Em relação à avaliação das formas de atuação e dos materiais produzidos visando a implantação de aperfeiçoamentos, o que poderia indicar o desenvolvimento de interpretante lógico, em geral, o movimento é mais cotidiano e não há um espaço ou momento destinado especificamente a esse fim. O Entrevistado 1 destaca que, principalmente na pandemia, não havia muito tempo para discussões direcionadas para avaliação, mas que, passado o período mais conturbado, é possível analisar as métricas de circulação e refletir sobre os motivos de um conteúdo ter um alcance maior que outros. Além disso, destaca a possibilidade de pensar sobre os caminhos para aprofundar em temáticas que foram utilizadas, apenas, em desmentidos padrão. Esses movimentos indicam reflexão sobre hábitos e processos inferenciais, por meio de interpretantes lógicos, que podem induzir à ampliação da capacidade crítica.

Esse entrevistado acrescenta que a agência era sempre convidada a dar palestras, mas era representada apenas por editores ou pela diretora geral. Dessa forma, a participação em seminários para discussão entre a comunidade jornalística, por exemplo, que poderia gerar interpretantes lógicos mais avançados, destinava-se, somente, a alguns profissionais.

Já os Entrevistados 2 e 3 relacionam a avaliação do conteúdo produzido ao monitoramento das reações nas redes sociais, como compartilhamentos e comentários, e pelas mensagens recebidas por meio do WhatsApp. O Entrevistado 3 pontua que, contudo, não seria uma busca ativa da agência. Ele cita a realização de pequenas adaptações na exibição do conteúdo de forma a atender solicitações dos usuários, como a exibição de vídeos desinformativos no corpo do texto e não apenas por meio de *links*. Dessa forma, parece haver uma avaliação pela comunidade de leitores mais efetiva para o desenvolvimento de interpretantes lógicos se a preocupação não for meramente comercial, mas apresentar um fim ético, por exemplo, o potencial do conteúdo em conter um processo desinformativo.

Parece ser esse o caso, pois o Entrevistado 2 diz que, a partir da análise do desempenho da audiência, é possível observar se os conteúdos foram compartilhados e, portanto, tiveram um alcance maior para combater informações erradas. Além disso, os temas que ganharam mais atenção podem levar à produção de reportagens mais aprofundadas ou mais esclarecimentos. O Entrevistado 3 acrescenta, ainda, que

os profissionais da agência fizeram um curso de SEO para otimizar os títulos dos conteúdos objetivando que fossem mais alcançados em buscas no Google. “É mais um jeito de tentarmos chegar a mais pessoas”, ressalta ele.

O desenvolvimento de interpretantes lógicos parece presente, também, na avaliação dos formatos utilizados para a produção de conteúdos, conforme descreve o Entrevistado 2:

Essa discussão de formato é feita durante a apuração, não só depois. “Então, seria muito legal fazer um vídeo animado para explicar isso. Isso vai levar dez dias ou uma semana. E essa desinformação está circulando muito, a gente não pode esperar tanto, porque ela vai circular ainda mais”. Então, vamos optar, talvez, por um formato de texto mais simples, porque é uma forma mais rápida de combater, mas vamos juntar essa com uma outra, com mais uma, já que esse tema está crescendo e vamos fazer um conteúdo mais especial (Apêndice B, Entrevistado 2).

Em relação à percepção de uma ampliação da capacidade crítica pessoal a partir da atuação como verificador de fatos, o Entrevistado 1 avalia que sofreu evoluções por ter começado a prestar mais atenção em relação à transparência, um fator destacado pela pesquisa de Seibt (2019), conforme retomamos no Capítulo 3. “E eu acho que o jornalismo, como um todo, deveria aprender a fazer isso. A ser mais transparente com suas fontes”, pondera, demonstrando que a mudança de hábitos proporcionada pelo movimento de checagem pode contribuir com o jornalismo como um todo. Ele ressalta que levou esse princípio para outros meios em que trabalhou, inserindo os *hiperlinks* com as fontes de informação de forma que o próprio usuário pudesse encontrar as fontes e documentos consultados, sem a necessidade de realizar outras pesquisas.

Além disso, ele diz se considerar mais “chato”, no sentido de desconfiar até mesmo dos dados fornecidos por fontes públicas. Para exemplificar, lembrou o caso da prefeitura de Recife (PE), que alegava ser a cidade que mais criou leitos de UTI na Pandemia de COVID-19. Contudo, segundo ele, ao analisar os dados brutos, o município ficava em terceiro lugar. Quando questionada, a prefeitura respondeu que, na verdade, Recife era a cidade de maior porte do país que criou mais leitos. O fato de ir além das fontes públicas pode indicar que os profissionais da checagem conseguem superar a repetição de critério jornalístico no interpretante energético e refletirem sobre seus hábitos e processos inferências, o que tende a impulsionar o desenvolvimento de interpretantes lógicos.

Já o Entrevistado 2 relaciona mais sua modificação profissional ao formato digital do que ao movimento de checagem. Segundo ele, as decisões sobre o que será publicado e qual será o formato não pertencem mais a uma cúpula, mas sofrem a interferência do público. Assim, os jornalistas passariam a publicar não o que acham ser importante, mas o que o próprio público considera relevante, compreendendo que o que parece óbvio ao verificador, pode não ser para a audiência. “A principal mudança é a capacidade que nós temos hoje, pelos meios digitais e tecnologia, de entender o que é relevante para as pessoas, porque temos um retorno sobre isso de uma forma mais direta”, pontua. Essa ideia pode ser relacionada, também, às sensações de permanente compartilhamento comunicacional geradas pelo sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a promover maior envolvimento da audiência.

Nesse caso, parece prevalecer um interpretante emocional na medida em que há uma sensação de empatia com o público que guia os demais interpretantes. Contudo, o interpretante emocional também pode estar atrelado ao não reconhecimento de que, ainda que o público tenha mais acesso, as decisões de publicação permanecem como competência da agência de checagem. De qualquer forma, parece existir uma percepção sobre esse fato, pois o próprio Entrevistado 2 compreende que há mais demanda de conteúdo do que é possível produzir e que isso exige lidar com uma certa frustração.

O Entrevistado 3, porém, não reconhece ter sofrido nenhuma modificação pela prática de checagem. “Acho que é uma questão de se adaptar e tentar ser claro e mais sucinto, mas não sei se modifica muito o que já fazemos como jornalistas”, pontua. A referência a um certo grau de adaptação pode se relacionar a existência de interpretantes lógicos que levem à mudança de hábitos. Por outro lado, a constatação de que a checagem é uma prática jornalística como qualquer outra, aponta para a repetição de padrões relativos ao interpretante energético, sem uma maior compreensão de procedimentos e hábitos inferenciais.

Esse entrevistado parece ressaltar a preocupação ética que as análises semióticas dos conteúdos indicavam, de acordo com os resultados apresentados no Capítulo 6, ao ressaltar que aprecia o trabalho de verificação por ter um resultado prático palpável, ainda que, para ele, seja impossível extinguir a desinformação. “Quando você consegue fazer algum conteúdo ser desmentido e isso ser bem

recebido, e as pessoas compartilharem, é bom”, explica. Ele ressalta que também gosta do caráter investigativo da atividade. “Mas não que isso tenha mudado muito a minha percepção da profissão”, acrescenta. Dessa forma, parecem predominar interpretantes energéticos e lógicos iniciais, mas sem a força disruptiva necessária para a mudança de hábito.

Os três jornalistas da Lupa garantem que a agência é receptiva às mudanças. O Entrevistado 2 resume dizendo que o processo de aprimoramento é permanente. “Aqui na Lupa, temos uma regra que é assim, esse é o melhor processo que pensamos até hoje. Se alguém tiver uma ideia melhor, vai ser implantada, porque nunca está pronto. Nunca termina. Nunca é repetitivo. Sempre dá para melhorar”. Essa ideia é confirmada pelo entrevistado 3, o qual pontua que há muito diálogo e abertura para alterações, desde que haja uma justificativa clara para isso. “É um processo muito dinâmico, vamos nos adaptando e vendo e revendo coisas para que o resultado final seja sempre o melhor possível”, conclui ele.

Para o Entrevistado 2, isso reflete na história da agência que começou mais focada nas checagens padrão, depois passou a verificar discursos políticos e públicos, em geral. Além disso, passou a desenvolver entrevistas, reportagens, vídeos, mapa da desinformação e diversos monitoramentos. “A desinformação, infelizmente, cresceu, mas também nos proporcionou atacá-la de frentes diferentes”, explica.

O Entrevistado 1 destaca, também, que a Lupa vem repensando os formatos de produção e que tem ocorrido um investimento maior em vídeos, o que demonstra a preocupação com o muticódigo. Conforme defendemos, esse tipo de comunicação permite maior conhecimento sobre hábitos e processos inferenciais, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos. Além disso, em 2023, foi aberta uma conta no TikTok e os conteúdos começaram a ser adaptados para o público jovem. “Porque o texto, hoje, sabemos que essa geração não lê. (...) Se não repensarmos esses formatos, ficamos para trás”, acredita o entrevistado 1. Essa ideia confirma, mais uma vez, que, sem mudança de hábitos, não há evolução e adaptação, e a atividade acaba não sobrevivendo.

Outra mudança destacada pelo Entrevistado 2, proveniente da pandemia, foi o fim do escritório físico e o estabelecimento do trabalho remoto para a equipe, o que fez com que fossem repensados processos de trabalhos. Ao mesmo tempo, permitiu

mais diversidade de temas, de pensamentos e realidades, tendo em vista que jornalistas de regiões diversas do país integram a equipe. O Entrevistado 3 acrescenta que, antes da pandemia, a Lupa se recusava a ouvir especialistas por defender que apenas o material publicado já sustentaria a checagem, padrão que não se encaixou na emergência de saúde pública.

Esse entrevistado destaca, ainda, que, ao longo da pandemia, os verificadores de todo o mundo trabalharam em conjunto na aliança proposta pela IFCN, sobre a qual tratamos no Capítulo 3. A partir disso, houve a percepção de que muitos processos desinformativos são traduzidos para diferentes idiomas e que a desinformação é uma questão global. “Também fazendo esse trabalho colaborativo (...), tivemos acesso a outras maneiras de trabalho, coisas que eles verificavam, como eles verificavam, e fomos, aos pouquinhos, também, aprimorando o nosso jeito de fazer as verificações”, pontua.

Essas ideias apontam para uma abertura ao desenvolvimento de interpretantes lógicos que levem à mudança de hábito, tendo em vista que demonstram adaptações em meios às necessidades vivenciadas mediante avaliação autocontrolada. A colaboração entre checadores destacada pelo Entrevistado 3 pode indicar uma atuação social para alcance dos resultados, uma comunidade de investigadores que, aplicando o método científico, tende a se aproximar da verdade. Contudo, conforme pontuado pelos profissionais, o processo é dinâmico e, sem um momento destinado especificamente para reflexão, pode ter força disruptiva menor.

As entrevistas com os jornalistas da agência Aos Fatos confirmam o que foi observado com os profissionais da Lupa. Na produção do desmentido clássico prevalece a repetição de padrões de jornalismo de verificação e, portanto, de interpretantes energéticos, tendo em vista que, conforme pontua o Entrevistado 4, a intenção é explicar a veracidade de um fato. Os Entrevistados 6, 7 e 8 lembram, ainda, que o conteúdo precisa ser produzido rapidamente para conter a desinformação.

Os Entrevistados 4, 5, 6 e 7 relatam que a identificação de *bots* na circulação de uma informação é uma tarefa complicada que não apresenta metodologias totalmente precisas. O Entrevistado 6 ressalta, por exemplo, que, a partir das eleições de 2018, contatou-se a existência de pessoas com comportamentos robóticos. Ou seja, os signos indiciais que podem indicar uma atuação robóticas não se apresentam de forma clara. Conforme vimos no Capítulo 5, os jornalistas percebem alguns signos

de atuação computacional, mas não é possível uma certeza e, por isso, são signos com tendência remática, falíveis e não consistentes, que podem não promover uma evolução de interpretantes lógicos para o estabelecimento de padrões de compreensão por meio de interpretantes energéticos.

Dessa forma, cotidianamente, não há tempo para a pesquisa sobre a possível atuação robótica, e, nesse caso, prevalecem os interpretantes energéticos relativos à repetição de padrões. Como pontuamos no capítulo anterior, há uma preocupação ética em desmentir para evitar danos para saúde da população. A reflexão existe, mas é tarefa do Radar Aos Fatos, conforme também discorremos no capítulo anterior, e é considerada importante pelos entrevistados para a compreensão de como a desinformação está circulando, quais são as dinâmicas apresentadas, se foi mobilizada por um grupo ou movimento político, por exemplo. O Entrevistado 8 diz que a equipe do Radar é formada por repórteres, cientistas de dados e linguistas, indicando a existência de uma comunidade para a investigação e reflexão, o que pode levar à compreensão sobre hábitos e processos inferenciais e, portanto, ao desenvolvimento de interpretantes lógicos.

Para o Entrevistado 6, esse movimento de reflexão é relevante para a compreensão do ecossistema da desinformação como um todo. Já o Entrevistado 7 considera importante para se conhecer os personagens da desinformação, ou seja, aquelas pessoas que circulam informações enganosas com frequência, o que também permite compreender melhor a complexidade do fenômeno. Adicionalmente, o Entrevistado 8 diz que apontar a origem auxilia a observação de como a desinformação está sendo aprimorada e, conseqüentemente, como pode ser minimizada. Isso indica a possibilidade de reflexão e melhor entendimento do funcionamento dos processos desinformativos, portanto, do desenvolvimento de interpretantes lógicos.

Nesse sentido, o Entrevistado 4 ressalta que os veículos destinados à verificação têm realizado mais reportagens para refletir sobre a circulação de desinformação, ou seja, parece existir a necessidade de novos formatos. Essa ideia é ratificada pelo Entrevistado 6 quando diz que a checagem padrão não consegue abranger o fenômeno como um todo. De forma complementar, o Entrevistado 5 aborda diferentes editoriais de Aos Fatos e faz referência, por exemplo, ao “Investigamos”, que objetiva uma maior reflexão não necessariamente relacionada à pauta do dia, e o

“Explicamos”, por meio do qual serão esclarecidas dúvidas que podem levar a processos desinformativos.

Essas ideias podem indicar o desenvolvimento de interpretantes lógicos em uma ação propositada e deliberada que tende à mudança de hábitos a qual, por sua vez, gera inovações. No caso do “Explicamos”, o trabalho preventivo pode fortalecer interpretantes lógicos de forma a prevenir a desinformação por interpretantes emocionais que ocultem objetos dinâmicos, um trabalho que também apresenta um fim ético.

Da mesma forma que na Lupa, a seleção dos conteúdos que serão verificados e a estruturação do texto seguem critérios jornalísticos, ou seja, há a repetição de padrões e, portanto, a predominância de interpretantes energéticos. Essa ideia fica bem clara quando o Entrevistado 5 explica os critérios utilizados na seleção dos fatos e diz conseguir identificar, rapidamente, algo viral ou relevante na pauta do dia por já possuir experiência. Portanto, parecer haver hábitos já estabelecidos e repetidos por meio do interpretante energético.

Contudo, também na Agência Aos Fatos, os jornalistas relatam momentos de avaliação e reflexão, portanto, de conhecimento sobre hábitos e processos inferenciais que podem desenvolver interpretantes lógicos. O Entrevistado 4, por exemplo, aborda a necessidade de avaliar se a participação de um agente público no compartilhamento da desinformação é relevante para o conteúdo a ser publicado. Acrescenta, ainda, que a verificação a partir de alegações auxilia na avaliação do que é fato checável ou opinião.

O Entrevistado 5 também demonstra reflexão ao explicar o que seria classificado como opinião, destacando a necessidade de signos de secundidade que apontem para um contexto de existência concreta:

Então uma frase que ele (Bolsonaro) falou foi: "uma grande verdade é que o Hugo Chávez foi se tratar em Cuba e morreu". Ele está querendo dizer que o sistema de saúde de Cuba não funciona, que se fosse bom, o Chávez não tinha morrido. (...) Então, factualmente, Chávez, de fato, foi se tratar em Cuba e morreu. Existe uma segunda camada que é o que ele está querendo dizer, mas não podemos checar o que ele está querendo dizer, temos que checar o que ele disse. (...) Então isso não é checável. Isso é opinião (Apêndice B, Entrevistado 5).

Os Entrevistados 5 e 6 abordam, ainda, uma análise mais minuciosa da viralização de um fato para que ele possa vir a ser checado ou não, tendo em vista

que, caso a desinformação ainda esteja muito restrita, esclarecê-la pode causar uma ampliação que não ocorreria se não fosse desmentida. Adicionalmente, o Entrevistado 5 ressalta que essa decisão pode ser revista coletivamente pelos jornalistas da agência, caso o assunto comece a ganhar mais destaque, o que indica uma reflexão controlada e deliberada em comunidade, ação do interpretante lógico em nível social.

Essas ocasiões podem possibilitar reflexões mais profundas, envolvendo a comunidade jornalística e, portanto, ultrapassarem a simples aplicação de padrões jornalísticas rumo à predominância de interpretantes lógicos. De qualquer forma, ressaltamos que essa avaliação destacada pelos verificadores precisa apontar indícios de realidade e, portanto, se aproximar do objeto dinâmico, caso contrário, o objeto imediato tende a ocultar o dinâmico e, portanto, prevalecem, apenas, interpretantes emocionais.

Além disso, os profissionais dessa agência também abordam que há a preocupação em demonstrar a metodologia utilizada para a produção da checagem de forma que possa ser repetida pelos usuários. “(...) Você vai buscar as informações, de preferência junto a fontes que sejam públicas, no sentido de que o usuário possa ver, também, a mesma fonte que consultamos”, pontua o Entrevistado 4. Conforme destacamos anteriormente, isso aponta para a reflexão sobre hábitos e processos inferenciais que levam à efetividade comunicacional por meio de interpretantes lógicos.

Em complementação, o Entrevistado 6 ressalta que há “duas preocupações, de explicar claramente o que está sendo checado, o que é falso, e, também, de mostrar quais foram as fontes e processos percorridos pelo repórter ou pela repórter para desvendar, para desmentir aquela afirmação”. Esse entrevistado ressalta, ainda, claramente, a compreensão sobre a ação de explicitar o método de verificação: “Achei que foi muito legal experimentar esse processo de produzir um conteúdo preocupado em explicar a metodologia para o leitor”. Conforme abordamos, essa é, também, uma preocupação do método científico que indica o desenvolvimento de interpretantes lógicos para a criação de padrões que possam ser repetidos por meio de interpretantes energéticos.

De forma complementar, o Entrevistado 5 pontua, ainda, que, quanto maior o número de referências apresentadas ao usuário, mais forte será o conteúdo. E o Entrevistado 6 fala sobre a impossibilidade de checagens de fatos ainda em

investigação ou andamento, como no início das guerras, por falta de informações consistentes, ou seja, em que predominem signos remáticos. O Entrevistado 7 ressalta que não é verificado o que não pode ser embasado em dados públicos. Assim, parece haver uma tentativa de aproximação da realidade por meio de um movimento indutivo com predominância de signos indiciais para alcance do objeto dinâmico que fortalecem interpretantes lógicos, conforme já demonstravam as análises de conteúdo.

Assim como na Lupa, os entrevistados de Aos Fatos não parecem perceber influências comerciais ou políticas na atuação de um verificador, o que pode indicar a predominância de interpretantes emocionais por meio de um sentimento de lealdade ao movimento de checagem. O Entrevistado 5, por exemplo, ao ressaltar que a Meta não determina os conteúdos que serão publicados, afirma: “Então, eu tenho total liberdade, 100% de liberdade para fazer o que quiser, nunca teve nenhum problema”. Já os Entrevistados 6, 7 e 8 demonstram que, mesmo a partir da plataforma da Meta, é possível reflexão e o desenvolvimento de interpretantes lógicos, porque os dados fornecidos pela empresa são cruzados com outras bases de dados para a compreensão sobre a relevância de um conteúdo desinformativo.

Também pode existir um interpretante emocional relacionado a uma sensação de empatia, o qual tende a impulsionar a checagem dos fatos que os jornalistas não considerariam importantes, conforme pontua o Entrevistado 5. “Às vezes, pode parecer muito bobo, mas tem muita gente que acredita. Então, viralização é uma coisa a ser levada em consideração nesses casos”, explica esse entrevistado quando se refere aos critérios utilizados para selecionar fatos. Essa ideia pode apontar, ainda, para o sinestésico, que caracteriza os ambientes multicódigo e leva a sensações de permanente compartilhamento comunicacional.

Sobre a avaliação dos conteúdos publicados pela agência, assim como na Lupa, os profissionais relatam que é um movimento cotidiano contínuo e que não existe um momento específico ou periódico para essa finalidade. O Entrevistado 4 pontua que, mesmo se factualmente correto, por ter sido apurado e revisado por dois editores, após a publicação, existe uma avaliação de questões mais técnicas, como da linguagem utilizada, da clareza ou concisão e do tema tratado. “Sempre estamos olhando e tentando melhorar aquilo que fazemos, (...) usar um outro recurso de linguagem, de imagem, por exemplo, de foto ou vídeo para contribuir para aquele

conteúdo ou simplificar uma explicação”, esclarece ele, também ressaltando a importância do multicódigo para a checagem dos fatos.

Já o Entrevistado 5 explica o processo de revisão dos conteúdos publicados para ressaltar como ocorre a avaliação: quando o repórter finaliza a produção, é encaminhado para o chefe de reportagem que confere se as informações estão factualmente corretas; caso sim, o texto passa por dois editores e só será publicado se houver certeza de que tudo está correto. Mesmo ao longo da produção, há sempre a discussão entre os verificadores, o chefe de reportagem e os editores e, em caso de dúvida, o jornalista irá procurar ajuda com colegas, superiores ou com fontes. “Sempre repassamos todas as etapas para que não fique nenhuma dúvida, nunca”, reforça.

Esse entrevistado diz, ainda, que, apesar disso, caso seja constatado um erro após a publicação, haverá a retificação e o aviso sobre o equívoco. Ele destaca, também, que não há um momento específico destinado para avaliação, a qual seria mais cotidiana, por meio de várias reuniões ao longo do dia entre repórteres e editores. A avaliação profissional ocorreria junto ao jornalista, algumas vezes no ano.

Adicionalmente, o Entrevistado 7 explica a escolha dos selos que serão usados. “O repórter propõe, e os editores concordam ou não. Ou, quando está muito difícil (...), perguntamos no grupo geral de edição”. Já os Entrevistados 6 e 8 acrescentam a ocorrência de avaliação na própria reunião de pauta. O Entrevistado 6 diz que, nesse momento, é ponderado o que poderia ser melhor na cobertura para que a verificação fosse entregue mais rapidamente ou promovesse melhor esclarecimento. Já o Entrevistado 8 refere-se a questões mais cotidianas. “(...) Era conversado sobre o caminho da checagem. ‘Voltou cloroquina’, então vamos explicar, precisa ter pesquisa atualizada, (...) dar mais detalhes (...). Então, sempre aprimorávamos isso nas conversas”.

Assim, parece que a procura é por excluir o caráter icônico remático que poderia levar, apenas, a interpretantes emocionais. A procura pela comunidade jornalística e por especialistas para sanar dúvidas ratifica essa ideia em uma aproximação do método científico na tentativa de confirmar hipóteses. Contudo, esse cenário parece reunir revisões constantes no intuito de evitar erros e não uma reflexão mais sistemática.

O que parece se aproximar mais dessa finalidade, de acordo com o relatado pelo Entrevistado 7, é uma reunião de avaliação do ano anterior com toda a equipe, realizada no começo de cada ano, em que são discutidos os processos que funcionaram, o que ficou faltando e o que pode melhorar, além das reuniões de avaliação individuais com os repórteres. Esse momento pode levar a maior reflexão sobre hábitos e processos inferenciais, ou seja, ao desenvolvimento de interpretantes lógicos.

O Entrevistado 4 se aproxima ainda mais dessa ideia de avaliação para a ampliação da capacidade crítica e parece descrever uma evolução de interpretantes lógicos ao dizer que:

Esses momentos acontecem, acho que à medida que existe uma percepção, e aí pode ser de um chefe, de um gestor ou de um repórter (...). À medida que essas percepções vão, talvez, se acumulando, chega a um momento que é iniciado um processo para rever algumas coisas dessa forma de fazer (...) (Apêndice B, Entrevistado 4).

Ele acrescenta, ainda, de maneira bastante interessante, destacando que falta tempo para a reflexão gerar alterações, o que pode indicar a influência de fatores observados nas sub-hipóteses anteriores para a mudança de hábito:

É difícil para o jornalista que está na redação, no dia a dia, realmente ter um momento de parar e refletir mais sobre isso. Estamos sempre vendo, mas daí a transformar isso numa massa crítica para redefinir um processo ou criar uma coisa nova, já é realmente mais difícil e eu acho que isso não tem tanto a ver com os jornalistas. Existe uma certa imagem, às vezes, de que o jornalista de redação não pensa tanto sobre essas coisas. Eu não sei se isso é tão verdadeiro. Talvez a pessoa realmente só não tenha tempo de estruturar e colocar aquilo em prática. Vai muito do perfil também de cada um (Apêndice B, Entrevistado 4).

O mesmo ponto é destacado pelo Entrevistado 5 ao abordar a discussão sobre os formatos do conteúdo. Esse profissional ressalta que, ao apresentar uma proposta de pauta, o jornalista precisa levar em consideração se haverá tempo para a produção devido à equipe reduzida.

Na Agência Aos Fatos, também há uma preocupação em avaliação a partir de dados da audiência, de quantas pessoas acessaram o conteúdo e por quanto tempo permaneceram nele. Conforme explica o Entrevistado 7, a equipe de rede analisa o desempenho de conteúdo nas plataformas como X e Google. Para o Entrevistado 4, em alguns casos, existe uma avaliação de impacto, ou seja, de contenção da

desinformação, que ele considera mais subjetiva e que não ocorre com muita frequência.

Segundo o Entrevistado 6, o núcleo de audiência da agência, criado em 2021, visa a, além de construir uma relação melhor com o público, acompanhar o *feedback* das pessoas e discuti-los nas reuniões de pauta. “Quando você lia o comentário, percebia que, talvez, não tenha ficado tão clara uma explicação dada”. Isso parece mostrar que a preocupação com a audiência é mais do que comercial, possui um fim ético de informar corretamente os cidadãos.

Sobre a percepção de uma ampliação da própria capacidade crítica a partir da atuação como verificador, o Entrevistado 4 reconhece que a prática da checagem fez com que ele fosse mais cauteloso e rigoroso na apuração e evitasse um jornalismo declaratório muito comum na área de política. Ele pontua que, talvez, o movimento de verificação tenha levado também os setores de política de meios tradicionais a evitarem esse tipo de jornalismo. Ou seja, o movimento pode ter promovido maior ciência sobre hábitos e processos inferenciais favorecendo o desenvolvimento de interpretantes lógicos que geraram uma mudança de hábitos. Nesse sentido, o Entrevistado 8 acredita que um jornalismo declaratório pode contribuir para a desinformação ao colocar depoimentos fora de contexto no título, os quais somente são explicados no corpo do texto. “Os jornalistas, muitas vezes, não têm escapatória, porque querem fazer diferente, mas o editor está ali cobrando o caça-clique”, pontua

Da mesma forma, o Entrevistado 5 destaca que se tornou mais cauteloso e passou a se questionar e a verificar tudo o que apura e escreve. Demonstra, também, o que pode ser considerado, nas palavras de Peirce, um comportamento falibilista. “Trabalhar com checagens faz termos muitas dúvidas. Então, eu tenho muito mais dúvidas hoje do que eu tinha antes. Eu acho que o jornalista não pode ter tanta certeza assim”, ressalta. Nesse sentido, esse profissional reconhece que a realidade não é diádica, mas apresenta nuances as quais precisam ser compreendidas por meio de uma reflexão mais profunda. Isso indica a necessidade de desenvolver interpretantes lógicos para se aproximar do objeto dinâmico.

O Entrevistado 7 afirma apurar melhor e se sentir mais seguro depois de ter se tornado verificador de fatos. “Melhorou muito a minha apuração, no sentido de que eu sei verificar coisas muito melhor do que antes, de ter segurança na apuração, no sentido de descobrir se alguma coisa é verdadeira ou não, achar os dados e tudo

mais”, esclarece. Ele acrescenta que passou a questionar mais as declarações, principalmente das pessoas públicas. O Entrevistado 8 relata o mesmo e diz ter se tornado mais desconfiado. “Então, numa pauta comum, que não tem nada a ver com checagem, automaticamente, checamos tudo com mais primor, com mais detalhe”, ressalta. Ele relata, ainda, que checará mesmo as declarações fornecidas em entrevista por um especialista, porque pode haver chances de erros.

O Entrevistado 4 acrescenta que a sua atuação como verificador promoveu um olhar mais crítico para diferenciar os conteúdos desinformativos daqueles que não são, mas que, de alguma forma, buscam influenciar o debate público. Ele esclarece que:

Você começa a identificar melhor o comportamento dos atores, que tipo de linguagem eles usam, uma certa sincronia para fazer um assunto ganhar destaque e eu acho que várias dessas coisas são legítimas até, depende muito da forma como você faz, do nível de transparência que aquilo tem (Apêndice B, Entrevistado 4).

Acrescenta, também, que a desinformação pretende levar a emoções fortes que causem reações imediatas para gerar compartilhamento, por exemplo, e que essa percepção pode auxiliar no combate à desinformação. A construção desse olhar mais crítico, segundo descrito pelo Entrevistado 4, parece ter ocorrido a partir de experiências passadas e, portanto, ser possível por meio da compreensão sobre hábitos e processos inferências que promoveram interpretantes lógicos para a mudança de hábitos. Ele relata, por exemplo, que essas ideias fazem com que ele almeje um maior número de reportagens investigativas que compreendam mais profundamente o funcionamento dos processos desinformativos, por meio de uma abordagem contextual impossibilitada pelo formato da checagem padrão.

Seria “conseguir encontrar uma forma melhor de explicar por que a desinformação circula daquela forma e com aquela linguagem e sobre aquele assunto. A minha impressão é que essas coisas não são por acaso”, resume o Entrevistado 4. Ele parece estar lançando hipóteses, em um movimento abduutivo, ou seja, o desenvolvimento de um primeiro interpretante lógico rumo a mudança de hábitos. Contudo, pontua que essa ação seria mais analítica e, talvez, mais subjetiva, por isso, não confortável para um jornalismo que ainda tem um ideal de isenção ou imparcialidade. Assim, a ampliação da capacidade crítica pode estar sendo impedida

por um jornalismo clássico de repetição de padrões em que prevalecem interpretantes energéticos.

Assim como o Entrevistado 4, o Entrevistado 6 diz que a sua atuação como verificador permitiu uma compreensão sobre “os bastidores da produção de conteúdo nas redes sociais”, o que está por trás desses conteúdos, para que pudesse entender como uma informação ou desinformação foi amplificada. Essa parece uma reflexão possibilitada pelo desenvolvimento de interpretantes lógicos que levam a uma ampliação da capacidade crítica.

Você precisa entender como funciona uma rede social, quem são os atores, como diferentes atores atuam, como os atores performam e promovem conteúdos. Não, necessariamente, um assunto que está em voga, ele foi criado, surgiu espontaneamente, tem processos que são de indução da pauta pública (Apêndice B, Entrevistado 6).

Além disso, esse mesmo entrevistado reflete, ainda, “que esse movimento de desinformação quebrou, mostrou, aumentou essa cisão entre público e veículo de comunicação. Uma coisa que a checagem, por si, não resolve”. Ele diz não saber a solução, mas não acredita que está no movimento de verificação. Outra aprendizagem a partir da atuação profissional, que esse profissional considera como “colateral” foi uma preocupação maior com a segurança da informação como consequência dos ataques sofridos por jornalistas

Em relação às contribuições para o aperfeiçoamento do trabalho apresentadas pelos jornalistas, o Entrevistado 4 diz que já propôs conteúdos mais investigativos que são bem recebidos pela agência, mas encontram obstáculos de ordem prática, estruturais, conforme abordamos no capítulo anterior: uma demanda maior do que a quantidade de pessoal disponível para executá-la, já que as equipes são reduzidas e, consequente, não há tempo para reportagens mais reflexivas. Isso parece confirmar que os fatores analisados nas sub-hipóteses anteriores podem impedir um aperfeiçoamento da capacidade crítica de jornalistas checadores de fatos.

Já o Entrevistado 5 pontua o desenvolvimento dos conteúdos em quadrinhos como uma contribuição que contou com a sua participação. “É uma coisa que dá para perceber muito que foi mudando ao longo dos últimos anos, a partir da nossa experiência, de coisas que propusemos”, explica, indicando uma preocupação com o emprego do multicódigo e uma evolução de interpretantes lógicos a partir de um raciocínio autocontrolado e deliberado. Ele garante que a agência é bem receptiva e

que seus profissionais buscam continuamente maneiras de aprimorar e facilitar o trabalho. Para exemplificar, cita que Aos Fatos conta com um cientista de dados, o que permitiu, por exemplo, o desenvolvimento de ferramentas para a coleta de tuítes, uma forma mais eficiente do que a coleta manual.

Adicionalmente, o Entrevistado 5 ressalta que estão sempre explorando redes e plataformas novas na busca por desinformação, ou tentando compreender as já existentes de maneiras diferentes. “As coisas estão sempre evoluindo, porque sempre conversamos também. Então, sempre nos permitimos mudar de ideia e explorar coisas diferentes”, destaca esse entrevistado, denotando abertura para reflexão em comunidade e, portanto, o desenvolvimento de interpretantes lógicos que levem à mudança de hábitos.

O Entrevistado 7 confirma as informações do entrevistado 5, ressaltando que o diferencial de Aos Fatos é criar tecnologias que facilitem o trabalho de verificação ou aumentem o engajamento para que mais pessoas acessem conteúdos verificados. É o caso do Escriba que surgiu a partir da dificuldade em se checar rapidamente os discursos do presidente, e da Fátima, pensada para auxiliar os usuários a checarem sozinhos. O Entrevistado 8 diz que a diretora (Tai Nalon) é exigente e atenta às mudanças. “Então, ela constrói uma equipe que tem essa visão de sempre aprimorar o trabalho, sempre acompanhar as tendências tecnológicas”. Esse desenvolvimento de tecnologias pode ser relacionado à evolução de interpretantes lógicos para uma mudança de hábitos que gere adaptação.

O Entrevistado 7 se diz ligado à ilustração e, por isso, suas propostas sempre envolveram esse recurso, com a criação de um guia, em quadrinhos, para ajudar as pessoas a verificarem peças de desinformação na rede. “A Tai (Nalon), que é a chefe, superapoiou. Vendemos a ideia para a IFCN, o quadrinho saiu, foi traduzido para várias línguas”, conta esse entrevistado. Ele diz ter proposto as reportagens em quadrinhos para suavizar o conteúdo e, conseqüentemente, atingir mais pessoas que não leriam uma checagem com vários parágrafos, ou seja, um fim ético de promover conteúdo informativo. Parece que a proposta foi, ainda, empregar o multicódigo e, a partir do sinestésico, envolver o público por meio das sensações de permanente compartilhamento comunicacional.

Um outro exemplo de acompanhamento de mudanças pela agência é fornecido pelo Entrevistado 6 ao abordar o monitoramento de grupos de WhatsApp. Segundo

ele, essa passou a ser a melhor forma para a compreensão de uma tendência desinformativa, a partir de 2020 e 2021, tendo em vista que, nessa plataforma, não há dados de engajamento (curtidas, compartilhamentos, visualizações), como no Facebook, por exemplo, plataforma predominante anteriormente, por volta de 2018. Assim, a agência parece ter acompanhado as mudanças de cenário refletindo sobre os processos inferenciais, o que levou à evolução de interpretantes lógicos para uma boa atuação profissional.

Esse mesmo entrevistado destaca, também, a criação do núcleo de audiência na agência como um processo impulsionado pela dificuldade em ganhar a confiança do público, conforme ele já havia pontuado anteriormente. “Essa circulação de desinformação, em parte, foi propiciada pelas redes sociais, mas em parte, também, por uma relação de confiança que já estava estremecida entre a imprensa e o público”, explica. Assim, para ele, foi uma forma de repensar o jornalismo a partir do relacionamento com a audiência como consequência do trabalho com desinformação.

Também ao olhar para a audiência, o Entrevistado 6 diz ter incentivado a criação de um setor de vídeo, porque a desinformação crescia no TikTok e a agência ainda não atuava na plataforma nem seria efetiva se inserisse apenas um link de texto na rede. “Tínhamos que estar onde a desinformação está, onde o público está, essa preocupação de olhar a audiência. Para conseguir tentar, dali, capturar e cativar as pessoas para que a informação de qualidade chegue a mais gente”.

Ele também destaca a boa receptividade de Aos Fatos para mudança e diz que, como uma empresa menor, as modificações são mais rápidas, mas pontua que, realmente, a equipe reduzida é um desafio. De qualquer forma, esse jornalista diz que conseguiu colocar em prática todas as suas propostas. Outras modificações que o Entrevistado 6 considera ter participado foram promover uma explicação mais profunda dos fatos e enfrentar assuntos difíceis, com o que a pandemia auxiliou.

Em relação ao período específico da pandemia, o Entrevistado 4 pontua que era necessária uma abordagem mais contextual, tendo em vista que muitas descobertas ainda estavam em andamento e, por isso, não era possível, naquele momento, definir como falso ou verdadeiro. Assim, parece que a pandemia permitiu o desenvolvimento de interpretantes lógicos para uma mudança de hábito que proporcionasse uma adaptação para sobrevivência em um novo cenário mundial. “Acho que foi um período que provocou realmente essa evolução, no sentido de ter

que aprender a lidar com coisas que não conseguiremos, necessariamente, atestar com um selo, teremos que procurar outra forma de falar sobre aquilo”, explica esse entrevistado.

O Entrevistado 6 corrobora essa ideia caracterizando a pandemia como um período de comunicação de incerteza, no qual muitas vezes a tentativa de clareza e objetividade por meio de selos não era possível. “Tinha um outro passo anterior, que era como comunicar isso de forma a não reforçar um discurso perigoso que estava incitando a automedicação ou a medicação descontrolada. Então foi um desafio grande”, resume.

Adicionalmente, os Entrevistados 5 e 6 dizem que a emergência de saúde pública exigiu adaptação, o que denota o desenvolvimento de interpretantes lógicos, tendo em vista que a agência se dedicava a desinformação política e foi necessário tratar, também, sobre ciência e saúde. O Entrevistado 6 ressalta a relevância de aprender sobre o procedimento científico e “entender todas as etapas de produção de conhecimento, de validação de fonte, de consolidação de um conteúdo, quando você pode falar que uma coisa está comprovada ou quais são os processos”. Já o Entrevistado 5 diz que passou a questionar até o que supostamente parece sério, pois existiriam nuances que exigem ainda mais cuidado:

Se antes eu olhava e validava pelo local onde estava sendo publicado, hoje em dia, mesmo assim, eu me questiono, isso é uma coisa muito da pandemia, eu acho. “Isso é um pré-print? Esse estudo foi publicado? Ele foi realizado por pares? Em que periódico que ele foi publicado? Como é que esse estudo foi feito? Qual que é a metodologia?” (Apêndice B, Entrevistado 5)

O Entrevistado 8 corrobora essa ideia de que a pandemia fez com que se tornasse mais criteriosa e duvidasse até mesmo de especialistas. “Isso não quer dizer que o especialista seja desinformador, às vezes, deu uma escorregadinha ali em alguma coisa”, explica. Contudo, ele destaca que o período também causou um desgaste mental devido à grande quantidade de desinformação em circulação, o que aumentou o volume de trabalho e a pressão por não errar.

O Entrevistado 7 acrescenta que o formato dos quadrinhos utilizado atualmente, com a narração da Fátima, nasceu a partir da pandemia, tendo em vista uma ideia da diretora e fundadora de mostrar, em desenhos, porque era preciso usar máscara. “Hoje resumimos uma explicação em oito quadros desenhados, sem texto, para explicar os assuntos”, esclarece ele.

Dessa forma, fica evidente que a atividade de checagem possibilita o desenvolvimento de interpretantes lógicos e, conseqüentemente, há chance para uma ampliação da capacidade crítica dos jornalistas verificadores. Conforme vimos, a maior parte dos entrevistados demonstra que há abertura para reflexão e compreensão de hábitos e processos inferenciais mesmo nos casos em que predomina a repetição de padrões de jornalismo, como na distinção do que seria um fato checável ou uma opinião e quando é analisada a viralização para a seleção de assuntos. Além disso, principalmente na Agência Aos Fatos, há editorias utilizadas para uma compreensão mais profunda do fenômeno da desinformação.

Por outro lado, a evolução de interpretantes lógicos e uma alteração mais consistente de pensamento que reflita em inovação pode ser prejudicada por fatores como uma equipe reduzida e, como consequência, tempo mais escasso. Outro fator que pode impedir uma mudança de hábito consistente são os interpretantes emocionais relacionados ao sentimento de lealdade ao movimento de checagem. Conforme vimos no Capítulo 3, por exemplo, o financiamento da atividade pela Meta ampliou a prática do *debunking* e diminuiu o número de verificações de declarações de agentes públicos (Lelo, 2021). Contudo, esse fator não é levado em consideração pelos entrevistados.

## 8 CONCLUSÃO

Concluimos esta tese constatando que os jornalistas verificadores sofrem modificações na forma como pensam e nas maneiras como atuam. Portanto, é possível que tenha ocorrido uma ampliação da capacidade crítica, apesar de esses profissionais nem sempre apontarem a origem da desinformação e de reconhecerem as influências de fatores jornalísticos, mas não de critérios comerciais ou políticos. Ou seja, nossa hipótese principal de que não haveria uma ampliação da capacidade crítica foi refutada.

A primeira sub-hipótese, de que a falta de transparência sobre a origem da desinformação, se robótica ou humana, impactaria os processos de verificação, dificultando o processo perceptivo dos jornalistas checadores em relação à própria constituição qualitativa das notícias, foi refutada. Chegamos a essa conclusão porque seis dos oito entrevistados dizem perceber alguma diferença entre os signos ativados em uma comunicação humana ou robótica e, ainda, em um processo comunicacional intencional, mesmo que a finalidade seja escusa. Essa informação nem sempre consta no conteúdo final, mas impulsiona a investigação em reportagens analíticas futuras.

Nesse sentido, um dos entrevistados da Lupa e todos de Aos Fatos relatam que conhecer os atores e interesses envolvidos na disseminação de desinformação auxilia na compreensão de comportamentos e de fluxos da informação e, portanto, no próprio fenômeno da desinformação. Como destacaram Chang e Ferrara (2022), retomados no Capítulo 5, os robôs, por exemplo, atuam como intermediários entre as elites e os usuários comuns, auxiliando na distribuição de temas.

A segunda sub-hipótese, de que o confronto entre a insistência da dinâmica dos fatos em se ver representada e o “empacotamento” de notícias realizado pelo jornalismo, articulado aos interesses comerciais e políticos, geraria conflitos nos processos interpretativos dos jornalistas checadores sobre a relação entre fatos e notícias, foi parcialmente confirmada. Fatores como a quantidade de informações duvidosas existentes, o número reduzido de profissionais, a utilização de critérios jornalísticos para seleção de fatos e organização do conteúdo tendem a influenciar na geração de objetos imediatos.

Conforme vimos, apesar de os entrevistados relatarem que não são influenciados por valores comerciais e políticos, como pelo financiamento proporcionado pela Meta, estudos anteriores (Lelo, 2021) apontaram uma mudança nos tipos de conteúdo produzidos após a parceria com o Facebook. Por outro lado, os verificadores citam uma equipe reduzida, mas não uma sobrecarga de trabalho, exceto a Entrevistada 8, quando se refere à Pandemia de COVID-19. Além disso, ao afirmarem a isenção da agência de checagem, demonstram lealdade e adesão ideológica à empresa, o que também pode influenciar na atividade de checagem.

Nesse sentido, o fim do programa de checagem da Meta, se ampliado para além dos EUA, pode, na verdade, contribuir para uma maior diversificação das produções nas agências de checagem. Assim, apesar de todas as críticas tecidas pelo movimento de verificação, haveria menos um fator de influência na geração de objetos imediatos. Contudo, é necessário pensar que a atividade precisa ser financiada e que, nesse caso, a maior aproximação de uma isenção jornalística ocorreria no exercício do método científico.

Permanecendo nessa linha de raciocínio, nossa hipótese é de que, apesar desses inúmeros fatores que pressionam a atividade, os jornalistas verificadores se apoiam, ainda que instintivamente, no método científico para exercerem seu trabalho. Ou seja, ainda que diversos fatores contribuíssem para o objeto imediato se formar de uma maneira e não de outra, por meio do exercício do método científico os profissionais verificadores lançam hipóteses sobre os fatos checados. Em seguida, deduzem consequências práticas que podem ser testadas na indução, por meio de sinais indicais dicentes que apontam para o contexto em que os sinais falsos ou verdadeiros estão inseridos.

Conforme vimos, há, ainda, uma preocupação ética em conscientizar os usuários, por isso, por exemplo, são expostas as fontes, para demonstrar o modo como a pesquisa foi realizada, uma abordagem também do método científico. Outra conduta ética controlada e deliberada é a tentativa de confirmar os dados com mais de uma fonte ou publicação sobre o mesmo assunto. Desta forma, de acordo com que pontuamos no Capítulo 6, a ética, como sustentação da lógica, aponta para uma evolução de interpretantes lógicos que podem levar à mudança de hábitos.

Os resultados com a terceira sub-hipótese confirmam o que observamos nos testes das hipóteses anteriores. Nas análises das verificações, já percebemos que o

multicódigo pode ter permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sócias, resultando em uma maior reflexão sobre procedimentos e hábitos inferenciais. Assim, parece estar consolidado que a credibilidade do conteúdo se baseia na contextualização com referências existenciais, o que é reforçado na explicitação da metodologia.

Nas entrevistas, constatamos a influência dos interpretantes energéticos na repetição de hábitos jornalísticos já estabelecidos. Contudo, também observamos os interpretantes lógicos que levaram a transformações de pensamentos e ações. Já os interpretantes emocionais estão presentes em ações mais instintivas, sustentando a repetição de padrões jornalísticos em atuações que necessitam de maior rapidez ou quando há um sentimento de lealdade ao movimento de checagem de fatos. Nesse cenário, vimos uma abertura ao desenvolvimento de interpretantes lógicos quando os jornalistas relataram adaptações em meios às necessidades vivenciadas a partir de uma avaliação autocontrolada.

Principalmente os entrevistados de Aos Fatos demonstram abertura para reflexão e compreensão de hábitos e processos inferenciais, mesmo nos casos em que predomina a repetição de padrões de jornalismo, como na distinção de um fato checável ou uma opinião e na seleção de fatos por viralização. Na mesma agência, também há editorias utilizadas para uma compreensão mais profunda do fenômeno da desinformação.

Por outro lado, uma alteração mais consistente de pensamento que reflita em inovação pode ser prejudicada por fatores como uma equipe reduzida e, como consequência, tempo mais escasso. Outro fator que pode impedir uma mudança de hábito consistente são os interpretantes emocionais relacionados ao sentimento de lealdade ao movimento de checagem. De qualquer forma, retomamos a ideia de que, sustentados pela ética, os verificadores aplicam o método científico, de forma a fazer prevalecer interpretantes lógicos.

Conforme demonstramos no Capítulo 4, nos diferentes níveis dos interpretantes lógicos, podemos encontrar correspondentes fases do processo investigativo. Na abdução, estaria o primeiro interpretante lógico, na dedução, o segundo interpretante lógico inferior e, na indução, um segundo interpretante lógico rumando para um terceiro, etapa na qual já ocorre a mudança de hábitos, ainda que apenas na mente dos jornalistas.

O fato de os entrevistados, principalmente de Aos Fatos, reconhecerem mudanças em si próprios e na forma de atuação da agência de checagem, indica a compreensão dos hábitos inferenciais e a possibilidade de ter ocorrido, de fato, uma ampliação da capacidade crítica, apesar de todos os fatores impeditivos desse movimento. Contudo, conforme notamos, esse movimento pode ser mais consistente a partir de uma avaliação não apenas cotidiana, mas de momentos específicos, controlados para esse fim.

Portanto, se a verdade é sempre provisória, mas um ideal a ser alcançada por uma comunidade investigativa, ao longo do tempo, por meio de uma opinião consensual, conforme apontado por Thayer (1981), Ibri (1999), Liskza (2019) e Baggio (2021), parece-nos que os jornalistas checadores podem alcançá-la. Desde que continuem perseguindo o método científico, será possível um aperfeiçoamento da capacidade crítica que tende a levar a uma harmonia com os padrões do universo em um movimento de continuidade sinequista, conforme pontuamos no Capítulo 7.

Dessa forma, nossa expectativa é de que esta tese tenha demonstrado a relevância do pragmaticismo para a pesquisa de temas tão atuais, como a verificação de fatos. Esperamos que os resultados aqui encontrados possam trazer reflexões que auxiliem a evolução de interpretantes lógicos no movimento de checagens com consequente aprimoramento das práticas de verificação. E que, assim, nossa pesquisa possa contribuir, também em um movimento sinequista, impulsionando outros estudos. Acreditamos que, em união, a comunidade científica tende a se aproximar da razoabilidade universal.

## REFERÊNCIAS

ADVISORY board. **Poynter**, São Petesburgo, Set. 2020. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/advisory-board>. Acesso em: 20 jan. 2023

ALBUQUERQUE, Afonso de. O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. [Entrevista concedida a] Roberto Abib. **Revista Eletrônica de Comunicação Informação & Inovação em Saúde**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 184-198, jan-mar, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/NLD8f>. Acesso em: 14 jul. 2021.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW; Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, spring 2017.

ALLEN, Jeniffer *et al.* Evaluating the fake news problem at the scale of the information ecosystem. **Science Advances**, [s. l.], v. 6, n. 14, p. 1-6, abr. 2020. Disponível em: <https://bityli.com/7D6hU>. Acesso em: 14 jul. 2021

ALMEDER, Robert F. Peirce's Theory of Perception. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Bloomington, v. 6, n. 2, p. 99-110, 1970. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40319589>. Acesso em: 26 jan. 2024.

ALOTHALI, E. *et al.* Detecting Social Bots on Twitter: A Literature Review. International Conference on Innovations in Information Technology (IIT). **Anais...IEEE**, nov. 2018. Disponível em: <https://ieeexplore.ieee.org/document/8605995/>. Acesso em: 18 jan. 2024.

AL-RAWI, Ahmed; AL-MUSALLI, Aaal; FAKIDA, Abdelrahman. News Values on Instagram: A Comparative Study of International News. **Journalism and Media**, Basileia, v. 2, n. 2, p. 305-320, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020018>. Acesso em: 24 jan. 2024

ALZAMORA, Geane; ANDRADE, Luciana. A dinâmica transmídia de fake news conforme a concepção pragmática de verdade. **Matrizes**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 109-131, jan./abr. 2019.

ALZAMORA, Geane; MENDES, Conrado Moreira; RIBEIRO, Daniel Melo (Orgs.). **Sociedade da desinformação e infodemia**. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2021.

AMAZEEN, Michelle A. Revisiting the Epistemology of Fact-Checking, **Critical Review: A Journal of Politics and Society**, v. 27, n. 1, p. 1-22, jan. 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/08913811.2014.993890>. Acesso em: 17 fev. 2023.

AOS FATOS Lab. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2024]. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/lab/>. Acesso em: 21 jan. 2025.

APOIE o Aos Fatos. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2024]. Disponível em: [https://www.aosfatos.org/mais/?utm\\_source=site&utm\\_campaign=aosfatosmais&utm\\_medium=menu](https://www.aosfatos.org/mais/?utm_source=site&utm_campaign=aosfatosmais&utm_medium=menu). Acesso em: 21 jan. 2025.

ARAUJO, Theo; VAN DER MEER, Toni GLA. News values on social media: Exploring what drives peaks in user activity about organizations on Twitter. **Journalism**, [s.l.], v. 21, n. 5, p. 633-651, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884918809299>. Acesso em: 24 jan. 2024.

ARTEFATO. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2023]. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/artefato/>. Acesso em: 21 jan. 2025

BAGGIO, R. H. **Como as redes fixam crenças**: uma análise realista da pós-verdade e suas implicações semiótico-pragmáticas. Tese (Doutorado em Filosofia) – Programa de Estudos Pós-graduados em Filosofia, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2021.

BAROJAN, D. **Noções básicas sobre bots, botnets e trolls**. International Center for Journalists, 2018. Disponível em: <https://ijnet.org/pt-br/story/noções-básicas-sobrebots-botnets-e-trolls>. Acesso em: 26 jan. 2024.

BERGMAN, Mats. Beyond Explication: Meaning and Habit-Change in Peirce's Pragmatism. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, p. 171-197, 2016.

BERGMAN, Mats. C. S. Peirce on Interpretation and Collateral Experience. **Signs - International Journal of Semiotics**, [S. l.], v. 4, p. 134-161, 2010. Disponível em: <https://tidsskrift.dk/signs/article/view/26855>. Acesso em: 23 jan. 2024.

BERGMAN, Mats. Improving Our Habits: Peirce and Meliorism. In: DE WAAL, Cornelis; SKOWRONSKI, Piotr (ed). **The Normative Thought of Charles S. Peirce**. New York: Fordham University Press, p.125-148. 2012.

BERGMAN, Mats. Representationism and Presentationism. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Bloomington, v. 43, n. 1, p. 53-89, 2007. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40321174>. Acesso em: 19 jan. 2024.

BERNSTEIN, R. J. Peirce's theory of perception. In: MOORE, E. C.; ROBIN, R. S. (eds). **Studies in the philosophy of Charles Sanders Peirce**. Amherst: The University of Massachusetts Press, 1964

BORGES, Priscila Monteiro; GAMBARATO, Renira Rampazzo. The Role of Beliefs and Behavior on Facebook: A Semiotic Approach to Algorithms, Fake News, and Transmedia Journalism. **International Journal of Communication**. Los Angeles, Califórnia, v. 13, p. 603-618, 2019.

BOSHMAF, Yazan at all. Design and analysis of a social botnet, **Computer Networks**, [S. l.], v. 57, n. 2, p. 556-578, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.comnet.2012.06.006>. Acesso em 18 jan. 2024

BRASIL. Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 4 de agosto de 2007. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp->

content/uploads/2014/06/04-codigo\_de\_etica\_dos\_jornalistas\_brasileiros.pdf.  
Acesso em: 24 fev. 2023.

BRUNS, Axels. **Are Filter Bubbles Real?** Cambridge, Polity Press, 2019.

BUCZINKA-GAREWCS, Hanna. The interpretant and a system of signs. **Ars. Semiotica**, [s. l.], v. 4, n. 2, p. 187-200, 1981.

CABRAL, Danilo Cezar. O que foi o escândalo Watergate? **Super Interessante**, São Paulo, 14 fev. 2020. Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/o-que-foi-o-escandalo-watergate/>. Acesso em: 24 fev. 2023.

CAPLE, H.; BEDNAREK, M. Rethinking news values: What a discursive approach can tell us about the construction of news discourse and news photography. **Journalism**, v.17, n. 4, p. 435-455, 2016.

CARDOSO, T. Desinformação e ódio: contribuições de Peirce, Simion e Sodré. [s.l.], **Esferas**, n. 29, 21 abr. 2024.

CARDOSO, T.; BARRETO JUNIOR, C. M. Signo, inferência e crença: apontamentos semióticos para dilemas contemporâneos. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, n. 25, 26 dez. 2022.

CARVALHO, Marina Aparecida Sad Albuquerque de. **Do Impresso ao Digital: os desafios da grande reportagem jornalística**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2018.

CHANG, Ho-Chun Herbert; FERRARA, Emilio. Comparative analysis of social bots and humans during the COVID-19 pandemic. **J Comput Soc Sc**, [s.l.], v. 5, p. 1409-1425, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s42001-022-00173-9>. Acesso em: 18 jan. 2024.

COEFICIENTE DE AGRUPAMENTO. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Coeficiente\\_de\\_agrupamento&oldid=65258627](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Coeficiente_de_agrupamento&oldid=65258627). Acesso em: 31 jul. 2024.

COLAPIETRO, Vincent. The Routes of Significance: Reflections on Peirce's Theory of Interpretants. **Cognitio**, São Paulo, v. 5, n. 1, p. 11-27, 2004. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/cognitiofilosofia/issue/view/917>. Acesso em: 25 jan. 2024.

COMISSÃO EUROPEIA. **A multi-dimensional approach to disinformation**: Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2018.

COMO A LUPA faz suas checagens? **Lupa**, Rio de Janeiro, 15 ago. 2024. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-fazemos-nossas-checagens>. Acesso em 20 jan. 2025

COMO FUNCIONA o modelo de negócios da Lupa? **Lupa**, Rio de Janeiro, 28 set. 2023. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-funciona-nosso-modelo-de-negocios>. Acesso em: 20 jan. 2025

DAMASCENO, Daniel; PATRÍCIO; Edgard. Jornalismo e Fact-Checking: fontes oficiais na base da checagem e critérios não explicitados na seleção do que checar orientam a análise de Aos Fatos e Agência Lupa. *In: Encontro Anual da Compós*, 29, 2020, Campo Grande. **Anais [...]**. Campo Grande: Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/eKm9e>. Acesso em: 21 dez. 2020.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. Cartografando controvérsias com as plataformas digitais: apontamentos teórico-metodológicos. **Galáxia**. São Paulo, n. 38, p. 28-39, mai-ago 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1982-2554234208>. Acesso em: 18 abr. 2021.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando Plataformas Online: conceitos e métodos**. Salvador: Edufba, 2020.

DE WALL, Cornelis. **Sobre Pragmatismo**. Trad. Cassiano Terra Rodrigues. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

DINIZ, Amanda Tavares de Melo. Fact-Checking no Ecosistema Jornalístico Digital: Práticas, Possibilidades e Legitimação. **Mediapolis - Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público**. Coimbra, n. 5, p. 23-37, jun. 2017. Disponível em: <https://bityli.com/l4wHb>. Acesso em: 14 jul. 2021

DOBBS, Michael. **The rise of political fact-checking: How Reagan inspired a journalistic movement: a reporter's eye view**. New America Foundation. Fev. 2012. Disponível em: <https://www.issuelab.org/resources/15318/15318.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2020

DOS SANTOS, Ingrid Cristina. **Valores-notícia incorporados ao jornalismo a partir de sites de redes sociais**, 2020. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) - Centro de Comunicação e Expressão, Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/216551>. Acesso em: 24 jan. 2024.

DOURADO, Tatiana. Fact-checking como possibilidade de accountability do jornalismo sobre o discurso político: as três iniciativas brasileiras. *In: Encontro Anual da Anpocs*, 40, 2016, Caxambu. **Anais do 40º Encontro Anual da Anpocs [...]**. São Paulo: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2016. Disponível em: <https://bityli.com/GEmlA>. Acesso em: 20 dez. 2020

DOURADO, Tatiana Maria Silva Galvão Dourado. **Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil**. 2020. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporânea) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2020. Disponível em: <https://bityli.com/P4wY7>. Acesso em: 14 jul. 2021.

EILDERS, C. News factors and news decisions: Theoretical and methodological advances in Germany. **Communications**, v. 31, n.1, p. 5-24, 2006.

EM NOVA fase, CoronaVerificado é base para análises sobre desinformação em torno da Covid-19. **Lupa**, Rio de Janeiro, 8 jun. 2020. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2020/06/08/coronaverificado-unesco-serrapilheira-lupa>. Acesso em: 20 jan. 2025

ENDEREÇO IP. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Endere%C3%A7o\\_IP&oldid=67111664](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Endere%C3%A7o_IP&oldid=67111664). Acesso em: 1º ago. 2023.

ENTENDA as etiquetas da Lupa. **Lupa**, Rio de Janeiro, 22 nov. 2023 Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/entenda-nossas-etiquetas>. Acesso em: 20 jan. 2025.

ESPOSITO, Joseph L. Synechism, Socialism, and Cybernetics. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 9, n. 2, p. 63-78, 1973. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40319676>. Acesso em 26: jan. 2024.

ESPOSITO, Joseph L. Synechism: the Keystone of Peirce's Metaphysics. **The Commens Encyclopedia**: The Digital Encyclopedia of Peirce Studies, 2005.

FERRARA, Emilio. Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017. French Presidential Election. **First Monday**, Chicago, v. 22, n. 8, 31 jul. 2017. Disponível em: <https://bityli.com/ysc7a>. Acesso em: 14 jul. 2021.

FERRARA, Emilio. What types of COVID-19 conspiracies are populated by Twitter bots?. **First Monday**, [S. l.], v. 25, n. 6, 2020a. DOI: 10.5210/fm.v25i6.10633. Disponível em: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/10633>. Acesso em: 18 jan. 2024.

FERRARA, Emilio. #COVID-19 on Twitter: Bots, Conspiracies, and Social Media Activism. ArXiv abs/2004.09531, 2020b. Disponível em: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2004.09531>. Acesso em: 18 jan. 2024.

FERRARA *et al.* The rise of social bots. **Communications Of the ACM**, [s. l.], v. 59, n. 7, p. 96-104, jul. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1145/2818717>. Acesso em: 18 jan. 2024.

FERRARI, Pollyana. Contra fake news, educação. In: FERRARI, Pollyana (Org.). **Fluido, Fluxo**. Reflexões sobre imagens voláteis, gênero, pós-verdade, fake news e consumo neste tempo de espirais fluidas. Porto Alegre: Editora Fi, p. 43-51, 2018a.

FIGHTING the Infodemic: The #CoronaVirusFacts Alliance. **Poynter**, São Petesburgo, [Jan. 2023]. Disponível em: <https://www.poynter.org/coronavirusfactsalliance/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

FINANCIAMENTO COLETIVO. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. [s. l.], 2023. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento\\_coletivo](https://pt.wikipedia.org/wiki/Financiamento_coletivo). Acesso em: 24 fev. 2023.

FITZGERALD, John. **Peirce's Theory of Signs as a Foundation for Pragmatism**. The Hague: Mouton, 1966.

FOUCAULT, Michel. **An Introduction**. Vol. 1 of The History of Sexuality. New York: Vintage, 1980.

GALA, Adelino de Castro Oliveira Simões; BALDI, Vania. Quem averigua as notícias, os algoritmos ou jornalistas? A lógica crítica de C. S. Peirce como processo de identificação de uma Fake News. **Âmbitos**. Revista Internacional de Comunicación. [S. l.], n. 46, p. 241-260, 2019. Disponível em: <https://bityli.com/jDHqj>. Acesso em: 14 jul. 2021.

GALTUNG, J.; RUGE, M. The structure of Foreign news: The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. **Journal of Peace Research**, v. 2, n. 1, p. 64-90, 1965.

GANS, H. Broadcasters and Audience Values in the Mass Media - the Image of Man in American Television News. **Transactions of the Sixth World Congress of Sociology**, Evian, 4-11 Set. 1966, International Sociological Association, 1970.

GANS, H. **Deciding What's News**. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, News, Newsweek and Time. Nova Iorque: Pantheon Books, 1979.

GARCÍA-PERDOMO *et al.* To Share or Not to Share: The influence of news values and topics on popular social media content in the United States, Brazil, and Argentina. **Journalism Studies**, v. 19, n. 8, p. 1180-1201, 2018.

GILLESPIE, T. A relevância dos algoritmos. **Parágrafo**, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 95-121, 2018. Disponível em: <http://bit.ly/38VfMq5>. Acesso em: 22 jan. 2023.

GILLESPIE, T. The politics of 'platforms'. **New Media & Society**, [S. l.], v. 12, n. 3, p. 347-364, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>. Acesso em: 22 jan. 2023

GOLDING, Peter; ELLIOTT, Philip. **Making the news**. Harlow: Longman, 1979.

GOMES, Wilson da Silva; DOURADO, Tatiana. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Florianópolis, v. 16, n. 2, p. 33-45, jul-dez de 2019. Disponível em: <https://bityli.com/kAmFc>. Acesso em: 14 jul. 2021.

GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. 2013. Tese (Doutorado em Jornalismo) - Faculdade de Artes e Ciências, Universidade de Columbia, Nova Iorque, 2013.

GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism**. Nova Iorque, Columbia University Press, 2016.

GUARDA, Rebeka Figueiredo; OHLSON, Marcia Pinheiro; ROMANINI, Vinicius. Disinformation, dystopia and post-reality in social media: a semiotic-cognitive perspective. **Education for Information**. Amsterdã, v. 34, n. 3, p. 185-197, 2018. Disponível em: <https://bityli.com/WZbPJ>. Acesso em: 14 jul. 2021.

HAACK, Susan. Not Cynicism, but Synechism: Lessons from Classical Pragmatism. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 41, n. 2, p. 239-253, 2005. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40321069>. Acesso em: 26 jan. 2024.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is News? Galtung and Ruge revisited. **Journalism Studies**, v. 2, n. 2, p. 261-280, 2001.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. What is News?: News values revisited (again). **Journalism Studies**, v. 18, n. 12, p. 1470-1488, 2 dez. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1150193>. Acesso em: 24 jan. 2024.

HAUSMAN, Carl R. In and out of Peirce's Percepts. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Bloomington, v. 26, n. 3, p. 271-308, 1990. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320288>. Acesso em: 26 jan. 2024.

HAUSMAN, Carl R. Peirce's Semeiotic Applied to Perception – The Role of Dynamic Objects and Percepts in Perceptual Interpretation. **Cognitio**, v. 7, n. 2, p. 231-246, 2006.

HOUSER, Nathan. Social Minds and the Fixation of Belief. *In*: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, p. 379-400, 2016.

IBRI, Ivo. O crepúsculo da realidade e a ironia melancólica do sucesso brilhante e duradouro: reflexões sobre os interpretantes emocionais e lógicos nos modos peircianos de fixação das crenças. **Veritas**. Porto Alegre, v. 63, n. 3, p. 921-932, set.-dez. 2018. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/veritas/article/view/30293>. Acesso em: 21 nov. 2021.

IBRI, Ivo. Verdade e Continuum. **Hypnos**. São Paulo, n. 2, p. 280-299, 2º semestre 1999. Disponível em: <https://bit.ly/36OiAUQ>. Acesso em: 20 jul. 2021

INTERNATIONAL Fact-Checking Network Transparency Statement. **Poynter**, São Petesburgo, [24 set. 2025]. Disponível em: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-transparency-statement/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

ISAAC, Mike; WAKABAYASHI, Daisuke. Russian Influence Reached 126 Million Through Facebook Alone. **Site do The New York Times**. Washington, 30 out. 2017. Disponível em: <https://bityli.com/eKJbb>. Acesso em: 14 jul. 2021.

JENKINS, Henry. Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. **Blog Confessions of an Aca-fan**, 12 dez. 2009b. Disponível em: <https://goo.gl/Y6uvMC>. Acesso em: 31 jan. 2021.

JENKINS, Henry. The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, Two Actually. Five More on Friday). **Blog Confessions of an Aca-fan**, 12 dez. 2009a. Disponível em: <https://goo.gl/32u6c4>. Acesso em: 31 jan. 2021.

JENKINS, Henry. Transmedia Education: The 7 Principles Revisited. **Blog Confessions of an Aca-fan**, 21 jun. 2010. Disponível em: <https://bityli.com/hij0l>. Acesso em: 31 jan. 2021.

JENKINS, Henry. Transmedia Logics and Locations. In: BENJAMIN W. L.; KURTZ, Derhy; BOURDAA; Mélanie (ed). **The Rise of Transtexts: Challenges and Opportunities**. New York: Routledge, p. 220-240, 2017.

JENKINS, Henry. Transmedia storytelling. Moving characters from books to films to videogames can make them stronger and more compelling. **Blog Confessions of an Aca-fan**, 15 jan. 2003. Disponível em: <https://bityli.com/IDW1M>. Acesso em: 14 jul. 2021.

JOHANSEN, J. D. Prolegomena to a semiotic theory of text interpretation. **Semiotica**, [s. l.], v. 57, n. ¾, p. 225-288, 1985.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LAZER, David M. J. *et al.* The science of fake news. Addressing fake news requires a multidisciplinary effort. **Science**. [S. l.], v. 359, p.1094-1096, 9 mar. 2018. Disponível em: <https://bityli.com/Y4WKo>. Acesso em: 14 jul. 2021.

LELO, Thales. A expansão do Fact-Checking no Brasil: entre o ideal da participação e os dilemas da plataformização. In: Encontro Anual da Compós, 30, 2021, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2021/papers/a-expansao-do-fact-checking-no-brasil-entre-o-ideal-da-participacao-e-os-dilemas-da-plataformizacao>. Acesso em: 21 nov. 2021.

LEWIS, Paul; HILDER, Paul. Leaked: Cambridge Analytica's blueprint for Trump victory. **Site do The Guardian**. São Francisco, 23 mar. 2018. Disponível em: <https://bityli.com/w1hrl>. Acesso em: 14 jul. 2021.

LISZKA, James Jakób. Morality and Ethics in the Work of Charles Peirce. In: DE WALLL, Cornelis. (Ed). **The Oxford Handbook of Charles S. Peirce**. Nova Iorque: Oxford University Press, p. 200-223, 2024.

LISZKA, James Jakób. Peirce's convergence theory of truth redux. **Cognitio**. São Paulo, v. 20, n. 1, p. 91-112, jan./jun. 2019. Disponível em: <https://bityli.com/wNnwZ>. Acesso em: 11 maio 2021.

LISZKA, James Jakób. Peirce's Interpretant. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 26, n. 1, p. 17-62, 1990. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320270>. Acesso em: 26 jan. 2024.

LONG-FORM Journalism. *In*: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. [s. l.], 2022. Disponível em: [https://en.wikipedia.org/wiki/Long-form\\_journalism](https://en.wikipedia.org/wiki/Long-form_journalism). Acesso em: 24 fev. 2023.

MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio (Orgs). **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2015.

MARX *et al.* Conspiracy Machines' - The Role of Social Bots during the COVID-19 'Infodemic'. Australasian Conference on Information Systems (ACIS). **Anais...**, 2020. Disponível em: <https://aisel.aisnet.org/acis2020/82>. Acesso em: 18 jan. 2023.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Site da Folha de São Paulo**. São Paulo, 18 out. 2018. Disponível em: <https://bityli.com/71nBZ>. Acesso em: 14 jul. 2021.

MEYERS, Robert G. Peirce's "Cheerful Hope" and the Varieties of Realism. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 41, n. 2, p. 321-341, primavera 2005. Disponível em: <https://bit.ly/2VVDO0z>. Acesso em: 11 abr. 2021

MICHAEL, Fred. Two Forms of Scholastic Realism in Peirce's Philosophy. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 24, n. 3, p. 317-348, verão 1988. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320219>. Acesso em: 31 out. 2021.

NESHER, Dan. A pragmatic theory of meaning: a note on Peirce's 'last' formulation of the pragmatic maxim and its interpretation. **Semiotica**. [s. l.], 44(3/4), p. 203-257, 1983.

NESHER, Dan. Are There Grounds for Identifying 'Ground' with 'Interpretant' in Peirce's Pragmatic Theory of Meaning? **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 20, n. 3, p. 303-324, 1984. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320054>. Acesso em: 19 jan. 2024.

NESHER, Dan. Peirce's Essential Discovery: 'Our Senses as Reasoning Machines' Can Quasi-Prove Our Perceptual Judgments. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 38, n. 1/2, p. 175-206, 2002. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320887>. Acesso em :19 jan. 2024.

NOSSA EQUIPE. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2023]. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/nossa-equipe/>. Acesso em: 27 fev. 2023.

NÖTH, Winfried. From Representation to Thirdness and Representamen to Medium: Evolution of Peircean Key Terms and Topics. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 47, n. 4, p. 445-481, 2011. Disponível em: <https://doi.org/10.2979/trancharpeirsoc.47.4.445>. Acesso em: 19 jan. 2024.

NÖTH, Winfried. Habits, Habit Change, and the Habit of Habit Change According to Peirce. In: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, p. 35-64, 2016.

NÖTH, W.; AMARAL, G. R. A teoria da informação de Charles S. Peirce. **TECCOGS: Revista Digital de Tecnologias Cognitivas**, v. 0, n. 5, 2011.

O QUE É a Lupa. **Lupa**, Rio de Janeiro, 6 set. 2024. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-checadas>. Acesso em: 20 jan. 2025.

O QUE FAZ: OSINT Analyst (Open Source Intelligence). **SCT**, [s.l.], 13 out. 2023. Disponível em: <https://www.scttic.com/glossario/o-que-faz-osint-analyst-open-source-intelligence/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

OLAVO DE CARVALHO. In: **Wikipédia**, a enciclopédia livre. Flórida: Wikimedia Foundation, 2024. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Olavo\\_de\\_Carvalho&oldid=67974695](https://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Olavo_de_Carvalho&oldid=67974695). Acesso em: 1º ago. 2024.

PARISIER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PEIRCE, Charles S. **Collected Papers**. 8 vols. Cambridge: Harvard University Press, 1931-1958 [As referências serão designadas por CP, seguido por volume, ponto e número do parágrafo].

PEIRCE, Charles S. **Historical perspectives on Peirce's logic of science: A history of science**. 2 vols, ed. C. Eisele. Berlin: Mouton Publishers, 1865-1913 [As referências serão designadas por HP, seguido por volume, dois pontos e página].

PEIRCE, Charles S. **Manuscritos** - Os manuscritos de Peirce na Biblioteca da Universidade Tecnológica do Texas (Instituto de Estudos do Pragmaticismo), começando com MS - ou L para carta (*letter* em inglês) - e seguidos por um número, referem-se ao sistema de identificação estabelecido por Richard R. Robin no Annotated Catalogue of the Papers of Charles S. Peirce (Amherst: University of Massachusetts Press, 1967), disponível em: <https://bit.ly/2UgolCj>, acesso em: 15 jul. 2021; ou em Richard R. Robin, "The Peirce Papers: A Supplementary Catalog," Transactions of the Charles S. Peirce Society. Alguns dos manuscritos estão disponíveis *online* em: <https://bit.ly/3rb0RA0>. Acesso em: 15 jul. 2021.

PEIRCE, Charles S. **The Essencial Peirce**. Bloomington, 1992, 1988. 2v [As referências serão designadas por EP, seguido pelo número do volume, dois pontos e número da página].

PEIRCE, Charles S. **Writings of Charles S. Peirce: A chronological edition**. 6 vols. Bloomington: Indiana University Press, 1867-1913 [As referências serão designadas por W, seguido pelo número do volume, dois pontos e número da página].

PEIRCE, C. S. **Semiótica**. Tradução: José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 1999.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo, Contexto, 2008.

PIMENTA, Francisco. **Ambientes multicódigo, efetividade comunicacional e pensamento mutante**. São Leopoldo, Unisinos, 2016.

PIMENTA, Francisco. Semiótica, contexto multicódigo e o Design. **Caligrama**. São Paulo. Online: v. 1, n. 1, 2005.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. São Leopoldo, **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**, v. 22, n. 1, p. 2-10, janeiro/abril 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>. Acesso em: 19 jan. 2024.

POLÍTICA editorial. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2024]. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/politica-editorial/>. Acesso em: 23 jan. 2025.

POTTER, Vincent G.; SHIELDS, Paul B. Peirce's Definitions of Continuity. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 13, n. 1, p. 20-34, 1977. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40319797>. Acesso em: 24 mar. 2021.

QUEM faz a Lupa acontecer. **Lupa**, Rio de Janeiro, [2024]. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional>. Acesso em: 20 jan. 2025.

QUEM SOMOS. **Aos Fatos**, Rio de Janeiro, [2024]. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/quem-somos/>. Acesso em: 21 jan. 2025

RECUERO, Raquel. **Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil: relatório, resultados e estratégias de combate**. Pelotas, MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021. Disponível em: <https://wp.ufpel.edu.br/midiars/files/2021/05/Desinformac%CC%A7a%CC%83o-covid-midiars-2021-1.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2021.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe. O discurso desinformativo sobre a cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso. **E-Compós**, 2020. Pré-print SciELO. Disponível em: <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/84/1022>. Acesso em: 18 abr. 2021.

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a Desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, abr./jul. 2021. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>. Acesso em: 18 abr. 2021.

RIBEIRO, D. M.; MENDES, C.; ALZAMORA, G. A relação entre crença e verdade no contexto da desinformação: abordagens semióticas sobre os atentados de oito de janeiro. Anais do 32º Encontro Anual da COMPÓS. **Anais...**São Paulo: Galoá, 2023. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2023/trabalhos/a->

relacao-entre-crenca-e-verdade-no-contexto-da-desinformacao-abordagens-semioti?lang=pt-br. Acesso em: 13 nov. 2024.

RIBEIRO, Daniel Melo; PAES, Fábio Amaral Oliveira. Verdade e crença sob a perspectiva do pragmatismo: contribuições para o debate sobre a desinformação científica. *In*: ALZAMORA, Geane; MENDES, Conrado Moreira; RIBEIRO, Daniel Melo (Orgs.). **Sociedade da desinformação e infodemia**. Belo Horizonte, MG: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2021.

ROMANINI, Anderson Vinicius; GUARDA, Rebeka Figueiredo da. Fixação de Crenças, Big Data e Fake News: a campanha de difamação contra Marielle Franco. **Cognio-Estudos**. Revista Eletrônica de Filosofia. São Paulo, v. 16, n. 1, p. 88-101, jan.-jun., 2019. Disponível em: <https://bityli.com/yLZ1x>. Acesso em: 14 jul. 2021.

ROMANINI, Anderson Vinicius; OHLSON, Márcia Pinheiro. De elos bem fechados: o pragmatismo e a semiótica peirceana como fundamentos para a tecnologia blockchain utilizada no combate às fake news. **Revista Comunicare**. São Paulo, v. 18, ed. 2, 2º semestre 2018. Disponível em: <https://bityli.com/gc9i5>. Acesso em: 14 jul. 2021.

ROMANINI, V.; RIPOLL, L.; OHLSON, M. Análise do conceito de desinformação a partir da semiótica de Peirce. **Linguistic Frontiers**, v. 5, n. 2, p. 61-68, 1 set. 2022.

ROSEMBERG, Matthew; CONFESSORE, Nicholas; CADWALLADR, Carole. How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions. **Site do The New York Times**. Londres, 18 mar. 2018. Disponível em: <https://nyti.ms/3ihkFh6>. Acesso em: 14 jul. 2021.

ROSENTHAL, Sandra B. Peirce's Ultimate Logical Interpretant and Dynamical Object: A Pragmatic Perspective. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 26, n. 2, p. 195-210, 1990. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320280>. Acesso em: 31 jul. 2021.

RUEDIGER, Marco Aurélio; GRASSI, Amaro (Coords.). **Desinformação On-Line e Eleições no Brasil**: a circulação de links sobre desconfiança no sistema eleitoral brasileiro no Facebook e no YouTube (2014-2020). Rio de Janeiro, FGV DAPP, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3BaFXWC>. Acesso em: 14 jul. 2021.

SANTAELLA, Lucia. A semiótica das fake news. **Verbum**. Cadernos de pós-graduação. ISSN 2316-3267, v. 9, n. 2, p. 9-25, 30 set. 2020.

SANTAELLA, Lucia. **A Teoria Geral do Signo**. São Paulo: Cengage, 2000.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da Linguagem e do Pensamento**. Sonora, visual, verbal. São Paulo: Iluminuras, 2005.

SANTAELLA, Lucia. 2007 Presidential Address: Pervasive Semiosis. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 45, n. 3, p. 261-272, 2009. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/10.2979/TRA.2009.45.3.261>. Acesso em 24 mar. 2021.

SANTAELLA, Lucia. The Originality and Relevance of Peirce's Concept of Habit. *In*: WEST, Donna E; ANDERSON, Myrdene (eds). **Consensus on Peirce's**. Concept of Habit Before and Beyond Consciousness. Cham, Suíça: Springer International Publishing, p. 153-170, 2016.

SANTIA, G.C.; MUJIB, M. I. WILLIAMS, J. R. Detecting Social Bots on Facebook in an Information Veracity Context. *In*: **Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media**, p. 463-472, 2019. Disponível em: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/3244>. Acesso em: 19 jan. 2024.

SAVAN, David. **An introduction to C. S. Peirce's full system of semiotic**. Toronto, Victoria College of the University of Toronto (Monograph series of the Toronto Semiotic Circle, 1), 1976.

SCHLESINGER. **Putting 'Reality' Together**. Londres: Methuen, 1978.

SCHUDSON, M. **Discovering the News**. New York: Basic Books, 1978.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal**: a prática de fact-checking no Brasil. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <https://bit.ly/3rdwWat>. Acesso em: 31 jan. 2021.

SEIBT, Taís; FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. Transparência como princípio normativo do jornalismo: a prática do fact-checking no Brasil. **Comunicação Pública** [Online], Lisboa, v.14 n. 27, 2019. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/4806>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SHOEMAKER, P.; REESE S. **Mediating the Message in the 21st Century**: A Media Sociology Perspective. Abingdon: Routledge, 2014.

SHORT, Thomas. Normative Science? **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 48, n. 3, p. 310-334, 2012.

SHORT, T. L. Semiosis and Intentionality. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Bloomington, v. 17, n. 3, p. 197-223, 1981. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40319923>. Acesso em: 14 jan. 2025.

SIGNATORIES. **Poynter**, São Petesburgo, [Dez. 2024]. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>. Acesso em: 24 fev. 2023.

SOARES, Felipe Bonow *et al.* Research note: Bolsonaro's firehose: How Covid-19 disinformation on WhatsApp was used to fight a government political crisis in Brazil. **Harvard Kennedy School Misinformation Review**. Cambridge (Massachusetts), v. 1, jan. 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3epwm4p>. Acesso em: 15 jul. 2021.

SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel. Hashtag Wars: Political Disinformation and Discursive Struggles on Twitter Conversations During the 2018 Brazilian Presidential Campaign. **Social Media + Society**. [s. l.], v. 7, abr. 2021a. Disponível em: <https://bit.ly/2URUEwL>. Acesso em: 15 jul. 2021.

SOARES, Felipe Bonow; RECUERO, Raquel. How the Mainstream Media Help to Spread Disinformation about Covid-19. **M/C Journal**, [S. l.], v. 24, n. 1, 2021b. Disponível em: <https://bit.ly/2UdWdoZ>. Acesso em: 15 jul. 2021.

STENCEL, Mark; RYAN, Erika; LUTHER, Joel. With half the planet going to the polls in 2024, fact-checking sputters. **Duke Reporters' Lab**. 30 maio 2024. Disponível em: <https://reporterslab.org/category/fact-checking/>. Acesso em: 20 jan. 2025.

SULLIVAN, Denis F. Peirce's Notion of Pre-Perceptual Cognition: A Reinterpretation. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**. Bloomington, v. 12, n. 2, p. 182-198, 1976. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40319769>. Acesso em: 19 jan. 2024.

TANDOC Jr. Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining "Fake News", **Digital Journalism**, [S. l.], v. 6, n. 2, p. 137-153, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em: 28 dez. 2020.

THAYER, H. S. Peirce and Truth: Some Reflections. **Transactions of the Charles S. Peirce Society**, Bloomington, v. 32, n. 1, p. 1-10, inverno 1996. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/40320584>. Acesso em: 19 jul. 2021.

THAYER, H. S. Peirce on Truth. In: SUMNER, Leonard; SLATER, John G.; WILSON, Fred. **Pragmatism and Purpose**. Toronto, University of Toronto Press, p. 121-132, 1981. Disponível em: <https://bityli.com/3wwrC>. Acesso em: 17 jul. 2021.

THE COMMITMENTS of the code of principles. **Poynter**, São Petesburgo, [Dez. 2020]. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>. Acesso em: 20 jan. 2025.

TIMBERG, Craig. Russian propaganda may have been shared hundredsof millions of times, new research says. **Site do The Washington Post**. [S. l.], 5 out. 2017. Disponível em: <https://wapo.st/3wMRaci>. Acesso em: 15 jul. 2021.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. Porque as notícias são como são. Vol. 1, 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. The Epistemology of Fact Checking. **Critical Review**, v. 25, n. 2, p. 162-180, 2013. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08913811.2013.843872?needAccess=true>. Acesso em: 20 dez. 2020.

UYHENG, Joshua; CARLEY, Kathleen M. Bots and online hate during the COVID-19 pandemic: case studies in the United States and the Philippines. **J Comput Soc Sc**, [s.l.], v. 3, p. 445-468, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s42001-020-00087-4>. Acesso em: 19 jan. 2024.

VAN DIJCK, Jose. **The Culture of Connectivity: a critical history of social media**. Nova York: Oxford University Press, 2013.

VAN DIJCK, Jose; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The Plataform Society:** public values in a connective world. Nova York: Oxford University Press, 2018.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**. [s. l.], v. 359, p. 1146-1151, 9 mar. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3enwott>. Acesso em: 15 jul. 2021.

WARDLE, Claire. The Need for Smarter Definitions and Practical, Timely Empirical Research on Information Disorder. **Digital Journalism**, v. 6, n. 8, p. 951-963, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1502047>. Acesso em: 12 jul. 2021.

WARDLE, Claire; HOSSEIN, Derakhshan. **Information Disorder:** Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Strasbourg: Council of Europe, 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Editorial Presença, 1999.

YOUNG *et al.* Disrupting the COVID-19 Misinfodemic With Network Interventions: Network Solutions for Network Problems. **American journal of public health**, [s.l.], v. 111, n. 3, p. 514–519, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.2105/AJPH.2020.306063>. Acesso em: 18 jan. 2024.

## APÊNDICE A – ANÁLISES

### Ficha de Análise Lupa 1

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que STF afastou Bolsonaro do controle de ações estratégicas contra pandemia de Covid-19</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 01/07/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/01/verificamos-stf-bolsonaro-covid/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/01/verificamos-stf-bolsonaro-covid/</a>. Acesso em 12 jun. 2023.</p>                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Fato: STF afastou Bolsonaro do controle de ações estratégicas contra pandemia de Covid-19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>116</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção parece ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de documentos e da publicação de outra agência de verificação que confirma o que está sendo dito. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Não afastou;</li> <li>- “controle” ressaltado pelas aspas no próprio texto da checagem;</li> <li>- “Na realidade” como forma de contraposição de informações;</li> <li>- “Autonomia” de governadores e prefeitos;</li> <li>- “Contudo”, conjunção adversativa seguida da informação de que o Governo Federal poderia agir, sem “Interferir”</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Cita ADIs e ADPF, incluindo links para os respectivos processos, como indicação de prova do ponto defendido e, portanto, funcionando como sinssigno indicial discente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Indica que o presidente compartilhou informação falsa apontando como prova uma postagem no Twitter, outra forma de sinssigno indicial discente. Também coloca no corpo do texto um print de imagem que circulou no Facebook afirmando que STF afastou Bolsonaro das ações de controle da pandemia de Covid-19.</p>                                                                                                                                                                                                                                                        |

<sup>116</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores de que o Governo federal não foi afastado das ações de combate à pandemia de Covid-19, uma conduta ética controlada e deliberada.</i></p> <p><i>Contudo, é contrário a esse fim ético o fato de não ter sido oferecido o direito de resposta à presidência da república. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de imagens (prints screens) com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de diferentes códigos em maior quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo</i></p> | <p>Ratifica a qualificação do fato como falso por meio de falas públicas dos ministros, trazendo links para matérias que relatam essas falas, o que também funciona como sinsigo indicial dicente.</p> <p>Confirma a checagem citando que a Agência Aos Fatos classificou o mesmo fato como falso. Dessa forma, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta</p> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p><i>também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que o STF não afastou o Governo Federal das ações de combate à pandemia de Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do</i></p> |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i> |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                                                                                              | Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i> .                                         |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b>                                                                     | O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de documentos, postagens nas redes sociais e falas de ministros do STF. |
|                                                                                                                                               | Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação.                                                                                                                    |

### Ficha de Análise Lupa 2

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que mortes por pneumonia e insuficiência respiratória estão sendo contabilizadas como Covid-19</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 10/08/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/08/10/verificamos-portal-pneumonia/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/08/10/verificamos-portal-pneumonia/</a>.</p> <p>Acesso em 22 jun. 2023.</p>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Fato: mortes por pneumonia e insuficiência respiratória estão sendo contabilizadas como Covid-19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>117</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção parece ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de links para outras publicações que tratam sobre o mesmo problema e prints para consultas realizadas acerca da temática. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos</i></p> | Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam reforçar o motivo de o fato ser falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “não foram registrados como Covid-19”;</li> <li>- “sessão específica” relativa à Covid-19 e outras doenças respiratórias;</li> <li>- “não são atualizados em tempo real”;</li> <li>- “inconsistência de dados” enviados por cartórios;</li> <li>- “dados usados equivocadamente” para desinformação</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Cita o portal da transparência do Registro Civil, incluindo link, que diferencia as causas de morte por Covid-19, pneumonia e insuficiência respiratória, e reforça que foi criada uma sessão específica para dados do Covid, tudo isso como indicação de prova do ponto defendido e, portanto, funcionando como sinssigno indicial discente.                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Apresenta printScreens de consultas feitas ao portal da transparência do Registro Civil com os números relativos às mortes registradas por pneumonia, insuficiência respiratória e Covid-19 em 2019 e 2020, como forma de comparação, para ratificar ponto defendido, mais um sinsigno indicial discente.</p> <p>Também há um print do que parece ser uma conversa em aplicativos de mensagens que indica a origem de</p>                                                                                                                  |

<sup>117</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>jornalistas<br/>checadores em<br/>conscientizar seus<br/>leitores de que não<br/>há indícios sobre a<br/>contabilização de<br/>mortes por<br/>pneumonia e<br/>insuficiência<br/>respiratória como<br/>por Covid-19, uma<br/>conduta ética<br/>controlada e<br/>deliberada.</i></p> <p><i>Contudo, é contrário<br/>a esse fim ético o<br/>fato de a checagem<br/>não tratar sobre<br/>uma possível<br/>confusão entre<br/>diferentes causas<br/>de morte ainda no<br/>hospital, tendo em<br/>vista que os dados<br/>apontam, apenas,<br/>para a diferenciação<br/>de causas no<br/>registro de óbitos.</i></p> <p><i>No âmbito da<br/>estética,<br/>relacionada à<br/>Primeiridade, a<br/>presença de uma<br/>imagem com o<br/>código verbal<br/>caracteriza o<br/>sinestésico dos<br/>ambientes<br/>multicódigo que<br/>tendem a gerar<br/>sensações de<br/>permanente<br/>compartilhamento<br/>comunicacional, o<br/>que poderia ser<br/>amplificado com o<br/>uso de diferentes<br/>códigos em maior</i></p> | <p>uma informação fornecida no texto pela agência de checagem como prova do que está sendo dito e, portanto, funcionando também como sinsigno indicial dicente.</p> <p>Oferece link para reportagem da Folha de S.Paulo sobre a inconsistência dos dados enviados pelos cartórios, reforçando que o problema é anterior à Covid-19, possibilitando a interpretação de que não ocorre por causa da pandemia. Também há um link para outro conteúdo da própria agência, reforçando que os dados do portal da Transparência do Registro Civil têm sido usados equivocadamente de forma recorrente. Os dois links também se apresentam como uma forma de sinsigno indicial dicente. Além disso, confirmam as informações apresentadas anteriormente e, portanto, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que as mortes por pneumonia e insuficiência respiratória não estão sendo contabilizadas como Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i>.</p>                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos dados que reforçam a falsidade.</p> <p>Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação.</p> |

### Ficha de Análise Lupa 3

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que estudo com 60 mil pessoas na Espanha mostre 'ineficácia das quarentenas'</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 22/05/2020</p> <p>Link para o conteúdo:<br/> <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/05/22/verificamos-estudo-60-mil-pessoas-espanha-ineficacia-quarentenas/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/05/22/verificamos-estudo-60-mil-pessoas-espanha-ineficacia-quarentenas/</a>. Acesso em 5 jul. 20223.</p>                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Fato: estudo mostra ineficácia das quarentenas para evitar contágio por Covid-19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>118</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência com a presença do link para o relatório preliminar de pesquisa que embasa a redação da checagem. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam reforçar o motivo de o fato ser falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “categoria específica para comparar o nível de contágio”;</li> <li>- “mas não especifica percentuais”;</li> <li>- “Ainda assim, 5,8% dos trabalhadores em atividade apresentaram imunização (...), tiveram contato com o vírus e desenvolveram defesa (...). Foi a segunda maior taxa registrada”;</li> <li>- “Recorte dos trabalhadores em atividades em dois grupos. (...) Não é possível saber, no entanto, quantas dessas pessoas estavam em isolamento”.</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Faz um breve resumo do estudo que está citado nas peças desinformativas e explica que algumas conclusões iniciais da pesquisa foram divulgadas em um relatório preliminar cujo link incluem na checagem. Nesse relatório, estão todas as informações que a checagem apresenta para caracterizar o fato como falso e, portanto, funciona como prova do ponto defendido, ou seja, como sinssigno indicial discente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>Apresenta printScreen da página na internet de onde partiu o compartilhamento e, mais a frente, traz uma frase com a desinformação que está sendo circulada. A legenda de ambos, print e frase, é a mesma “Título</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

<sup>118</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>leitores de que o estudo não indica ineficácia da quarentena, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, é contrário a esse fim ético o fato de a checagem trazer apenas uma prova do que está sendo dito. Poderia ser informada, também, por exemplo, a página na internet da pesquisa citada, o que permitiria aos usuários acompanharem demais passos do estudo. Aliado a isso, enfraquece o fim ético a presença de um sinsigno indicial mais remático com a repetição da mesma legenda para conteúdos diferentes. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de diferentes</i></p> | <p>de texto do site Gazeta Brasil que, até as 16h de 22 de maio de 2020, tinha 520 compartilhamentos no Facebook”. Ambos são uma tentativa de apontar, ser uma prova da desinformação, e, portanto, um sinsigno indicial dicente. Contudo, a repetição da mesma legenda para conteúdos diferentes pode causar dúvida, trazendo um componente icônico que faz do sinsigno indicial mais remático do que discente.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*códigos em maior quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que o estudo em questão não mostra a ineficácia das quarentenas. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i>.</p>                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                               | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos dados que reforçam a falsidade.</p> <p>Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação.</p> |

### Ficha de Análise Lupa 4

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que distribuição de ivermectina permitiu que a África controlasse pandemia de Covid-19</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 06/08/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/08/06/verificamos-ivermectina-africa-covid/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/08/06/verificamos-ivermectina-africa-covid/</a>. Acesso em 7 jul. 2023.</p>                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Fato: Ivermectina permitiu à África controlar a pandemia de Covid-19                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>119</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção parece ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de documentos, de publicações de outras iniciativas de verificação e do direito de resposta ao médico que aparece no conteúdo desinformativo. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Não há evidências científicas”;</li> <li>- “Tampouco foi possível encontrar evidências de que ‘milhares de doses’ (...) estão sendo distribuídas”;</li> <li>- “Aceleração nos casos de Covid-19”;</li> <li>- “Aumento de casos foi menor (...) vistos com cautela”;</li> <li>- “reimplementar restrições parciais de isolamento social devido a um aumento de casos”;</li> <li>- “rápido crescimento na transmissão”;</li> <li>- “Em menos de cinco meses (...) ultrapassou o número de vítimas fatais do surto de Ebola”;</li> <li>- “não citou qualquer evidência de distribuição em larga escala do medicamento”;</li> <li>- “Ainda não há comprovação”;</li> <li>- “Não existem estudos conclusivos”;</li> <li>- “Não há qualquer remédio (...) que possa prevenir ou tratar a infecção pelo coronavírus”.</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Inclui links para pesquisas no Google (“Ivermectin distribution in – nome de um dos quatro países mais populosos da África - covid-19”) e um link para um site denominado clinicaltrials.gov, com a apresentação de uma pesquisa relativa ao tema desenvolvida pela Zagazig University, no Egito, como prova de que não</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

<sup>119</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre a falta de indícios de que a ivermectina controlou a pandemia de Covid-19 na África, uma conduta ética controlada e deliberada. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de diferentes códigos em maior quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sígnicas, o que proporciona</i></p> | <p>foi encontrada evidência da distribuição de Ivermectina no continente africano. Os links, portanto, funcionam como sinssigno indicial discente.</p> <p>Confirma a falsidade do fato ao citar e incluir links, de forma a reforçar os sinsignos indiciais discentes, para:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Dados do Centro de Controle e Prevenção da África;</li> <li>- Notícia no site da Organização Mundial da Saúde (OMS) sobre a aceleração de casos de Covid-19 no continente, chegando a 500 mil infectados e superando o número de mortes que ocorreram pelo surto de Ebola;</li> <li>- Boletim da OMS relatando um aumento de casos menor no continente (não está mais funcionando).</li> </ul> <p>Contudo, traz novamente link para notícia anterior que atenta para a subnotificação da doença na África.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reportagem da Agência Brasil com entrevista a pesquisador que explica o motivo para a doença demorar a se espalhar por todo o continente: o início se deu pelas áreas com mais conexões com outras partes do mundo para, então, atingir demais regiões do continente.</li> </ul> <p>Traz as seguintes informações sobre a Ivermectina, de forma a explicar a origem do boato e reforçar a falta de comprovação do uso do medicamento relacionado a Covid-19, em mais uma tentativa de aproximação do sinsigno indicial dicente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para estudo publicado no periódico Antiviral Research apontando que a Ivermectina impediu a replicação do SARS-CoV-2, mas <i>in vitro</i>.</li> <li>- Link para conteúdo da própria Lupa tratando sobre o que já se sabe sobre a Ivermectina como forma de reforçar a falta de comprovação do mesmo efeito no corpo humano do que foi observado <i>in vitro</i>.</li> <li>- Link para nota da Anvisa sobre a falta de estudos conclusivos (link não está funcionando, leva para a página principal da agência).</li> <li>- Print da portaria da Anvisa decidindo que o medicamento só poderia ser vendido com receita durante a pandemia.</li> <li>- Print de nota do Ministério da Saúde e do site da OMS afirmando que não há droga que previna ou trate a Covid-19.</li> </ul> <p>Apresenta link para o vídeo, no Youtube, que contém a desinformação (também há um print do vídeo no corpo da checagem) e, em seguida, informação sobre contato, por WhatsApp, com o médico que aparece no vídeo (incluindo link para print da conversa). Na conversa, ele diz que pesquisas ainda estão em andamento e não cita evidência da distribuição em larga escala de Ivermectina na África.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar a falta de evidências de que a Ivermectina controlou a Pandemia de Covid-19 na África. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de</i></p> | <p>Confirma a checagem citando que a Agência Aos Fatos, o Projeto Comprova e a própria Agência Lupa fizeram verificações semelhantes, incluindo links para os conteúdos checados. Dessa forma, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>interpretantes lógicos.</i>                                            |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i> .       |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de documentos e links.                |
|                                                                           | Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação. Apresenta link para conteúdo que relata a parceria entre a agência e o Facebook. |

### Ficha de Análise Lupa 5

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| <p>Título: É falso que China comprou Sabesp, CPTM, Comgás, TV Band e CNN durante pandemia<br/>         Agência: Lupa<br/>         Data: 22/09/2020<br/>         Link para o conteúdo:<br/> <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/09/22/verificamos-china-comprou-sabesp/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/09/22/verificamos-china-comprou-sabesp/</a>. Acesso em 22 ago. 2023.</p>                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                   |
| Fato: China comprou Sabesp, CPTM, Comgás, TV Band e CNN durante pandemia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Classificação pela agência: Falso |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>120</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência na apresentação de documentos e da publicação de outras iniciativas de verificação que afastam a possibilidade de a China ter adquirido estatais ou grupos de mídia, principalmente ao longo da pandemia de Covid-19. Os</i></p> | Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Disponibiliza, no corpo do texto, um <i>print screen</i> da postagem compartilhada no Facebook que contém o processo de desinformação checado pela agência, parece que, apenas, com intuito de ilustração.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos/frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “não foram adquiridas por empresas chinesas”;</li> <li>- “empresa ChinaMerchants Port adquiriu 90% do Terminal de Contêineres (...). Contudo, o acordo foi oficializado em 2018”.</li> <li>- “Sabesp e CPTM não foram vendidas”.</li> <li>- “A Sabesp é uma empresa de economia mista (...), sendo o governo do Estado de São Paulo o maior acionista”.</li> <li>- “chegou a abrir consulta pública para a concessão à iniciativa privada (...). O processo foi paralisado”;</li> <li>- “Comgás foi uma empresa estatal (...) e privatizada em 1999. É atualmente administrada pelo grupo brasileiro Cosan”.</li> <li>- “a informação que está circulando nas redes sociais é falsa”.</li> <li>- “99% das ações da subsidiária brasileira da companhia</li> </ul> |                                   |

<sup>120</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre a falsidade da postagem compartilhada, uma conduta ética controlada e deliberada. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de outros diferentes códigos em maior quantidade. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas</i></p> | <p>são de propriedade do próprio grupo Enel, com sede na Itália”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “a Aneel não é uma empresa, e sim uma agência reguladora do governo federal”.</li> <li>- “que a informação se trata de ‘fake news’”.</li> <li>- “tampouco tem qualquer relação com o governador de São Paulo, João Doria”.</li> </ul> <p>Traz informações sobre as empresas citadas nas peças de desinformações, incluindo links que comprovam os dados apresentados e funcionam como prova do ponto defendido, portanto, como sinssigno indicial discente. São os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- link para site da Sabesp confirmando que é uma empresa de economia mista (são dois links, um não está funcionando mais);</li> <li>- link para a lei que autoriza a criação da CTPM;</li> <li>- link para a notícia de que a CTPM abriu consulta para concessão de linhas à iniciativa privada. Informa que processo foi paralisado devido à pandemia, mas link que confirma essa informação não está funcionando mais.</li> <li>- Link para a página que conta a história da Comgás, a qual pertencia ao Estado de São Paulo, mas foi privatizada, e para a página que trata sobre a atual administração pelo grupo brasileiro Cosan;</li> <li>- link para o Relatório da Administração do exercício de 2019 do grupo Enel, com sede na Itália, que adquiriu antigas estatais de distribuição de vários estados brasileiros, apontando que 99% das ações da subsidiária brasileira são do próprio grupo;</li> <li>- link para o site da Agência Nacional de Energia Elétrica confirmando que ela não é uma empresa, mas uma agência reguladora atrelada ao Governo Federal;</li> <li>- link para lei que trata da participação de capital estrangeiro nas empresas jornalísticas e de radiodifusão sonora, apontando que pode ser apenas de até 30% do capital total e votante.</li> <li>- link para notícia no site da EBC falando sobre acordo de cooperação com grupo Chinês, similar ao firmado pela Band;</li> <li>- link para site da CNN (não está funcionando) informando que é uma empresa brasileira;</li> <li>- link para reportagem da Folha de São Paulo que cita empresário brasileiro proprietário de 65% do capital da CNN.</li> <li>- link para notícia no site do Senado sobre a compra de 90% do terminal de Containêrs do Porto de Paranaguá (PR) por empresa Chinesa, mas em 2018. Também foi inserido link para notícia no site da própria empresa.</li> </ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>representarem com múltiplos padrões de lógicas signícas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para dizer que a China não comprou empresas brasileiras ao longo da pandemia de Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por</i></p> | <p>Ratifica a qualificação do fato como falso por meio de notas enviadas pelas assessorias das empresas citadas na peça de desinformação dizendo que não foram comprados por grupos chineses. São apresentados links para prints dessas notas, o que também funciona como sinsigo indicial dicente.</p> <p>Confirma a checagem citando que a Agência Aos Fatos e o site Boatos.org fizeram checagens semelhantes, incluindo links para os conteúdos citados. Dessa forma, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i>                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i> .                                         |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de documentos, postagens nas redes sociais e falas de ministros do STF. |
|                                                                           | Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação. Apresenta link para conteúdo que relata a parceria entre a agência e o Facebook.                                   |

### Ficha de Análise Lupa 6

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que vacina da Covid-19 pode alterar DNA ou injetar microrrobôs para roubar dados biométricos</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 03/12/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/12/03/verificamos-vacina-covid-dna">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/12/03/verificamos-vacina-covid-dna</a>.</p> <p>Acesso em 22 ago. 2023.</p>                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Fato: Vacina contra Covid-19 pode alterar DNA ou injetar microrrobôs para roubar dados biométricos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Classificação pela agência: Falso. Contudo, ao longo da checagem, uma alegação é classificada como “verdade, mas...”                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>121</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência com a apresentação de documentos e da publicação de outras iniciativas de verificação que afastam a possibilidade de a vacina contra Covid-19 alterar DNA ou injetar microrrobôs para roubar dados biométricos.</i></p> | Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Apresenta selo de “Verdadeiro, mas...” em azul. É possível que o azul gere uma apreensão do qualissigno icônico relacionado a um legissigno associado ao padrão e, portanto, seja interpretado simbolicamente como água, limpeza ou calma e tranquilidade. A cor verde pode ser associada a “siga em frente” ou “informação correta”, mas é utilizada no selo “Verdadeiro” da agência. Assim, o azul parece pretender apontar uma informação até verdadeira, que pretendia trazer certa tranquilidade, mas possui fatores adversos que requerem cuidado na interpretação. A cor azul parece não ser simbolicamente tão forte quanto o vermelho de “Falso”, por exemplo, o que pode fazer com que não haja uma associação tão rápida a uma verdade condicional, como pretendido. |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Faz opção pelos seguintes vocábulos/frases que tentam qualificar o fato como falso ou verdadeiro com ressalvas de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- “suposta médica”(neste caso, o “suposta” parece ter um valor de dúvida, e portanto, com possibilidade de uma apreensão de preponderância icônica);</li> <li>- “Vacinas sobre plataformas de RNA não alteram o código genético de células humanas”.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 |

<sup>121</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores de que a vacina de Covid-19 não vai causar os malefícios circulados na peça desinformativa. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de outros diferentes códigos. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Não há interação entre o mRNA do vírus e o material genético do núcleo das células humanas”.</li> <li>- “reafirmou que a vacina não tem qualquer efeito no DNA da célula”;</li> <li>- “vacinas baseadas em RNA e DNA são seguras e fáceis de desenvolver”;</li> <li>- “Não há evidências científicas”;</li> <li>- “A segurança desse componente foi estabelecida em inúmeros estudos, e ele vem sendo usado em formulações vacinais por décadas”.</li> <li>- “Sob a forma de timerosal, o mercúrio não se acumula no corpo humano. Além disso, as quantidades utilizadas são absurdamente pequenas”;</li> <li>- “São seguros e são eliminados do organismo”;</li> <li>- “A rede 5G não propaga a Covid-19”;</li> <li>- “Não tem relação nenhuma com a vacina”.</li> <li>- “Não há nenhum efeito adverso à saúde causado pela exposição ao 5G”.</li> <li>- “o médico norte-americano Zubin Damania também desmentiu o boato”.</li> <li>- “é verdadeira, mas não tem nenhuma relação com alguma vacina da Covid-19”.</li> <li>- “ela não tem qualquer relação com a Covid-19. Nenhuma das vacinas em teste contém uma “tinta” que possa ser usada como registro de vacinação”.</li> <li>- “Não existem imunizantes com nanorrobôs”;</li> <li>- “algumas vacinas podem até utilizar nanopartículas, mas não seriam nada semelhante a nanorrobôs”;</li> <li>- “Entretanto, estão relacionadas às proteínas e não com nanorrobôs”;</li> <li>- “Não há nenhuma relação entre essa patente e a obtenção dados por meio de nanopartículas em vacinas da Covid-19”.</li> </ul> <p>Traz informações que funcionam como prova da falsidade do fato, ou da verdade condicional, incluindo links para as fontes desses dados, que funcionam portanto, como sinssigno indicial discente. São os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para site da Universidade de Cambridge com um conteúdo de 2018 explicando funcionamento das vacinas sobre plataformas de RNA.</li> <li>- Link para conteúdo no site da UNILA em que professor citado na checagem explica a diferença entre as principais vacinas que estavam sendo testadas para a Covid-19.</li> <li>- Link para página da OMS com atualizações sobre o desenvolvimento de vacinas relativas à Covid-19.</li> <li>- Link para planilha (que parece ser da OMS) com o cenário do desenvolvimento de vacinas até 02/12/2020.</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>de lógicas signícas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que a vacina de Covid-19 não apresenta os riscos compartilhados no vídeo analisado. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para a publicação do Instituto Questão de Ciência (IQC), citada pela checagem, em que dois cientistas explicam a questão de metais tóxicos nas vacinas.</li> <li>- Link para uma notícia que parece não estar funcionando - direciona para Laboratório de toxologia da UNB, em referência às vacinas que contém timerosal no Brasil;</li> <li>- Link para publicação da Unicamp explicando que princípio ativo, adjuvantes e conservantes, nas vacinas, são seguros.</li> <li>- Link para print do Comunicado da OMS e para o site da União Internacional de Telecomunicações informando que a rede 5G não propaga Covid-19.</li> <li>- Link para site <a href="https://www.qualcomm.com/">https://www.qualcomm.com/</a> com explicação do que é o 5G.</li> <li>- Link para notícia no site do MIT sobre o registro do histórico de vacinação em um padrão de corante, invisível a olho nu, aplicada sob a pele por meio de microagulha ao mesmo tempo que a vacina, contudo, sem relação com a Covid-19.</li> <li>- Link para o artigo em periódico relativo ao registro do histórico de vacinação em um padrão de corante.</li> <li>- Link para print de e-mail em que a professora do departamento de Bioquímica e Imunologia da UFMG responde ao jornalista encarregado pela checagem sobre nanopartículas em vacinas.</li> <li>- Link para notícia no site "Jornal da USP" sobre imunizante em desenvolvimento na USP que utiliza nanopartículas relacionados a proteínas e não nanorrobôs.</li> <li>- Link para um site que parece ser de pesquisa de patentes (<a href="https://patentscope.wipo.int/">https://patentscope.wipo.int/</a>) em relação à patente solicitada por Bill Gates, sem relação com a Covid-19</li> </ul> <p>Confirma a checagem citando como fonte médicos consultados em outras verificações feitas pela própria Lupa (incluem links para esses conteúdos):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “É falso que vacinas contra a Covid-19 alteram material genético do ser humano”</li> <li>- “É falso que vacinas contra a Covid-19 contêm microchip que permite controle externo a partir de antenas 5G”.</li> <li>- “É falso que nanorrobôs serão introduzidos em vacinas da Covid-19 para alterar DNA humano”.</li> </ul> <p>E por outras pessoas ou iniciativas de checagem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conteúdo em inglês da AFP dizendo que não há evidências sobre a rede 5G ser perigosa para humanos;</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Checagem do mesmo vídeo analisado pela Lupa realizada pela agência indiana Boom, em inglês.</li> <li>- Vídeo de médico estadunidense que analisa mesmo vídeo objeto da checagem da Lupa.</li> <li>- Conteúdo da agência portuguesa Polígrafo sobre patente de chip, pela Microsoft, para obter dados biométricos por meio da vacina.</li> </ul> <p>Dessa forma, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta.</p> <p>Disponibiliza, no corpo do texto, um <i>print screen</i> do vídeo compartilhado que contém o processo de desinformação checado pela agência, parece que, apenas, com intuito de ilustração.</p>                                                          |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                             | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa que vídeo foi compartilhado no WhatsApp, mas não especifica se por humanos ou <i>bots</i>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>    | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato é apresentado no primeiro parágrafo. A falsidade ou veracidade condicional de algumas proposições do vídeo a serem analisadas são dispostas no texto para, em seguida, aprofundar no tema de cada proposição com a apresentação de entrevistas, documentos e outras checagens com os respectivos links.</p> <p>Cita que a iniciativa da checagem parte de leitores da Lupa por WhatsApp. Há link para conteúdo da Lupa que explica a criação de um canal no WhatsApp para verificar conteúdos e esclarecer informações falsas. Trata-se de um projeto realizado em parceria com o WhatsApp e a desenvolvedora Meedan, uma das principais provedoras de serviços para negócios no WhatsApp.</p> |

### Ficha de Análise Lupa 7

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Hidroxicloroquina é o remédio mais citado em peças de desinformação no mundo</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 23/07/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/23/coronaverificado-hidroxicloroquina/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/23/coronaverificado-hidroxicloroquina/</a>. Acesso em 13 set. 2023.</p>                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Fato: Hidroxicloroquina é o remédio mais citado em peças de desinformação no mundo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Classificação pela agência: Conteúdo não classificável                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>122</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência com a apresentação de publicações de outras iniciativas de verificação apontando a circulação de desinformação sobre o uso de medicamentos sem comprovação científica contra Covid-19, fato apoiado nas pesquisas</i></p> | <p>Título e primeiro parágrafo qualificam a Cloroquina e a Hidroxocloroquina como os medicamentos mais citados mundialmente em processos de desinformação. Para isso, utilizam vocábulos ou frases, elencados abaixo, sustentados em provas apresentadas ao longo do texto e, portanto, em uma tentativa de fazer predominar mais sinsignos indiciais dicentes do que icônicos remáticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Desmentiram 161 conteúdos falsos sobre remédios de janeiro até o dia 20 de julho. Desses, 31,7% envolviam essas duas substâncias, o equivalente a 51 conteúdos”.</li> <li>- “Checadores da Nigéria foram os primeiros a desmentir um boato de que a cloroquina...”</li> <li>- “Notícias falsas sobre a eficácia da cloroquina e da hidroxicloroquina ganharam força, e circularam nas mais variadas partes do mundo, incluindo França, Índia, Estados Unidos, Filipinas, Venezuela, Dinamarca, Reino Unido, Irlanda, México, Alemanha, Tanzânia e Canadá. O Brasil foi o terceiro país que mais desmentiu boatos sobre esses medicamentos, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da França”.</li> <li>- “Em junho, informações falsas sobre esse assunto foram verificadas somente por checadores do Brasil e da França”.</li> <li>- “Por aqui, notícias falsas sobre a hidroxicloroquina continuaram sendo compartilhadas em julho. Somente na semana passada, a Lupa verificou três conteúdos”.</li> </ul> <p>Qualificam, também, ivermectina e dexametasona como medicamentos envolvidos em peças de desinformação utilizando vocábulos ou frases,</p> |

<sup>122</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>científicas trazidas pelo conteúdo. A Agência apresenta, também, os links para as fontes de dados trabalhados ao longo da reportagem. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre os processos de desinformação envolvendo medicamentos que supostamente combateriam a Covid-19, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, é contrário a esse fim ético o fato de a checagem deixar de diversificar suas fontes de reportagens de apoio, tendo em vista que somete são usados conteúdos do Jornal Folha de S. Paulo. O âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, parece enfraquecido, tendo em vista que é utilizado, apenas, o código verbal,</i></p> | <p>elencados abaixo, sustentados em provas apresentadas ao longo do texto e, portanto, em uma nova tentativa de fazer predominar sinsignos indiciais dicentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “a ivermectina, outra droga sendo usada contra Covid-19 sem eficácia comprovada, é mais citada especificamente no Brasil. De 10 conteúdos falsos checados, seis são de plataformas brasileiras”.</li> <li>- “primeiro boato sobre esse medicamento apareceu na Espanha, no início de abril”.</li> <li>- “No Brasil, a Lupa verificou outras peças de desinformação sobre a ivermectina”.</li> <li>- “Ainda não há um remédio comprovadamente eficaz contra o novo coronavírus”</li> <li>- “Assim que essa notícia saiu, começaram a circular peças de desinformação tratando esse medicamento (dexametasona) como a cura da Covid-19, o que não é verdade. Boatos desse tipo foram verificados na Itália, nas Filipinas e na Ucrânia, entre outros países”.</li> </ul> <p>Traz os seguintes links como indicação de fonte para os dados apresentados relativos à circulação de desinformação sobre medicamentos que, portanto, funcionam como sinsigno indicial discente,:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Coronavirus Facts Alliance – base de dados suportada pela Rede Internacional de Checadores de Fatos (IFCN).</li> <li>- Corona Verificado – link não está funcionando mais.</li> <li>- LatamChaqueea Coronovaírus. Site da iniciativa diz: “Os verificadores da América Latina se aliam para compartilhar as informações que produzem e, ao unir esforços, trazer melhores informações para nossas comunidades”. A própria Lupa informa que a iniciativa é apoiada pelo Google News Initiative.</li> </ul> <p>Apresenta os seguintes links para pesquisas com os medicamentos citados, os quais atuam como prova de que ainda não há dados conclusivos do sucesso dessas drogas contra a Covid-19 e, portanto, funcionam como sinsigno indicial discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesquisa inicial chinesa mostrando que a cloroquina e a hidroxicloroquina conseguiam eliminar o novo coronavírus de culturas de células.</li> <li>- Comentário de dois estudiosos, no periódico “Antiviral Reserach”, sobre o uso de hidroxicloroquina contra Covid.</li> <li>- Link para blog denominado “A blog about science integrity, by Elisabeth Bik” que faz a análise de um estudo metodologicamente questionável, realizado por médico francês, apontando a eficácia da hidroxicloroquina.</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>enquanto os dados também poderiam ser trabalhados por meio de gráficos, por exemplo, cujas formas caracterizariam o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Dessa forma, os jornalistas checadores podem ter perdido a oportunidade de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. Caso houvesse ocorrido um maior investimento no formato multicódigo, existiria, ainda, uma maior aproximação da representação com múltiplos padrões de lógicas sígnicas, o que proporcionaria aos jornalistas uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Assim, é possível que a tentativa de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para abordar os processos desinformativos envolvendo a Cloroquina tenha</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudo Clínico, com testes duplo-cegos, publicado pelo periódico The New England Journal of Medicine, mostrando que a hidroxicloroquina é ineficaz como profilaxia.</li> <li>- Estudo Clínico, com testes duplo-cegos, publicado pelo periódico Annals of Internal Medicine, apontando que a hidroxicloroquina não funciona no tratamento de pessoas não hospitalizadas.</li> <li>- Pesquisas paralisadas por falta de resultados no uso de hidroxicloroquina para tratar pacientes internados em estado grave, dos projetos Recovery Trials, da Universidade de Oxford, e do Solidarity Trial, da Organização Mundial da Saúde (OMS).</li> <li>- Estudo com Ivermectina publicado pela Universidade Melbourne, realizado com células in vitro, distorcido por peças de desinformação.</li> <li>- Pre-print publicado por pesquisadores do Recovery Trial que cita potenciais benefícios no uso de dexametasona no tratamento de casos graves de Covid-19.</li> </ul> <p>Cita outros conteúdos da própria Lupa envolvendo medicamentos para prevenção ou tratamento de Covid-19 de forma a comprovar os dados apresentados no início da reportagem, mais uma vez buscando a predominância de sinais indiciais dicentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para conteúdo com título "Covid-19: entenda por que você não deve comprar hidroxicloroquina agora".</li> <li>- Link para conteúdo com título: "Lupa na Ciência: por que é cedo para dizer que a cloroquina é a cura para Covid-19".</li> <li>- Link para checagem feita em junho de 2020 sobre hidroxicloroquina (parece que equivocadamente foi colocado link para conteúdo errado - "Fotos de obras que circulam nas redes sociais não são de inaugurações do governo Bolsonaro").</li> <li>- Links para três checagens desmentindo boatos sobre a hidroxicloroquina - que governador da Bahia teria recolhido o medicamento de farmácias do estado, que pacientes com Covid-19 poderiam pedir a cassação do CRM de profissionais que se recusassem a prescrever a droga e que a OMS proibiu o remédio.</li> <li>- Links para duas verificações sobre peças desinformativas dizendo que a Marinha do Brasil havia estabelecido um protocolo de tratamento da Covid-19 para uso domiciliar com Ivermectina e que o uso dessa droga refletia a diminuição do número de infectados por Covid-19 em Natal (RN).</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>sido enfraquecida. Apesar disso, com o uso de links para as fontes das informações e dados trabalhados, os jornalistas parecem ter compreendido que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Por outro lado, sem um conteúdo minimamente multicódigo, pode ter ocorrido prejuízo nas representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada. Consequentemente, é possível que a transformação do pensamento e a efetividade comunicacional, por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos, tenha ficado prejudicada.</i></p> | <p>Cita, ainda, conteúdos de outras agências de checagem que desmentiram boatos sobre os mesmos assuntos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para site nigeriano de checagem Dubawa, primeiro a desmentir boatos relativos à cloroquina.</li> <li>- Links para verificações sobre Cloroquina relaciona à Covid-19 nos seguintes países: França (AFP Factual), Índia (Fact Crescendo), EUA (Lead Stories), Filipinas (setor de Fact Checking do site Rappler), Venezuela (site de jornalismo "Efecto Cocuyo"), Dinamarca (link não está funcionando mais), Reino Unido (Full Fact), Irlanda (setor de checagem do "The Journal"), México (Verificado), Alemanha (Correctiv), Tânzania (PesaCheck) e Canadá (Agence Science-Presse - denominam-se como "agência de imprensa científica").</li> <li>- Link para verificação no site do Le Monde sobre hidroxocloroquina.</li> <li>- Link para site de checagem da Espanha esclarecendo boato sobre uso de Ivermectina contra Covid-19.</li> <li>- Links para checagens realizadas na Ucrânia, Filipinas e Itália sobre o uso de Dexametasona relacionado à Covid-19.</li> </ul> <p>Ao retomar o conteúdo de várias iniciativas de checagem que verificaram o mesmo assunto, ocorre, também, uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de que ainda não há medicamentos comprovadamente eficazes para tratamento ou prevenção de Covid-19, conforme circulava nas peças de desinformação.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>Apresenta os seguintes links que funcionam como sinsignos indicais dicentes por comprovarem relatos que fazem parte da contextualização realizada ao longo do conteúdo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para busca no Twitter da hashtag #COVID19 no seguinte trecho: "O tuíte dizia que a droga teria 'certo efeito curativo na Covid-19', o que desencadeou uma</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                           | <p>série de comentários sobre o remédio na Nigéria. Perfis usaram a hashtag 'chloroquine', dizendo que ela iria curar a doença".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Links para duas reportagens, no site do jornal Folha de São Paulo, relatando ações dos ex-presidentes Trump, nos EUA, e Bolsonaro, no Brasil, a favor da Cloroquina.</li> <li>- Link para coluna no site do jornal Folha de São Paulo sobre a Ivermectina não ter eficácia comprovada no combate ou prevenção de Covid-19.</li> <li>- Link para notícia no site do jornal Folha de São Paulo sobre a redução na mortalidade em pacientes graves de Covid-19 que utilizaram Dexametasona.</li> </ul>                                                                                                                                    |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | Não especifica se a origem das peças de desinformação sobre os medicamentos contra Covid-19 é robótica ou humana.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – é apresentado um resumo, no primeiro parágrafo, das informações que vão ser detalhadas ao longo da reportagem com a apresentação de links para pesquisas, reportagens e outras checagens.</p> <p>Ao final do conteúdo, há a informação de que a reportagem foi escrita "a partir das bases de dados públicas mantidas pelos projetos CoronaVerificado e LatamChequea Coronavírus, que têm apoio do Google News Initiative, e pela CoronaVirusFacts Alliance, que reúne organizações de checagem em todo mundo. A produção das análises tem o apoio do Instituto Serrapilheira e da Unesco".</p> <p>Destaca-se que, para defender alguns dos pontos apresentados, são apresentadas reportagens ou colunas apenas do jornal Folha de São Paulo.</p> |

### Ficha de Análise Lupa 8

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que nenhuma pessoa em situação de rua morreu de Covid-19 no país<br/>         Agência: Lupa<br/>         Data: 14/09/2020<br/>         Link para o conteúdo:<br/> <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/09/14/verificamos-pessoa-rua-covid/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/09/14/verificamos-pessoa-rua-covid/</a>.<br/>         Acesso em 20 set. 2023</p>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Fato: Nenhuma pessoa em situação de rua morreu de Covid-19 no país                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>123</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência na utilização de órgãos públicos como fonte de informação e na apresentação dos dados colhidos pelo jornalista. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Disponibiliza, no corpo do texto, um <i>print screen</i> da postagem compartilhada no Facebook que contém o processo de desinformação checado pela agência, parece que, apenas, com intuito de ilustração.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Não há um levantamento nacional que mostre a situação (...)”.</li> <li>- “A afirmação do post (...) não se sustenta”.</li> <li>- “Dados da prefeitura de São Paulo, por exemplo, mostram que, de abril a agosto, 294 pessoas em situação de rua foram diagnosticadas com Covid-19. Desse total, 30 foram a óbito”.</li> <li>- “Em Belo Horizonte (MG), a prefeitura afirmou por nota que recebeu 398 pessoas em situação de rua com sintomas de doenças respiratórias. Destas, 78 testaram positivo para o novo coronavírus”.</li> <li>- “Na imprensa, são citados diversos casos de moradores de rua infectados com o novo coronavírus”</li> <li>- “Em São Paulo, a prefeitura informou que acompanha as pessoas em situação de rua (...). O trabalho procura protegê-las da pandemia, já que também correm risco de serem infectadas e morrer”.</li> </ul> |

<sup>123</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>conscientizar seus leitores sobre a falsidade da postagem compartilhada, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, enfraquece esse fim ético o fato de os dados sobre pessoas em situação de rua com Covid-19 e que vieram a óbito por conta da doença não serem robustos e conclusivos. Assim, o jornalista parece querer fazer predominar os sinais indicais discentes, mas a realidade que se força sobre ele é outra, de uma certa incerteza, e, portanto, de signos com uma predominância icônica remática. Dessa forma, ainda que a agência aponte a existência de moradores de rua com Covid-19 e que morreram por conta da doença, o que desmente a desinformação em circulação, o fim ético fica levemente comprometido. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o</i></p> | <p>- “O Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos disse que foram elaborados e publicados em abril dois documentos para orientar as ações voltadas para essa população no contexto da pandemia”.</p> <p>Inclui link para a seguinte pesquisa no Google “óbitos covid-19 pessoas em situação de rua” de forma a apontar que somente a cidade de São Paulo possui dados sobre a morte de moradores de rua decorrentes de Covid-19. O link, portanto, funcionam como sinssigno indicial discente.</p> <p>Inclui os seguintes links para comprovar informações apresentadas, em uma tentativa de fazerem predominar os sinais indicais discentes que tragam mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Print de nota da secretaria de comunicação (parece ter sido enviada à agência) informando dados sobre Covid-19 entre os moradores de rua.</li> <li>- Link para print de resposta da Secretaria Municipal de Assistência Social e Direitos Humanos do Rio de Janeiro dizendo só possuir informações sobre as pessoas em situação de rua que ingressaram nos abrigos da rede, mas que não foram registrados óbitos.</li> <li>- Link para print com nota da Prefeitura de BH sobre moradores de rua com Covid. O conteúdo da checagem diz que 78 das 398 pessoas em situação de rua com sintomas de doenças respiratórias testaram positivo. Contudo, a nota apresentada por meio de print pontua que foram apenas 60 pessoas confirmadas com a doença.</li> <li>- Links para notícias dos sites G1 e a A Gazeta, respectivamente, informando sobre pessoas em situação de rua infectadas com o novo coronavírus.</li> <li>- Link para print de resposta do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos informando que não possui levantamento sobre os óbitos por Covid-19 na população em situação de rua.</li> <li>- Link para print de nota do Ministério da Saúde informando que os dados sobre óbitos por Covid-19 em moradores de rua devem ser levantados nas prefeituras e estados.</li> <li>- Link para print de mensagem do Movimento Nacional da População em Situação de Rua informando que não possui levantamento oficial sobre óbitos por Covid-19 na população de rua.</li> <li>- Links para duas publicações do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos que orientam ações voltadas para a população de rua no contexto da Pandemia de Covid-19.</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de outros diferentes códigos. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sígnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem se esforçar para alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que moradores de rua também morrem em decorrência da Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se</i></p> | <p>- Links para notícia no site do Governo e para nota técnica do Ipea que trazem dados sobre o número de moradores de rua no Brasil apresentados na verificação.</p> <p>Reproduz, por meio de print screen, a peça de desinformação publicada no Facebook, e informa que a legenda imagem diz o seguinte: “Nenhum mendigo morre de Covid 19, são imunes. Se a Pandemia fosse verdadeira teriam sido exterminados, não usam álcool em gel, não fazem distanciamento social, e nem ficam em casa, povo idiota e alienado, acordem [...]”. Não há link para o conteúdo enganoso no Facebook.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i>.</p>                                                                                                                                                                                                                                                          |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links e documentos.</p> <p>Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação. Apresenta link para conteúdo que relata a parceria entre a agência e o Facebook.</p> |

### Ficha de Análise Lupa 9

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que Câmara aprovou a legalização do aborto durante pandemia<br/>         Agência: Lupa<br/>         Data: 11/07/2020<br/>         Link para o conteúdo:<br/> <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/11/verificamos-aborto-pandemia/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/11/verificamos-aborto-pandemia/</a>.<br/>         Acesso em 13 nov. 2023</p>                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Fato: Câmara aprovou legalização do aborto durante a pandemia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>124</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência por meio de links para os projetos de leis (e as respectivas relatorias envolvidas) que geraram a desinformação e para prints das manifestações dos políticos envolvidos. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Nenhum dos projetos faz qualquer referência à legalização do aborto (...)”.</li> <li>- “Em nenhum momento o projeto trazia modificações aos artigos 124, 125, 126, 127 e 128 do Código Penal, que tipificam o crime de aborto”.</li> <li>- “Isso não significa, porém, a legalização do aborto, e sim que serviços de saúde que já existem seriam mantidos. Ainda assim, no texto aprovado, esses trechos foram suprimidos. Ou seja, eles não estão na versão do projeto que foi aprovada”.</li> <li>- “(...) a deputada Natália Bonavides (PT- RN), reafirmou que o substitutivo em análise não falava sobre equipamento, serviço ou quaisquer atividades e operações que envolviam, direta ou indiretamente, o aborto provocado”.</li> <li>- “O líder do governo na Câmara, deputado Major Vitor Hugo (PSL-GO), disse no Twitter que, após os ajustes feitos no projeto, os deputados da base, ‘em sua quase totalidade, não viu problemas ou riscos nesse sentido nos textos’”</li> </ul> |

<sup>124</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores de que a Câmara não aprovou a legalização do aborto durante a pandemia, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, enfraquece esse fim ético o fato de a reprodução da legenda da imagem desinformativa, no corpo da checagem, ser diferente da que consta no Facebook, conforme link disponibilizado pela própria checagem, o que pode gerar dúvidas, com natureza mais icônica remática. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de outros diferentes códigos.</i></p> | <p>- “(...) a assessoria de Bonavides afirmou que o projeto trata de ajudar mulheres vítimas da violência doméstica (...)”.</p> <p>- “(...) afirmou que essa questão de legalização do aborto ‘em momento algum constou no relatório’”.</p> <p>- “(...) O projeto só foi aprovado após um acordo entre as ‘Bancada Feminina, a Bancada Evangélica, a Bancada Católica e os principais líderes na Câmara, incluindo o Líder do Governo’”.</p> <p>Inclui os seguintes links para comprovar informações apresentadas, em uma tentativa de fazerem predominar os sinais indiciais discentes que tragam mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Print da publicação com desinformação no Facebook.</li> <li>- Página do projeto de lei 1444/2020 no site da Câmara de Deputados.</li> <li>- Página do projeto de lei 1552/2020 no site da Câmara de Deputados.</li> <li>- Vídeo da sessão de votação de 09/07/2020 no site da Câmara de Deputados em que os projetos de lei frutos de desinformação foram votados.</li> <li>- Relatório da deputada Natália Bonavides para texto do projeto de lei 1444/2020, proposto pela deputada Alice Portugal, incluindo nova sugestão de redação.</li> <li>- Notícia do G1: "Supremo decide por 8 a 2 que aborto de feto sem cérebro não é crime".</li> <li>- Projeto de Lei nº 1458/2020 que foi apensado ao Projeto 1444/2020, sobre o qual o processo de desinformação trata.</li> <li>- Projeto de Lei 1444/2020 aprovado na Câmara.</li> <li>- "Parecer às emendas de plenário oferecidas ao PL n. 1.444, de 2020", assinado pela deputada Natália Bonavides.</li> <li>- Postagem do líder do Governo na Câmara, Major Vitor Hugo (PSL-GO) no Twitter.</li> <li>- Print para mensagem de WhatsApp da assessoria da deputada Natalia Bonavides.</li> <li>- Print para nota enviada pela assessoria da Deputada Elcione Barbalho, relatora do Projeto de Lei 1552/2020.</li> </ul> <p>Reproduz, por meio de <i>print screen</i>, a peça de desinformação publicada no Facebook, e informa que a legenda da imagem diz o seguinte: “ABSURDO CÂMARA APROVA LEGALIZAÇÃO DO ABORTO EM PLENA PANDEMIA. Utilizando sofisticadas técnicas de manipulação de linguagem a câmara ontem aprovou os PLs 1444/2020 e 1552/2020 que legalizam o aborto até 22 semanas no Brasil”. Posteriormente, acrescenta link para print do conteúdo enganoso no Facebook. Contudo, a legenda do print não é</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que a Câmara não legalizou o aborto durante a pandemia. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais</i></p> | <p>exatamente a mesma informada no corpo da checagem.</p> <p>Confirma a checagem citando que a Agência Aos Fatos classificou o mesmo fato como falso, incluindo Link para conteúdo dessa agência: "É falso que Câmara liberou aborto até 22 semanas durante a pandemia". Dessa forma, ocorre uma repetição de legissignos, um padrão que funciona como símbolo de informação correta</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> <p><i>*Necessário considerar que a legenda pode ter sido editada após a divulgação do conteúdo da Lupa.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i>.</p>                                                                                                                               |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links e documentos.</p>                                                                                                                                       |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação. Apresenta link para conteúdo que relata a parceria entre a agência e o Facebook e um link para "Central de Ajuda para Empresas", do Facebook, com o título: "Sobre a verificação de fatos no Facebook".</p> |

### Ficha de Análise Lupa 10

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que detentos soltos por causa da Covid-19 cometeram 13,9% dos homicídios em abril</p> <p>Agência: Lupa</p> <p>Data: 08/07/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/08/verificamos-detentos-soltos-coronavirus/">https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2020/07/08/verificamos-detentos-soltos-coronavirus/</a>. Acesso em 29 nov. 2023</p>                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Fato: Detentos soltos por causa da Covid-19 cometeram 13,9% dos homicídios em abril                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>125</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica em evidência na coleta de dados realizada pelo jornalista e apresentada por meio de links. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus</i></p> | <p>Apresenta selo de “Falso” em vermelho: possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (“boletim com notas vermelhas”, correção de prova com caneta vermelha), destaque ou parada obrigatória (sinal vermelho).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Não existe nenhuma compilação estatística nacional sobre a autoria de homicídios, visto que, na maioria dos casos, o autor não é conhecido”.</li> <li>- “(...)13,9%, refere-se, na verdade, às vítimas de homicídios no Rio Grande do Sul”;</li> <li>- “22 detentos soltos provisoriamente por causa das medidas preventivas contra a Covid-19 foram mortos após deixar a cadeia, (...) corresponde a 13,9% do total de mortes violentas no estado nesse período”.</li> <li>- “O porcentual de homicídios esclarecidos no Brasil (...) é sabidamente baixo”.</li> <li>- “(...) apenas 6,5% dos homicídios no estado resultaram em ação penal”</li> <li>- “(...) 79% dos homicídios não tinham um autor conhecido”.</li> <li>- “77% dos assassinatos em Curitiba ocorridos entre 2004 e 2013 não resultaram em processo”.</li> <li>- “(...) não é possível saber com precisão quem são os autores dos homicídios cometidos (...)”.</li> <li>- “(...) Segundo dados do Ministério da Saúde, a Covid-19 foi responsável, em pouco mais de três</li> </ul> |

<sup>125</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>leitores sobre a falsidade da postagem compartilhada. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de uma imagem com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado com o uso de outros diferentes códigos. Mesmo assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real,</i></p> | <p>meses, por 66.741 mortes em solo brasileiro. Em 2017, a violência fez 64.078 vítimas (...)"</p> <p>Inclui os seguintes links para comprovar informações apresentadas, em uma tentativa de fazerem predominar os sinsignos indiciais discentes que tragam mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Print da postagem que circula a desinformação no Facebook.</li> <li>- Reportagem no site da Uol com o título: "RS: 13,9% das vítimas de homicídios em abril eram presos soltos por covid"</li> <li>- Planilha do Google Docs, mas que, atualmente, solicita senha, relativa à análise dos casos de homicídio, em 2016, feita pela agência Lupa.</li> <li>- Notícia no site do R7 com o título "Pesquisa revela que maioria dos assassinatos na cidade de São Paulo têm autoria desconhecida".</li> <li>- Reportagem no site Gazeta do Povo com o título: "A impunidade é a regra".</li> <li>- Possível link para as estatísticas do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, mas que não está funcionando mais.</li> </ul> <p>Reproduz, por meio de print screen, a peça de desinformação publicada no Facebook, e, abaixo, repete o texto da imagem: "Quer dizer que os presos soltos pelo Covid-19 já correspondem a 13,9% dos homicídio sem abril? Alguém avisa aos iluminados governadores dos estados e ministros do Supremo, que os presos soltos pelo Covid-19 já matam mais do que o Covid-19. Espero ter ajudado!"</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>baseada na verdade dos fatos, para apontar que os detentos soltos por causa da Covid-19 não foram responsáveis por 13,9% dos homicídios de abril de 2020. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Informa que o fato circula nas redes, mas não especifica se a origem é robótica ou humana. Informa quantas pessoas compartilharam a informação no Facebook, mas não especifica se tais contas são realmente pertencentes a humanos ou <i>bots</i>.</p> |

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links.                                                                                                                                                    |
|                                                                           | Há a informação de que a demanda de checagem ocorreu a partir de um projeto de verificação do Facebook e que o conteúdo checado faz parte de tal projeto de verificação. Apresenta link para conteúdo que relata a parceria entre a agência e o Facebook e um link para "Central de Ajuda para Empresas", do Facebook, com o título: "Sobre a verificação de fatos no Facebook". |

### Ficha de Análise Aos Fatos 1

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Não é verdade que STF afastou Bolsonaro de ações para o controle da pandemia</p> <p>Agência: Aos Fatos</p> <p>Data: 01/07/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/nao-e-verdade-que-stf-afastou-bolsonaro-de-acoas-para-o-controle-da-pandemia/">https://www.aosfatos.org/noticias/nao-e-verdade-que-stf-afastou-bolsonaro-de-acoas-para-o-controle-da-pandemia/</a>. Acesso em 13 jun. 2023.</p>                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Fato: STF afastou Bolsonaro do controle de ações para controle da pandemia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>126</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente quando são apresentadas declarações de autoridades e documentos por meio de links. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas</i></p> | <p>Apresenta selo de "Falso" com símbolo de "X", com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (partes erradas em uma prova são marcadas com um "x" pelo corretor, por exemplo).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Legitimidade" de estados e municípios;</li> <li>- Governo Federal não pode "reverter" medidas;</li> <li>- "Porém" "não desobrigou" a União de ações;</li> <li>- "Informação enganosa";</li> <li>- Publicações que "enganam";</li> <li>- STF "afastou" presidente;</li> <li>- "atribui responsabilidade" governadores;</li> <li>- "Na verdade", como forma de contraposição à "União não pode invadir competências"</li> <li>- "Não quer dizer que governo foi afastado";</li> <li>- "competência reafirmada".</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Cita ADIs e ADPF, quem ou que órgão ajuizou ou moveu os instrumentos e quais legislações estão envolvidas nos casos, incluindo links. Os recursos são apresentados como prova do ponto defendido e funcionam, portanto, como sinssigno indicial discente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Reforça a argumentação e, portanto, o sinsigno indicial dicente, com a apresentação da fala de jurista, incluindo link para uma imagem com a análise completa da autoridade sobre o fato.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Ratifica também a qualificação do fato como falso por meio de falas públicas dos ministros do STF e informação sobre em quais meios de comunicação as</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

<sup>126</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>checadores em conscientizar seus leitores de que o STF não afastou o Governo Federal das ações de combate à Covid-19, uma conduta ética controlada e deliberada.</i></p> <p><i>Contudo, é contrário a esse fim ético o fato de não se deixar explícito, ao longo do texto, mas apenas ao final do vídeo, que a presidência da república foi consultada sobre o assunto, mas não quis se manifestar.</i></p> <p><i>No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença do audiovisual com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É</i></p> | <p>declarações foram dadas. Apresenta como sinsigos indiciais dicentes links para matérias que relatam falas dos ministros.</p> <p>Indica que o presidente recorrentemente interpreta decisões do STF de forma enganosa, reforçando por meio do contador de declarações do presidente, para o qual apresenta link: foram 45 vezes desde 09/04/2020. Apresenta a última postagem enganosa ocorrida no Twitter em junho. Ambas as estratégias também demonstram o uso predominante do sinssigno indicial discente.</p> <p>Inclui vídeo no qual, além de relatar os fatos, mostra live em que Bolsonaro conta essa inverdade, traz pesquisa no Google cujos resultados são notícias relatando que STF não eximiu União de ações e apresenta live em que ministro do STF reafirma papel da União no combate à Pandemia. São “provas” e, portanto, predominam sinsignos indiciais dicentes, de que Bolsonaro mente. Ao final do vídeo, relata que a presidência da república foi procurada, mas não se manifestou.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

*possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para apontar que o STF não fastou do Governo Federal das ações de combate à Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a*

|                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                      | <p>Cita apenas que postagem circula nas redes, apresentando o <i>post</i> por meio do link, mas não especifica se a origem é humana ou robótica. Cita quantos compartilhamentos ocorreram no Facebook, mas não especifica se foram humanos ou robóticos.</p>                                                                                                                        |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                             | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade, assim como um resumo do que será apresentado ao longo da checagem, são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de documentos, postagens nas redes sociais e falas de ministros do STF e de jurista.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                              | <p>Por meio de link que direciona para o site de Aos Fatos, especifica funcionamento de parceria com Facebook, mas não afirma explicitamente que o conteúdo foi checado por demanda do Facebook.</p>                                                                                                                                                                                |

### Ficha de Análise Aos Fatos 2

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Cotado para Saúde, Osmar Terra é o congressista que mais publicou desinformação sobre Covid-19 no Twitter</p> <p>Agência: Aos Fatos</p> <p>Data: 15/04/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/cotado-para-saude-osmar-terra-e-congressista-que-mais-difundiu-desinformacao-sobre-coronavirus-no-twitter/">https://www.aosfatos.org/noticias/cotado-para-saude-osmar-terra-e-congressista-que-mais-difundiu-desinformacao-sobre-coronavirus-no-twitter/</a></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p>Fato: Análise de dados coletados no Twitter, pela própria agência, relativos ao compartilhamento de desinformação sobre Covid-19 por congressistas</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Classificação pela agência: Conteúdo não classificável</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>127</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apontar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na forma de apresentação dos dados coletados e trabalhados pelos jornalistas. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma</i></p>             | <p>Título e primeiros parágrafos do conteúdo qualificam Osmar Terra por meio de vocábulos ou frases sustentados em provas apresentadas ao longo do texto e, portanto, em uma tentativa de fazer predominar mais índices do que ícones. São eles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Deputado cotado para o Ministério da Saúde (não informa fonte dessa afirmação, enfraquecendo um possível sinsigno indicial dicente);</li> <li>- Parlamentar que mais difundiu desinformação;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Outros deputados citados são qualificados por meio de vocábulos ou frases na tentativa de fazer predominar mais índices do que ícones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- maioria de base do governo;</li> <li>- exceção somente três parlamentares do PT;</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>Qualifica a desinformação como alinhada aos temas propagados pelo Presidente Bolsonaro, conforme aponta a base de dados da agência que mantém declarações do político desde a posse, o que funciona como prova e, portanto, como um sinsigno indicial dicente. Também como forma de prova e, portanto, funcionando como mesmo tipo sógnico, estão links para conteúdos checados pelo próprio Aos Fatos e pela Agência Lupa, que desmentem desinformações circuladas por congressistas, ou para reportagens da Folha de S. Paulo que esclarecem alguns temas, como o uso da Cloroquina no tratamento da Covid-19. Apenas uma informação que desmente um conteúdo circulado por congressista não apresenta link para fonte (Forbes diz que Trump é acionista minoritário, mas não há link para essa informação).</p> |

<sup>127</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre o compartilhamento de desinformação acerca da Covid-19 por congressistas, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, a opção por não procurar todos os envolvidos na checagem para o direito de resposta é contrária a esse fim ético.</i></p> <p><i>As conclusões alcançadas com a coleta de dados são apresentadas na forma de gráficos, hipoícones do tipo diagrama, para auxiliar na compreensão do que está sendo apresentado. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas e cores em conjunto com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de</i></p> | <p>Qualifica o conteúdo enganoso como maior gerador de engajamento, conforme apontam os dados coletados, que funcionam, portanto, como um sinsigno indicial dicente. Para apresentar esses dados, o objeto <i>engajamento</i> é representado por um gráfico, um tipo de hipoícone, sobre o qual falamos mais abaixo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Delimita e explicita como ocorreu a coleta dos dados que estão sendo apresentados e o que a agência compreende como conteúdo desinformativo. Um dos intertítulos, inclusive, é “Metodologia”. Dessa forma, o experimento pode ser auditado e repetido por quem desejar. Aponta, assim, que houve a preocupação com o desenvolvimento de um legissigno simbólico, um padrão, que vai reger ocorrências nos sinsignos. É disponibilizado duas vezes o link que direciona para a tabela com os dados coletados e trabalhos.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Os dados são apresentados fortemente na forma multicódigo, por meio de quatro gráficos e de print screens de tuítes. Os gráficos podem ser compreendidos como diagramas: uma forma de signos icônicos ou hipoícones, que, segundo Peirce, permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre “as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere” (SANTAELLA, 2005, p. 120). No primeiro gráfico, por exemplo, o objeto <i>interações</i> é representado por signos em barras horizontais cuja parte em laranja significa <i>interação com desinformação</i> e a parte em cinza, <i>interação sem desinformação</i>. O segundo gráfico é um diagrama sobre as relações envolvidas nos temas abordados nas peças desinformativas. Signos qualificados por diferentes cores e tamanhos representam os diversos temas abordados; os de tamanhos maiores significam mais interações. Demais gráficos seguem essa mesma lógica.</p> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Não procura congressistas para que tenham direito de resposta, mas acrescentam, ao final do conteúdo, os tuítes dos políticos citados e que fizeram postagens no Twitter após a divulgação da checagem, incluindo link para os posts de alguns deles.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

*proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para dizer que os congressistas compartilham desinformação. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Reforça essa ideia o fato de existir a explicitação da metodologia utilizada para se alcançar os resultados, ou o desenvolvimento de um padrão por meio de um legissigno*

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>simbólico, possibilitando a conferência e a repetição dessa metodologia. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Publicações analisadas partem de parlamentares. Contudo, cita que houve 1,58 milhões de interações no período analisado, mas não identifica se essa atividade é apenas humana ou, também, robótica.</p>                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e um resumo do que será apresentado ao longo da checagem são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos resultados da coleta de dados, gráficos, links e prints.</p> <p>Não foi encontrada relação do conteúdo com as empresas do Vale do Silício</p> |

### Ficha de Análise Aos Fatos 3

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Bolsonaro chega a 1.000 declarações falsas ou distorcidas com 492 dias de mandato<br/>         Agência: Aos Fatos<br/>         Data: 08/05/2020<br/>         Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-chega-1000-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-com-492-dias-de-mandato/">https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-chega-1000-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-com-492-dias-de-mandato/</a>. Acesso em 23 set. 2023</p>                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>Fato: Análise das mais de 1000 declarações falsas ou distorcidas proferidas pelo presidente Jair Bolsonaro em 492 dias de mandato a partir de um contador de declarações mantido pela agência.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Classificação pela agência: Conteúdo não classificável</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>128</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apontar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na forma de apresentação dos dados coletados e na presença de links para outras publicações que confirmam o que está sendo dito. Os signos de secundidade se</i></p> | <p>Qualifica as declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro como falsas ou distorcidas por meio de vocábulos ou frases de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas São eles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Jair Bolsonaro ultrapassou a marca de mil declarações falsas ou distorcidas (...), mostra o contador do Aos Fatos”.</li> <li>- “(...)o que não é atestado pelos dados disponíveis”.</li> <li>- “Bolsonaro disseminou duas informações enganosas por dia, em média”.</li> <li>- “Nos momentos de crise no governo, as afirmações enganosas do presidente foram ainda mais frequentes”.</li> <li>- “Bolsonaro falou informações falsas ou distorcidas em 84,6% das declarações no período, percentual acima da média geral (60%)”.</li> <li>- “o tema meio ambiente ganhou destaque entre as inverdades do discurso de Bolsonaro, acumulando 61 declarações falsas ou distorcidas nas duas crises”.</li> <li>- “Ele proferiu 228 falas que foram verificadas como falsas, imprecisas, exageradas, insustentáveis ou contraditórias. Nesse tema, a cada dez manifestações sete estão incorretas”.</li> <li>- “(...) Se contradisse diversas vezes sobre a preocupação com a vida da população durante a pandemia”.</li> </ul> |

<sup>128</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre as declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro, uma conduta ética controlada e deliberada. A informação de que, apesar de procurado, Bolsonaro nunca se posicionou sobre o assunto, reforça essa ideia. Algumas das conclusões alcançadas com a coleta de dados são apresentadas na forma de gráficos, hipóícones do tipo diagrama, para auxiliar na compreensão do conteúdo. Também há a presença de ilustrações que podem despertar sensações e impulsionar a leitura do conteúdo. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas e cores em conjunto com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Bolsonaro tem falseado, inclusive, ao falar de ações governamentais no combate à pandemia”.</li> <li>- “Entrevistas somam o maior número de declarações falsas ou distorcidas de Bolsonaro. (...) Discursos aparecem na sequência, (...) e, em terceiro lugar, estão as lives no Facebook”.</li> <li>- “Isso não significa que o presidente não use dados falsos ou distorcidos em publicações nas duas redes sociais”.</li> <li>- “A alegação distorce um guia da seção europeia da entidade (...)”.</li> <li>- “Esses também são os temas sobre os quais o presidente mais falseia ou distorce: 22,7% são sobre o novo coronavírus, 14% de economia e 8,8% de meio ambiente”.</li> <li>- “A afirmação falsa mais repetida pelo presidente desde a posse (ao menos 24 vezes) é a de que a escolha dos seus ministros seguiu critérios puramente técnicos”.</li> <li>- “Outras declarações incorretas recorrentes no discurso de Bolsonaro é que (...)”.</li> </ul> <p>Inclui os seguintes links que funcionam como prova do que está sendo relatado e, portanto, como um sinsigno indicial dicente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contador da agência que checava as falas do ex-presidente Jair Bolsonaro passíveis de verificação. Os dados reunidos por meio do contador são a base para o desenvolvimento do conteúdo e, por isso, há 11 links para ele. Por meio da ferramenta, o usuário consegue buscar e filtrar declarações. Abaixo das declarações colhidas, há uma explicação da agência para o motivo da falsidade, um botão que fornece a possibilidade de se ler mais sobre assunto, a fonte da checagem, a origem da desinformação e a quantidade de vezes que a declaração enganosa foi repetida (inclusive com as datas).</li> <li>- Link para conteúdo do próprio Aos Fatos explicando o que se sabia sobre as queimadas na Amazônia.</li> <li>- Link para conteúdo de Aos Fatos explicando o que se sabia sobre o derramamento de óleo no Nordeste.</li> <li>- Link para conteúdo de Aos Fatos relatando o que se sabia sobre a pandemia do novo coronavírus.</li> <li>- Link para transmissão ao vivo realizada pelo presidente em 07/05/2020, disponibilizado no Facebook, em que Bolsonaro disse que nunca deixou de se preocupar com a vida da população na pandemia, o que contradiz outras declarações proferidas por ele.</li> <li>- Link para live semanal do ex-presidente, de 30/04, no Youtube, na qual ele afirmou equivocadamente que a</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>compartilhamento comunicacional. Assim, parece que, com uso de ilustrações e gráficos, os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para classificar as declarações de Bolsonaro como falsas ou distorcidas. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o</i></p> | <p>segunda parcela do auxílio emergencial já estava sendo paga.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Link para notícia, no site da Uol, de 07/05, dizendo que parcela do auxílio emergencial sairia somente na próxima semana.</li> <li>- Link para checagem de Aos Fatos sobre fala distorcida de Bolsonaro relativa a um guia da seção europeia da OMS com orientações sobre abordagens de educação sexual em diferentes faixas etárias.</li> <li>- Link para contador das declarações de Trump no Fact Checker, seção de checagem do jornal estadunidense Washington Post, que foi inspiração para o contador de Aos Fatos.</li> </ul> <p>Os dados trazidos em texto também são apresentados por meio dos seguintes gráficos e ilustrações:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ilustração que explica como funciona o contador de declarações do ex-presidente, quais temas foram mais recorrentes, em que situações o presidente fala mais inverdades, média de declarações falsas sobre o novo coronavírus. Reúne as miniaturas das demais ilustrações trazidas ao longo do conteúdo.</li> <li>- Gráfico apontando picos de declarações falsas do ex-presidente nos momentos de crise do governo. Os gráficos podem ser compreendidos como diagramas: uma forma de signos icônicos ou hipoícones, que, segundo Peirce, permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre “as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere” (SANTAELLA, 2005, p. 120). No gráfico em questão, as barras são os signos que representam o objeto “declaração falsa”; as barras mais altas relacionam-se com os picos de declarações falsas ocorridas, justamente, nos momentos de crise.</li> <li>- Ilustração do presidente Jair Bolsonaro acenando que traz um dado já apresentado em texto: “A cada 10 declarações do novo coronavírus, 7 são falsas ou distorcidas”</li> <li>- Ilustração de câmera gravando o ex-presidente Bolsonaro que traz um dado já apresentado em texto: “A maior parte das falas incorretas de Bolsonaro aconteceu em entrevistas”.</li> <li>- Ilustração de Bolsonaro e ministros em entrevista coletiva, todos usando máscaras, exceto um deles e o próprio ex-presidente, que está com a máscara pendurada na orelha. Traz a seguinte informação já apresentada em texto: “Economia, novo coronavírus e</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <p>meio ambiente são temas com mais informações falsas”.</p> <p>A utilização de gráfico, uma forma de diagrama, pode auxiliar na visualização e compreensão do que está sendo apresentado. Apesar de algumas ilustrações representarem por similaridade o texto que acompanham, atuando, portanto, como um signo icônico, não parecem acrescentar novidades ao conteúdo. Possivelmente, a ideia foi apenas apostar nas cores, qualissignos que, quando percebidos, chamariam a atenção.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p> |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Analisa as declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro, portanto, uma origem humana e não cita compartilhamento dessas declarações.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – um resumo do que será apresentado aparece logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos (inclusive o desenho que reúne a miniatura das demais ilustrações que serão apresentadas). Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos resultados da reunião de declarações do ex-presidente, gráficos, links e ilustrações.</p> <p>Não foi encontrada relação do conteúdo com as empresas do Vale do Silício. Conteúdo cita e traz links para Facebook, Youtube e Twitter, que foram espaços onde Bolsonaro circulou desinformação.</p>                                                 |

### Ficha de Análise Aos Fatos 4

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Bolsonaro deu 653 declarações falsas ou distorcidas sobre Covid-19 em seis meses de pandemia<br/>         Agência: Aos Fatos<br/>         Data: 11/09/2020<br/>         Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-deu-656-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-sobre-covid-19-em-seis-meses-de-pandemia/">https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaro-deu-656-declaracoes-falsas-ou-distorcidas-sobre-covid-19-em-seis-meses-de-pandemia/</a>. Acesso em 27 set. 2023</p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p>Fato: Análise das 653 declarações falsas ou distorcidas sobre Covid-19 proferidas pelo presidente Jair Bolsonaro ao longo de seis meses de pandemia, a partir de um contador de declarações mantido pela agência.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Classificação pela agência: Conteúdo não classificável</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>129</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apresentar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na forma de apresentação dos dados coletados e trabalhados e na utilização de links para outras publicações que confirmam o que está sendo dito. Os signos de secundidade se</i></p>     | <p>Qualifica as declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro como falsas ou distorcidas por meio de vocábulos ou frases de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas São eles:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “É uma média de mais de três informações enganosas por dia (...)”.</li> <li>- “Bolsonaro usou desinformação principalmente para defender a cloroquina e para atacar a OMS (Organização Mundial da Saúde), governadores, prefeitos e o STF (Supremo Tribunal Federal)”.</li> <li>- “A declaração enganosa mais repetida (...)”.</li> <li>- “As falas falsas ou distorcidas também serviram para inflar ações do governo”.</li> <li>- “(...) algumas narrativas desinformativas foram mais repetidas pelo presidente”</li> <li>- “Em suas declarações, Bolsonaro distorce o conteúdo das decisões do Supremo (...)”.</li> <li>- “Ele omite, por exemplo (...)”.</li> <li>- “(...) o argumento de Bolsonaro também passou a ser replicado por peças de desinformação com mais de 20 mil compartilhamentos nas redes sociais”.</li> <li>- “Justiça também foi o tema associado a coronavírus em que, proporcionalmente, Bolsonaro deu mais declarações falsas ou distorcidas”.</li> <li>- “a segunda desinformação mais recorrente no discurso do presidente (...)”.</li> </ul> |

<sup>129</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre as declarações distorcidas de Bolsonaro, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, a falta de fonte para a informação de que Bolsonaro distorceu ou questionou declarações do diretor da OMS é contrária a esse fim ético. Também é contrário ao fim ético o fato de não haver esclarecimentos se Bolsonaro foi procurado para se posicionar sobre o assunto. Algumas das conclusões alcançadas com a coleta de dados são apresentadas na forma de gráfico, hipoícones do tipo diagrama, para auxiliar na compreensão do que está sendo apresentado. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas e cores em conjunto</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “(...) foi classificada como insustentável, pois ainda não há comprovação (...)”.</li> <li>- “Sem eficácia comprovada contra a Covid-19, a cloroquina também foi um assunto recorrente entre as desinformações disseminadas pelo presidente”.</li> <li>- “(...) O que não é verdade”</li> <li>- “(...) não tem efeito contra o novo coronavírus”.</li> <li>- “(...) frequentemente recorre a estudos observacionais, de menor confiabilidade, ou a relatos isolados, incluindo sua própria experiência, para sustentar a validade do remédio contra a Covid-19”</li> <li>- “(...) Distorceu ao menos 26 vezes declarações de diretores da organização [OMS]”.</li> <li>- “(...) o presidente distorceu 12 vezes uma fala do diretor-geral da entidade”.</li> <li>- “(...) também foram alvo de distorções por parte do presidente”.</li> <li>- “Em ao menos 13 ocasiões, por exemplo, Bolsonaro inflou o valor mensal gasto pelo governo com o auxílio emergencial (...)”.</li> <li>- “O presidente também superdimensionou em ao menos seis ocasiões o gasto total do governo com a pandemia (...)”.</li> <li>- “(...) o presidente proferiu mais falas falsas ou distorcidas ao dar declarações espontâneas durante entrevistas e transmissões ao vivo nas redes sociais”.</li> </ul> <p>Inclui os seguintes links que funcionam como prova do que está sendo relatado e, portanto, como um sinsigno indicial dicente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Checagens específicas (relacionadas aos assuntos tratados no conteúdo) do contador da agência que checava as falas do ex-presidente Jair Bolsonaro passíveis de verificação. Os dados reunidos por meio do contador são a base para o desenvolvimento do conteúdo e, por isso, há 14 links para ele (repete duas vezes um link que parece errado, pois não tem relação com o que está sendo tratado onde aparece na reportagem). Por meio da ferramenta, o usuário consegue buscar e filtrar declarações. Abaixo das declarações colhidas, há uma explicação da agência para o motivo da falsidade, um botão que fornece a possibilidade de se ler mais sobre assunto, a fonte da checagem, a origem da desinformação e a quantidade de vezes que a declaração enganosa foi repetida (inclusive com as datas).</li> <li>- Monitoramento dos Gastos da União com Combate à COVID-19 no site de transparência do tesouro nacional, repetido duas vezes.</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para classificar as declarações de Bolsonaro como falsas ou distorcidas. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Checagem de Aos Fatos intitulada "Não é verdade que STF afastou Bolsonaro de ações para o controle da pandemia".</li> <li>- Vídeo de Aos Fatos, no Youtube, desmentindo que o STF impediu Bolsonaro de medidas contra Covid-19. O próprio vídeo (e não o seu link) é posicionado mais abaixo no conteúdo.</li> <li>- Checagem de Aos Fatos intitulada "STF não tirou poderes de Bolsonaro no combate à Covid-19".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos intitulado "Reinfecção, anticorpos e células T: o que se sabe até agora sobre a imunidade à Covid-19"</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos intitulado "Desenhemos fatos sobre o distanciamento social".</li> <li>- Matéria do Nexo Jornal intitulada "Por que o Amazonas é o 1º estado a ter um colapso na saúde".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos intitulado "Em seis meses de pandemia, Bolsonaro foi quem mais impulsionou apoio à cloroquina no Twitter brasileiro".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos intitulado "O que a ciência diz sobre os supostos tratamentos para a Covid-19 que circulam nas redes".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos, repetido duas vezes, intitulado "Como ler estudos sobre a Covid-19 e não cair em falsas promessas de cura".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos intitulado "Bolsonaro dá mais declarações falsas em entrevistas que em textos nas redes sociais".</li> <li>- Conteúdo de Aos Fatos com a checagem do terceiro pronunciamento de Bolsonaro sobre o novo coronavírus, em que foi verificada a informação verdadeira de que é baixo o risco de morte para pessoas abaixo dos 40 anos, excluídas as condições prévias de saúde.</li> <li>- Relatório da OMS que parece trazer a informação de que o risco de pessoas com menos de 50 anos de idade e que não têm condições preexistentes de apresentarem quadros graves da Covid-19 é baixo (mas eu não consegui encontrar em uma busca rápida).</li> </ul> <p>É apresentado um gráfico comparando as declarações verdadeiras e falsas/distorcidas do ex-presidente, mês a mês ao longo da pandemia. Os gráficos podem ser compreendidos como diagramas: uma forma de signos icônicos ou hipoícones, que, segundo Peirce, permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre "as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere" (SANTAELLA, 2005, p.</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <p>120). No gráfico em questão, o objeto <i>declarações</i> é representado por signos em barras verticais cuja parte em laranja significa <i>verdadeiras</i> e a parte em preto, <i>falsas/distorcidas</i>.<br/>A utilização de gráfico, uma forma de diagrama, pode auxiliar na visualização e compreensão do que está sendo apresentado.</p> <p>Inclui vídeo (também apresentado em outro conteúdo checado) no qual, além de relatar os fatos, mostra live em que Bolsonaro conta a inverdade de que STF teria o afastado do controle de ações para controle da pandemia, traz pesquisa no Google cujos resultados são notícias relatando que STF não eximiu União de ações e apresenta live em que ministro do STF reafirma papel da União no combate à Pandemia. São “provas” e, portanto, predominam sinsignos indiciais dicentes, de que Bolsonaro mente. Ao final do vídeo, relata que a presidência da república foi procurada, mas não se manifestou.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p> |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Analisa declarações do ex-presidente Jair Bolsonaro, portanto, uma origem humana. Cita que o político foi quem mais impulsionou conteúdo sobre a Cloroquina no Twitter, nos seis primeiros meses de pandemia, segundo levantamento do Radar Aos Fatos, ferramenta da própria agência de verificação.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – um resumo do que será apresentado aparece logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado a partir do detalhamento dos dados relativos às declarações falsas mais repetidas pelo ex-presidente.</p> <p>Não foi encontrada relação direta do conteúdo com as empresas do Vale do Silício.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

### Ficha de Análise Aos Fatos 5

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Em três meses, desinformação sobre Covid-19 foi de cura milagrosa à politização do isolamento</p> <p>Agência: Aos Fatos</p> <p>Data: 30/04/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/em-tres-meses-desinformacao-sobre-covid-19-foi-de-cura-milagrosa-a-politizacao-do-isolamento/#">https://www.aosfatos.org/noticias/em-tres-meses-desinformacao-sobre-covid-19-foi-de-cura-milagrosa-a-politizacao-do-isolamento/#</a>. Acesso em 04 out. 2023.</p>             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p>Fato: Análise de 82 checagens sobre Covid-19 publicadas pela própria agência até aquele momento.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Classificação pela agência: Conteúdo não classificável</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>130</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apontar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na forma de apresentação dos dados organizados e trabalhados pela agência. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos</i></p> | <p>Qualificam a desinformação sobre Covid-19 que circulou e foi alvo das checagens da agência por meio dos seguintes vocábulos ou frases que tentam fazer predominar mais certeza do que dúvida e, portanto, mais índices do que ícones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “(...) Passou de falsas promessas de cura a ataques ao distanciamento social adotado pelos estados”.</li> <li>- “O teor político das postagens enganosas verificadas acentuou-se a partir de abril (...)”.</li> <li>- “Até o dia 16 de março, informações falsas (...)”.</li> <li>- “(...) ganham maior espaço peças de desinformação inseridas na disputa política (...)”.</li> <li>- “Falsas recomendações de prevenção e promessas de cura contra a Covid-19 (94%) predominaram entre as peças de desinformação (...)”.</li> <li>- “Já a desinformação sobre medidas de isolamento adotadas para conter o vírus (...)”.</li> <li>- “(...) as checagens de peças desinformativas que falseavam fatos sobre a pandemia em outros países (...)”.</li> <li>- “(...) os personagens mais atacados pelas peças de desinformação foram os governadores (...)”.</li> <li>- “A primeira informação falsa checada pelo Aos Fatos sobre o novo coronavírus ganhou tração nas redes em janeiro: uma teoria da conspiração afirmava (...)”.</li> <li>- “Passaram a predominar receitas falsas de cura ou prevenção contra a Covid-19 (...) e teorias da conspiração sobre a origem da doença”.</li> <li>- “(...) o número de publicações com informações enganosas sobre a Covid-19 cresceu gradativamente (...)”.</li> </ul> |

<sup>130</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre os processos de desinformação existentes até aquele momento da Pandemia de Covid-19, uma conduta ética controlada e deliberada.</i></p> <p><i>As conclusões alcançadas são apresentadas na forma de gráficos, hipóícones do tipo diagrama, para auxiliar na compreensão do que está sendo apresentado. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas e cores em conjunto com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- "(...) Predominaram nas redes postagens que anunciavam ingredientes milagrosos para curar ou prevenir a Covid-19".</li> <li>- "(...) Aos Fatos verificou 16 peças de desinformação que falseavam informações (...)"</li> <li>- "(...) passam a predominar publicações falsas essencialmente brasileiras"</li> <li>- "(...) as postagens verificadas por Aos Fatos no mês de abril demonstraram a intensificação da politização da pandemia".</li> <li>- "O presidente Jair Bolsonaro amplificou duas peças de desinformação checadas em abril".</li> <li>- "Também predominaram (...) postagens críticas ao isolamento social (sete matérias) e com falsos alertas de supernotificação de casos de Covid-19 (oito reportagens)".</li> </ul> <p>Como o conteúdo é baseado nas 82 checagens sobre Covid-19 feitas pela agência até aquele momento, apresenta links para algumas das verificações realizadas que funcionam como prova dos dados apresentados e, portanto, como um sinsigno indicial dicente. As checagens com os seguintes títulos são retomadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- "Alimentos alcalinos não ajudam a prevenir ou tratar a Covid-19"</li> <li>- "Corrente engana ao indicar vitamina C e água quente com limão contra coronavírus".</li> <li>- "Não é verdade que diretor da OMS recuou de recomendação de isolamento social".</li> <li>- "Fora de contexto, vídeos são usados para acusar chineses de disseminar novo coronavírus".</li> <li>- "É falso que 232 crianças morreram na Itália em decorrência da Covid-19".</li> <li>- "É falso que fundação de Bill Gates financiou patente do novo coronavírus"</li> <li>- "Feira de animais mostrada em vídeo não fica na China, mas na Indonésia".</li> <li>- "Vídeo desinforma ao negar eficácia de álcool em gel e indicar vinagre contra coronavírus"..</li> <li>- "Corrente engana ao indicar vitamina C e água quente com limão contra coronavírus".</li> <li>- "Israel não descobriu cura ou vacina para o coronavírus".</li> <li>- "Cuba não desenvolveu vacina para o novo coronavírus".</li> <li>- "Não é verdade que governo suspenderá aposentadoria de idoso que sair à rua".</li> <li>- "Morte de 'borracheiro' não consta de dados oficiais de letalidade pelo novo coronavírus".</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para falar sobre os processos de desinformação na Pandemia de Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma.</i></p> <p><i>Reforça essa ideia o fato de existir a explicitação da metodologia para se alcançar os resultados, ou o desenvolvimento de um padrão por meio de um legissigno simbólico, possibilitando a conferência e a repetição dessa metodologia. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma</i></p> | <p>- "Imagem distorce dados econômicos para sugerir que China se beneficiou do novo coronavírus".</p> <p>- "Edir Macedo usa vídeo com informações falsas para minimizar pandemia do coronavírus".</p> <p>- "É falso que filme chamado 'Coronavírus' foi lançado na China em 2013".</p> <p>- "Foto e vídeo de Doria em Araçatuba são anteriores à pandemia de Covid-19".</p> <p>- "Vídeo compartilhado por Bolsonaro engana ao afirmar que Ceasa em MG está desabastecida".</p> <p>- "Não é verdade que diretor da OMS recuou de recomendação de isolamento social".</p> <p>Apenas um link utilizado como prova da informação apresentada não pertence à agência, mas ao Estado de Minas: "Mercado de Wuhan, o marco zero do coronavírus, se esconde à luz do dia".</p> <p>Delimita e explicita como foram selecionadas e categorizadas as checagens utilizadas delineando, assim, a metodologia. Também fornece uma rápida visão e um link para a metodologia de verificação realizada pela agência em seus conteúdos. Dessa forma, permite que os dados apresentados sejam auditados e que a coleta desses dados ou a verificação de fatos possa ser repetida por quem desejar. Ou seja, houve a preocupação com o desenvolvimento de um legissigno simbólico, um padrão, que vai reger ocorrências nos sinsignos. É disponibilizado duas vezes o link que direciona para a tabela com os dados coletados e trabalhos.</p> <p>Os dados são apresentados na forma multicódigo por meio de cinco gráficos. Os gráficos podem ser compreendidos como diagramas: uma forma de signos icônicos ou hipoícones, que, segundo Peirce, permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre "as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere" (SANTAELLA, 2005, p. 120). No primeiro gráfico, por exemplo, o objeto <i>temática da desinformação</i> é representado por signos em barras verticais cuja parte em laranja significa <i>saúde</i> e a parte em cinza, <i>política</i>, descrevendo uma mudança nos conteúdos desinformativos que de início eram mais sobre saúde e passam, posteriormente, a tratar mais sobre política. Demais gráficos seguem essa mesma lógica.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>Relata que a coleta de informações potencialmente enganosas ocorre por meio de monitoramento sistemático de Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter. Fala sobre a distribuição dos conteúdos desinformativos nessas plataformas, incluindo um gráfico em que o objeto redes sociais é representado pelo signo de barras verticais em diferentes cores, cada uma delas relativa a uma plataforma, respectivamente. Contudo, não especifica se a origem da desinformação apurada foi robótica ou humana.</p>                                                                          |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                  | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e um resumo do que será apresentado ao longo da checagem são apresentados logo no início do conteúdo, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação dos resultados da organização dos dados apresentados, gráficos e links.</p> <p>Esclarece que a agência coleta informações potencialmente enganosas realizando monitoramento sistemático de Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter. Apesar disso, não descreve nenhuma forma de parceria oficial com essas empresas.</p> |

### Ficha de Análise Aos Fatos 6

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Na TV, candidatos à prefeitura alternam fato e ficção sobre a Saúde no Rio</p> <p>Data: 19/10/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/na-tv-candidatos-prefeitura-alternam-fato-e-ficcao-sobre-saude-no-rio/">https://www.aosfatos.org/noticias/na-tv-candidatos-prefeitura-alternam-fato-e-ficcao-sobre-saude-no-rio/</a>. Acesso em 20 out. 2023</p>                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Fato: Análise de programas eleitorais, na TV, de candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Classificação pela agência: diferentes declarações receberam diferentes classificações pela agência                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>131</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apresentar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na presença de links com a origem das informações trazidas ao longo do conteúdo.</i></p> <p><i>Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas</i></p> | <p>Ao longo do conteúdo, apresenta os seguintes selos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Falso” com símbolo de “X”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (partes erradas em uma prova são marcadas com um “x” pelo corretor, por exemplo).</li> <li>- “Exagerado”, com símbolo de seta ascendente, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como algo em expansão ou crescimento, um verdadeiro exagero (Gráfico indicando aumento, por exemplo).</li> <li>- “Impreciso”, com símbolo de interrogação, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como dúvida, tendo em vista que, na língua portuguesa, após perguntas, são colocadas as interrogações.</li> <li>- “Verdadeiro”, com símbolo de “check”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como correto (partes corretas em uma prova são marcadas com um “V” pelo corretor, por exemplo; após cumprir um requisito de uma lista, marcamos com um “V”).</li> </ul> <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam qualificar o fato como falso, exagerado, impreciso ou verdadeiro de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “No entanto, a primeira remessa chegou somente (...)”;</li> </ul> |

<sup>131</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>checadores em conscientizar seus leitores sobre as declarações falsas, verdadeiras, exageradas ou imprecisas dos candidatos, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, a falta de prints para um e-mail da Secretaria Municipal de Saúde que parece fundamentar vários trechos da checagem é contrária a esse fim ético e, pode, ainda, gerar dúvidas, de natureza icônica, levando a sinsignos mais remáticos e apontando incertezas. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas nas etiquetas de classificação do conteúdo (falso, exagerado, impreciso ou verdadeiro) com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “(...) Profissionais de saúde da rede municipal denunciaram à imprensa, principalmente nos primeiros meses da pandemia, a falta de EPIs”.</li> <li>- “No entanto, segundo informações da própria prefeitura, ele foi aberto com 100 leitos em funcionamento (...). Os outros 400 leitos seriam ativados “progressivamente” (...).”</li> <li>- “O número citado por Crivella é maior do que o total de casos confirmados mostrados no painel com dados da Covid-19 no Rio (...)”.</li> <li>- “Apesar de a declaração ter sido dada no contexto das ações da prefeitura no combate à Covid-19, parte dos 27 tomógrafos chegou bem antes da pandemia”.</li> <li>- “(...) Com a chegada dos novos equipamentos comprados na China, foi possível fazer empréstimos dos que já estavam na rede municipal carioca para 25 municípios (...)”.</li> <li>- “Segundo o Diário Oficial do Município de 16 de fevereiro de 2017, a fila de espera tinha 132.541 pedidos no dia 2 de janeiro daquele ano. Sendo assim, a fila atual representa 2,7 vezes a que existia no começo do mandato do atual prefeito”.</li> <li>- “A diferença entre a maior cobertura (4,6 milhões de pessoas) e a menor (2,9 milhões) é, de fato, de 1,7 milhão de pessoas”.</li> <li>- “(...) Já a do Rio de Janeiro, também segundo o IBGE, está em 6,7 milhões, o que representa pouco mais da metade da população paulistana. O último boletim da Prefeitura de São Paulo sobre a Covid-19 na cidade, (...) informou um total de 13.283 óbitos pela doença na cidade. No Rio, até a mesma data, houve 11.655 mortes decorrentes da Covid-19, segundo dados da prefeitura”.</li> <li>- “Apesar de Martha Rocha não especificar quais seriam os “esquemas” que ocorrem “há muito tempo” na saúde municipal, há denúncias e investigações sobre supostas irregularidades no setor nas administrações Paes e Crivella”.</li> <li>- “O dado citado por Benedita é próximo da lista total de espera do Sisreg, (...) que tinha 361.971 com pedidos de consultas e exames em espera na quarta-feira (14). Considerando apenas consultas, o dado é bem menor (...)”.</li> <li>- “A Secretaria Municipal de Saúde informou que gastou em 2020 R\$ 1,037 bilhão em pagamentos para as organizações sociais (OSs) que atuam no setor de saúde”.</li> </ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado, o que poderia ser amplificado se houvesse a utilização de mais diferentes códigos. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sócias, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para classificar as declarações dos candidatos. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há</i></p> | <p>Inclui links para os seguintes conteúdos que comprovam as informações apresentadas e funcionam, portanto, como sinssigno indicial discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relativos à falta de EPIs:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reportagem da agência Brasil ("Chega da China primeira remessa de insumos hospitalares para o Rio"), de 12/05/2020, apontando que insumos da China só chegaram em maio, apesar de terem sido comprados em 2019.</li> <li>2. Painel de Covid do Estado do Rio (Rio Covid-19) sobre o número de infectados e mortos;</li> <li>3. Reportagem do G1, de 20/03/2020 ("Profissionais de saúde do RJ reclamam da falta de condições para trabalhar com pacientes de Covid-19") sobre a falta de EPIs</li> <li>4. Conteúdo no site do Conselho Regional de Medicina do Rio de Janeiro, de 26/03/2023, com a solicitação de EPIs ("CREMERJ SOLICITA AO MINISTÉRIO DA SAÚDE EPIS PARA O RJ");</li> <li>5. "Boletim das ações de fiscalização do Coren-RJ-Covid-19" com denúncias de profissionais de enfermagem relativas às condições de trabalho.</li> <li>6. Reportagens do G1 em que a prefeitura apresenta reposta, dizendo que não há falta de estrutura para profissionais de saúde ("Profissionais de saúde do RJ reclamam da falta de condições para trabalhar com pacientes de Covid-19" e "Profissionais que cuidam de pacientes com Covid-19 no RJ contam que não conseguem se proteger por falta de EPIs".</li> </ol> </li> <li>- Sobre o hospital de Campanha:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Notícia no site da prefeitura ("Crivella inaugura hospital de campanha da Prefeitura no Riocentro, o maior da cidade e de todo o estado") com a informação sobre leitos em funcionamento apresentada pela checagem.</li> <li>2. Notícia do G1 ("Prefeitura anuncia redução de leitos no Hospital de Campanha do Riocentro") com informação de desativação de leitos apresentada na checagem.</li> </ol> </li> <li>- Sobre atendimento de pessoas com Covid:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Painel de Covid-19 do Rio apontando menos pessoas infectadas do que o número citado por político.</li> </ol> </li> <li>- Sobre o empréstimo de equipamentos para outras cidades do estado:             <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Print com a resposta da Secretaria Municipal de Saúde descrevendo as cidades que receberam equipamentos emprestados.</li> </ol> </li> <li>- Sobre a fila do Sisreg:</li> </ul> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Possível link para o Sisreg, mas não está funcionando.</li> <li>2. Diário Oficial do Município informando número de pessoas na fila de espera relativa à saúde em 2 de janeiro de 2017.</li> <li>3. Link que não está funcionando relativo às solicitações que voltam para as unidades de saúde porque precisam de mais informações.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sobre a população que perdeu acesso aos serviços de saúde:                 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sistema de Atenção Primária à Saúde (Saps), do Ministério da Saúde, sobre a cobertura de equipes de Saúde da Família.</li> <li>2. Reportagem, no site da Prefeitura do Rio de Janeiro ("Prefeitura anuncia reestruturação da Atenção Primária"), linkada três vezes para informar os dados de equipes extintas e trazer falas do secretário municipal da Casa Civil e da secretária municipal de saúde, todos apresentados na checagem.</li> </ol> </li> <li>- Sobre as mortes por Covid nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro:                 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dois links para site do IBGE, um com informações sobre população paulista e outro sobre a população carioca;</li> <li>2. Boletim de Covid da cidade de SP referente a 18/10/2020 com o número de mortes na cidade apresentado na checagem.</li> <li>3. Painel de Covid da cidade do Rio ao apresentar o número de mortos por Covid, na cidade, até a data citada acima.</li> </ol> </li> <li>- Sobre esquema de desvio de verba pública:                 <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reportagem do G1 ("Primeiros contratos do labas no RJ, assinados há mais de 10 anos, já levantaram questionamentos da controladoria") sobre problemas nos contratos da prefeitura com a organização social labas.</li> <li>2. Reportagem de O Globo relatando a prisão preventiva de suspeitos de envolvimento de desvio de verbas pagas pela prefeitura à organização social labas.</li> <li>3. Reportagem do G1 ("Operação prende suspeitos de pertencer a 'máfia da saúde' no Rio") sobre prisão de integrantes da organização social Biotech.</li> <li>4. Reportagem do G1 ("Justiça bloqueia bens de ex-secretários de Saúde do Rio acusados de negligência") sobre processo de improbidade administrativa que bloqueou bens dos donos da Biotech e de dois ex-secretários de saúde.</li> </ol> </li> <li>- Sobre a fila de espera para consultas</li> </ul> </li> </ol> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                           | 1. Possível link para o Sisreg, mas não está funcionando, ao falar sobre a lista total de espera no referido sistema.                                                                                                                                                                   |
|                                                                           | Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinistros indiciais dicentes.                                                                                                                     |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | Informa que as checagens foram realizadas a partir de declarações nos programas eleitorais de TV, portanto, uma origem humana. Explica, ainda, que “postulantes com os maiores períodos de exibição podem ser mais verificados que os demais”.                                          |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | A cada alegação verificada, o conteúdo é redigido para se aproximar da forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade são apresentados logo no início do conteúdo e, em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links que comprovam o que está sendo dito. |
|                                                                           | Não foram encontrados indícios de influência das empresas do Vale do Silício.                                                                                                                                                                                                           |

### Ficha de Análise Aos Fatos 7

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: É falso que pandemia de Covid-19 só reduziu tráfego aéreo no Brasil e no continente africano</p> <p>Data: 14/04/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-pandemia-de-covid-19-so-reduziu-trafego-aereo-no-brasil-e-no-continente-africano/">https://www.aosfatos.org/noticias/e-falso-que-pandemia-de-covid-19-so-reduziu-trafego-aereo-no-brasil-e-no-continente-africano/</a>. Acesso em 25 out. 2023</p>                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Fato: Pandemia de Covid-19 só reduziu tráfego aéreo no Brasil e no continente africano.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Classificação pela agência: Falso                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>132</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de links que apontam a fonte da informação e na confirmação dos dados da RadarBox pela LightRadar24 (ambas indicam redução de tráfego aéreo na pandemia). Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou</i></p> | <p>Ao longo do conteúdo, apresenta selo de “Falso” com símbolo de “X”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (partes erradas em uma prova são marcadas com um “x” pelo corretor, por exemplo).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Não é verdade que a pandemia de Covid-19 só reduziu o tráfego aéreo do Brasil e do continente africano”.</li> <li>- “Um mapa compartilhado por esses posts, (...) não prova que (...)”;</li> <li>- “(...) a movimentação de aviões é sempre maior na América do Norte e na Europa do que na América do Sul e na África”.</li> <li>- “Fora de contexto, um mapa do tráfego aéreo mundial extraído do site RadarBox tem sido compartilhado nas redes (...)”</li> <li>- “(...) informações reunidas por Aos Fatos e a própria empresa que faz o diagrama demonstram que a diminuição foi generalizada em termos proporcionais”.</li> <li>- “(...)uma grande redução [de voos] em todo o mundo”.</li> <li>- “(...)diagrama geralmente é muito mais coberto de aviões na Europa e na Ásia, por exemplo”.</li> <li>- “A redução de voos comerciais no mundo entre 9 e 14 de abril de 2020 foi de 78% em comparação ao mesmo período do ano passado”.</li> </ul> |

<sup>132</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre o processo de desinformação acerca da redução do tráfego aéreo ao longo da pandemia de Covid-19, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, a ausência de um print confirmando a circulação da desinformação no WhatsApp, como defendido pela agência, é contrária a esse fim ético. Alguns dados são apresentados na forma de gráficos ou mapas, hipoícones dos tipos diagrama e metáfora, respectivamente, para auxiliar na compreensão do que está sendo apresentado. Com o mesmo intuito, há, ainda, três vídeos comparando o tráfego aéreo antes e após a pandemia de Covid-19 que podem ser considerados hipoícones do tipo imagem. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas, cores e do</i></p> | <p>- “(...) três mapas que comprovam a expressiva redução da movimentação de aviões comerciais mundialmente antes e durante a pandemia”.</p> <p>- “Dados também comprovam que, independentemente da pandemia, os fluxos de aeronaves comerciais no Brasil e no continente africano sempre estiveram abaixo dos de outras regiões do planeta”.</p> <p>- “(...) não há qualquer evidência de que países tenham deliberadamente restringido voos para o Brasil ou nações africanas em razão da pandemia (...). Tais proibições não constam em levantamento ATA (Associação Internacional de Transportes Aéreos) de medidas adotadas mundialmente no setor”.</p> <p>Inclui links para os seguintes conteúdos que comprovam as informações apresentadas e funcionam, portanto, como sinssigno indicial discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Publicação feita por Olavo de Carvalho em rede social com a desinformação classificada como falsa.</li> <li>- Print com resposta da RadarBox (em inglês) explicando o mapa de tráfego aéreo produzido pela empresa e usado nas peças de desinformação.</li> <li>- Site da RadarBox com estatísticas de redução de tráfego de voos, em todo mundo, por conta da Pandemia.</li> <li>- Boletim da Organização de Aviação Civil Internacional com dados de voos ao longo de 2018, comprovando que Brasil e África possuem menor tráfego aéreo.</li> <li>- Possivelmente WATS 2019 (Sigla, em inglês, para Estatísticas do Transporte Aéreo Mundial), produzido pela Associação Internacional de Transportes Aéreos, que não foi mais encontrado.</li> <li>- Levantamento da Associação Internacional de Transportes Aéreos sobre as restrições de voo ao longo da pandemia.</li> <li>- Discussão sobre a peça de desinformação no Reddit que embasam a tese de circulação do conteúdo, no WhatsApp, desde 13/04/2020.</li> </ul> <p>Apresenta três vídeos, publicados no Youtube:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comparação feita pela RadarBox do tráfego aéreo brasileiro nos dias 9 de março e 9 de abril de 2020, apontando diminuição.</li> <li>- Dois vídeos feitos pela RadarBox, um comparando o tráfego aéreo norte-americano e o outro, o europeu, antes e durante a pandemia, também apontando diminuição.</li> </ul> <p>Os vídeos representam o tráfego aéreo por meio de uma possível similaridade, portanto, com um</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>audiovisual em conjunto com o código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo tenha, ainda, permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para falar sobre o tráfego aéreo durante a pandemia de Covid-19. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências</i></p> | <p>componente icônico. Contudo, quando representados, transformam-se em um sinsigno indicial discente que comprova o tráfego aéreo e, numa comparação entre diferentes datas, apontam, visualmente, uma diminuição desse tráfego. Podem ser considerados, também, um hipoícone ou signo icônico do tipo imagem, porque as qualidades dos objetos aviões e continentes, como as formas e os movimentos, são similares com os dos signos que os representa, ou seja, há uma semelhança na aparência (SANTAELLA, 2005).</p> <p>Traz um gráfico da RadarBox com comparação no tráfego aéreo entre 9 e 15 de abril de 2019 e 2020, apontando queda severa. Os gráficos podem ser compreendidos como diagramas: uma forma de signos icônicos ou hipoícones, que, segundo Peirce, permitem a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre “as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere” (SANTAELLA, 2005, p. 120). No gráfico em questão, por exemplo, o objeto <i>tráfego aéreo</i> é representado por signos em linhas de diferentes tonalidades como referência a 2019 e 2020, respectivamente. A linha de 2020 apresenta uma acentuada queda quando comparada à de 2019, simulando a diminuição do tráfego aéreo na pandemia de Covid-19.</p> <p>Disponibiliza, no corpo do conteúdo, três mapas enviados pela LightRadar24 reafirmando o que os mapas da RadarBox já apontavam: redução de voos comerciais em todo o mundo por conta da pandemia. Esses mapas também podem ser considerados hipoícones ou signos icônico do tipo metáfora, ou seja, requerem o reconhecimento de um padrão de caráter icônico, disponível no repertório da mente interpretadora, para que seja gerado um interpretante. As metáforas “representam o caráter representativo de um signo e traçam um paralelismo com algo diverso. (...) Extraem-se tão-somente o caráter, o potencial representativo em nível de qualidade, de algo e fazem o paralelo com alguma coisa diversa” (SANTAELLA, 2005). Assim, o usuário precisa reconhecer que os pontilhados amarelos nos mapas se referem à quantidade de aviões que circulam mundialmente e que houve diminuição em março e abril de 2020 na comparação com fevereiro do mesmo ano. Ao confirmar as informações do RadarBox com os dados do LightRadar24, há uma repetição de legissignos, um</p> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma.</i></p> <p><i>Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <p>padrão que funciona como símbolo de informação correta.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinistros indiciais dicentes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Origem robótica ou humana</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Diz que a desinformação circulava no WhatsApp (sem, contudo, provar isso por meio de print) e foi amplificada por Olavo de Carvalho no Facebook, apresentando o <i>post</i> do escritor por meio do link e de print no corpo da checagem, mas não especifica se houve também compartilhamento por meio de <i>bots</i>.</p>                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b></p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade, assim como um resumo do que será apresentado ao longo da checagem, são apresentados logo no início, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links, postagens nas redes sociais, vídeos e imagens</p> <p>Afirma que as postagens foram marcadas com selo FALSO na ferramenta de verificação do Facebook e insere um link para o site de Aos Fatos que especifica o funcionamento de parceria com essa rede social.</p> |

### Ficha de Análise Aos Fatos 8

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Ao anunciar que contraiu Covid-19, Bolsonaro recorre a informações falsas sobre a pandemia</p> <p>Data: 07/07/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/ao-anunciar-que-contraiu-covid-19-bolsonaro-recorre-informacoes-falsas-sobre-pandemia/">https://www.aosfatos.org/noticias/ao-anunciar-que-contraiu-covid-19-bolsonaro-recorre-informacoes-falsas-sobre-pandemia/</a>.</p> <p>Acesso em 28 out. 2023</p>                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Fato: Análise das declarações de Bolsonaro na entrevista em que comunicou ter contraído Covid-19.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Classificação pela agência: diferentes declarações receberam diferentes classificações pela agência                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>133</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apontar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na presença de links com a origem das informações apresentadas ao longo do conteúdo. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas</i></p> | <p>Ao longo do conteúdo, apresenta os seguintes selos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Falso” com símbolo de “X”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (partes erradas em uma prova são marcadas com um “x” pelo corretor, por exemplo).</li> <li>- “Contraditório” com símbolo de “seta curva dupla”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como dúvida, tendo em vista que a seta é curva e aponta para duas direções, ou seja, pode não indicar um só caminho.</li> <li>- “Verdadeiro”, com símbolo de “check”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como correto (partes corretas em uma prova são marcadas com um “V” pelo corretor, por exemplo; após cumprir um requisito de uma lista, marcamos com um “V”).</li> </ul> <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos que tentam qualificar o fato como falso, contraditório ou verdadeiro de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “O presidente Jair Bolsonaro (sem partido) citou informações falsas e distorcidas sobre a pandemia (...);”</li> <li>- “(...) O governo federal teria sido afastado pelo STF (Supremo Tribunal Federal) das ações para o controle da doença — o que é falso. Tampouco é verdade que a sua gestão já gastou R\$ 1 trilhão em medidas (...)”.</li> </ul> |

<sup>133</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>checadores em conscientizar seus leitores sobre as informações falsas acerca da pandemia de Covid-19 disseminadas por Bolsonaro, uma conduta ética controlada e deliberada. Contudo, é contrária a esse fim ético a falta de fonte da informação, como forma de comprovação, de que a Opas questionou estudos observacionais não publicados em periódicos que apontaram a eficácia da Ivermectina contra o SarS-Cov-2 (há link para o site da Opas, em trecho anterior, mas que, atualmente, é uma área restrita à senha). Isso pode gerar dúvida, de natureza icônica, que consequentemente leva a sinsignos mais remáticos. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas nas etiquetas de classificação do conteúdo (falso, contraditório ou verdadeiro) com o</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “(...) é FALSO que tais decisões impedem Bolsonaro de agir contra a pandemia nem o isentam de responsabilidade(...)”.</li> <li>- “O governo federal não gastou quase R\$ 1 trilhão (...) haviam sido liberados R\$ 212,7 bilhões, um valor bem menor (...)”</li> <li>- “É FALSO que, na época em que Bolsonaro começou a promover a cloroquina, o medicamento era o único em testes contra a Covid-19”.</li> <li>- “A pandemia reduziu a renda média dos trabalhadores informais a 60% do habitual em maio, não a 20%, como afirmou o presidente”.</li> <li>- “O presidente minimizou a importância do distanciamento Social (...). Portanto, é CONTRADITÓRIO quando ele diz que cumpre o distanciamento (...)”.</li> <li>- “Bolsonaro afirma que a cloroquina não tem ação comprovada contra a Covid-19, o que está correto mas é CONTRADITÓRIO com declarações anteriores dele (...)”.</li> <li>- “De fato é mais baixo o risco de complicações da Covid-19 em pacientes com menos de 40 anos, segundo estudos recentes”.</li> <li>- “No entanto, diferentemente do que afirma o presidente, as decisões não o impedem de agir no combate à pandemia nem o isentam de responsabilidade sobre a crise”.</li> <li>- “(...) também afirmou que elas não isentavam o presidente de responsabilidade. Em entrevista ao UOL, a ministra Cármen Lúcia repetiu esse entendimento”.</li> <li>- “(...) o governo federal pode, sim, influenciar diferentes aspectos das políticas sobre Covid-19”.</li> <li>- “(...) como lembra reportagem da BBC Brasil, a Constituição Federal determina que a União é uma das esferas responsáveis pelas políticas de saúde pública”.</li> <li>- “O valor gasto até 7 de julho pelo governo federal em ações de combate à Covid-19 é de R\$ 212,7 bilhões, ou seja, cerca de 20% da cifra mencionada por Bolsonaro”.</li> <li>- “(...) também é muito superior ao total previsto no Orçamento para enfrentar a pandemia (...)”.</li> <li>- “(...) quando a droga apareceu primeiro no discurso presidencial, países europeus já faziam testes em larga escala com outros remédios (...)”.</li> <li>- “Segundo a OMS e o Ministério da Saúde, hoje remédios são indicados apenas para aliviar sintomas da Covid-19 (...)”.</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>código verbal caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional, o que poderia ser amplificado se houvesse a utilização de mais diferentes códigos. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo também tenha permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sógnicas, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para classificar as declarações de Bolsonaro como falsas, verdadeiras ou contraditórias. Ou seja, compreenderam</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Com a pandemia, a renda média dos trabalhadores informais passou a corresponder a 60% do valor recebido habitualmente em maio, segundo estudo do Ipea (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada)”.</li> <li>- “Porém, em diversos momentos recentes, o presidente minimizou a necessidade de isolamento social e descumpriu a determinação do governo do Distrito Federal que obriga desde abril o uso da proteção em locais públicos”</li> <li>- “(...) Bolsonaro foi visto sem máscara em manifestações, em passeio no lago Paranoá e em visita ao Departamento de Trânsito do Distrito Federal. Em maio, ele participou e encorajou diversos atos em Brasília que provocaram aglomerações e desrespeitaram as normas de distanciamento social”.</li> <li>- “(...) o presidente chegou a ser obrigado por decisão judicial a usar máscara em todos os espaços públicos do DF sob pena de multa (...)”.</li> <li>- “No último sábado (4), ele voltou a aparecer sem o equipamento de proteção (...)”.</li> <li>- “Mesmo na entrevista desta terça-feira (7), quando anunciou ter contraído a Covid-19, o presidente tirou a máscara ao se dirigir às câmeras”.</li> <li>- “(...) em diversas ocasiões recentes, ele afirmou ou sugeriu que medicamentos, especialmente a cloroquina, seriam eficazes para tratar a infecção”.</li> <li>- “(...) o presidente afirmou que a cloroquina e hidroxicloroquina eram benéficas e inofensivas (...)”.</li> <li>- “(...) no Twitter, voltou a defender o uso do medicamento (...)”.</li> <li>- “Em vídeo do dia 23 de maio, ele disse que a cloroquina era a única opção para tratar Covid-19”.</li> <li>- “Não há até hoje comprovação científica de que as drogas citadas por Bolsonaro sejam úteis no tratamento da Covid-19”.</li> <li>- “Estudos recentes estimam que é baixo o risco de pessoas com menos de 50 anos de idade e sem condições pré-existentes apresentarem quadros graves da Covid-19”.</li> <li>- “Isso não significa, no entanto, que a doença não pode evoluir para casos graves em pacientes jovens e saudáveis”.</li> </ul> <p>Inclui links para os seguintes conteúdos que comprovam as informações apresentadas e funcionam, portanto, como <i>sinsigno</i> indicial discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Possivelmente para entrevista dada por Bolsonaro, no Youtube, que não está funcionando mais.</li> <li>- Contador das declarações de Bolsonaro produzido pelo Aos Fatos.</li> </ul> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conteúdo de Aos Fatos: "Não é verdade que STF afastou Bolsonaro de ações para o controle da pandemia".</li> <li>- Documento de "Arguição de Descumprimento de Preceito Fundamental 672" referente à decisão de Alexandre de Moraes sobre a atuação do Governo Federal na Pandemia.</li> <li>- Documento de "Medida Cautelar na Ação Direta de Inconstitucionalidade 6341", assinado pelo ministro Marco Aurélio, também sobre a ação do Governo Federal na Pandemia.</li> <li>- Capa do site BR Político, do Estadão, que possivelmente deveria direcionar para entrevista com ministro do STF citada na checagem.</li> <li>- Conteúdo da Uol com o título: "Acho difícil superar a pandemia com esse desgoverno, diz Cármen Lúcia".</li> <li>- Lei nº 14.019 sobre a obrigatoriedade de utilização de máscara em espaços públicos.</li> <li>- Vetos do presidente com as respectivas justificativas referentes à Lei nº 14.019.</li> <li>- Reportagem da BBC "'Cobre seu governador': qual a responsabilidade do governo federal no combate à pandemia?"</li> <li>- Site "Monitoramento dos Gastos da União com Combate à COVID-19", do Tesouro Nacional.</li> <li>- Reportagem: "Europa começa a testar quatro tratamentos contra a Covid-19" no "Diário de Pernambuco".</li> <li>- Página de Perguntas e Respostas sobre Covid-19 da OMS.</li> <li>- Possivelmente para o site do Ministério da Saúde que não está funcionando mais.</li> <li>- Conteúdo do Ipea: "Os efeitos da pandemia sobre os rendimentos do trabalho e o impacto do auxílio emergencial: o que dizem os microdados da PNAD covid-19".</li> <li>- Página do PNAD Contínua - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua, do IBGE.</li> <li>- Notícia "Três em cada quatro consumidores vão manter redução no consumo no pós-pandemia", no site da Agência CNI de notícias.</li> <li>- Notícia: "DataSenado mostra que pandemia reduziu a renda familiar de 68% dos brasileiros" no site da Agência Senado.</li> <li>- Notícia no site do Correio Braziliense: "Bolsonaro diz que isolamento social contra coronavírus foi 'inútil'".</li> <li>- Notícia no site Agência Brasília: "Uso de máscaras de proteção passa a ser obrigatório a partir do dia 30 deste mês".</li> </ul> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Notícia do G1: "Uso de máscaras de proteção passa a ser obrigatório a partir do dia 30 deste mês".</li> <li>- Notícia no site do G1: "Bolsonaro sai sem máscara e passeia de moto aquática no DF"</li> <li>- Notícia do G1: "Bolsonaro vai ao Detran e visita secretário de Segurança Pública do DF" - foto de abertura da notícia traz Bolsonaro sem máscara.</li> <li>- Reportagem da Uol: "Bolsonaro esteve, em média, em uma aglomeração por dia durante a pandemia".</li> <li>- Notícia do G1: "Justiça Federal obriga Bolsonaro a usar máscara em espaços públicos do DF".</li> <li>- Notícia da Uol: "AGU recorre de decisão que impõe uso de máscara a Bolsonaro".</li> <li>- Notícia do G1: "Justiça derruba decisão que obrigava Bolsonaro a usar máscara em locais públicos do DF".</li> <li>- Notícia de O Globo: "Sem máscara, Bolsonaro abraçou ministros em evento no fim de semana".</li> <li>- Notícia da Uol: "Bolsonaro tira a máscara em coletiva após confirmar diagnóstico de covid-19".</li> <li>- Conteúdo específico do contador de declarações de Bolsonaro: "A pessoa medicada corretamente [com a hidroxiclороquina], não tem efeito colateral."</li> <li>- Conteúdo específico do contador de declarações de Bolsonaro: "Até a hidroxiclороquina não tem comprovação."</li> <li>- Conteúdo específico do contador de declarações de Bolsonaro: "Até porque não tem outro que seria remédio [além da cloroquina]. Ou você toma cloroquina ou não toma nada."</li> <li>- Notícia da CNN: "Estudo americano vê resultados positivos da hidroxiclороquina para a Covid-19", que aborda os métodos duvidosos utilizados na pesquisa.</li> <li>- Artigo em periódico: "A Randomized Trial of Hydroxychloroquine as Postexposure Prophylaxis for Covid-19", estudo mais robusto que descartou eficácia da hidroxoclороquina.</li> <li>- Notícia no site da BBC: "Coronavírus: as razões da OMS para suspender novamente testes com hidroxiclороquina".</li> <li>- Página do Solidarity Trial, estudo clínico organizado pela OMS.</li> <li>- Notícia no Valor Econômico (hospedado no G1): "OMS encerra em definitivo estudo com hidroxiclороquina para tratamento da covid".</li> <li>- Artigo: "The FDA-approved drug ivermectin inhibits the replication of SARS-CoV-2 in vitro", na Revista Antiviral Research.</li> <li>- Área do site da Opas que solicita senha.</li> <li>- Artigo, na Nature: "Severe COVID-19 in the young and healthy: monogenic inborn errors of immunity?"</li> </ul> |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Página da OMS: "COVID-19: vulnerable and high risk groups".</li> <li>- Conteúdo no site da "Unifesp em enfrentamento à Covid": "86 milhões de adultos brasileiros estão no grupo de risco para covid-19".</li> <li>- Boletim epidemiológico do Estado de São Paulo que não está funcionando mais.</li> <li>- Notícia do G1: "Mais da metade dos jovens de 20 a 29 anos que morreram por Covid-19 não tinham comorbidade".</li> <li>- Site do Governo de Alagoas (possivelmente para notícia sobre morte de mulher de 20 anos por Covid-19), mas não está abrindo conteúdo corretamente.</li> <li>- Conteúdo do próprio Aos Fatos: "É incorreto dizer que OMS concluiu que assintomáticos não têm potencial de transmitir Covid-19"</li> </ul> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinais indiciais dicentes.</p> |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | <p>Informa que as checagens foram realizadas a partir de declarações de Bolsonaro durante entrevista na qual anunciou estar com Covid-19, portanto, uma origem humana.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | <p>O conteúdo é redigido para se aproximar da forma clássica de pirâmide invertida. No início da checagem, há um resumo de todas as alegações de Bolsonaro e o motivo de sua classificação como Falsa, Contraditória ou Verdadeira, o que será detalhado ao longo do conteúdo. A cada alegação apresentada, o tema é aprofundado com a apresentação de links que explicam a classificação dada pela agência..</p> <p>Não foram encontrados indícios de influência direta das empresas do Vale do Silício. Contudo, há link para Youtube.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### Ficha de Análise Aos Fatos 9

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Desenhemos fatos sobre o distanciamento social<br/>         Agência: Aos Fatos<br/>         Data: 17/04/2020<br/>         Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/desenhemos-fatos-sobre-o-distanciamento-social/">https://www.aosfatos.org/noticias/desenhemos-fatos-sobre-o-distanciamento-social/</a>. Acesso em 22 nov. 2023</p>                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <p>Fato: Discussão acerca do distanciamento social como estratégia de combate à disseminação do SarS-Cov-2</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <p>Classificação pela agência: Conteúdo não classificável</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>134</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser apontar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de links para outras publicações que confirmam o que está sendo dito. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas</i></p> | <p>Utiliza os seguintes vocábulos ou frases para tratar sobre o distanciamento de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “A adoção de medidas de distanciamento social é apontada por autoridades sanitárias e especialistas como a forma mais eficaz de conter a pandemia de Covid-19 sem sobrecarregar os sistemas de saúde”</li> <li>- “(...) as restrições à circulação de pessoas e a aglomerações são cruciais (...)”.</li> <li>- “No Brasil, o distanciamento social gerou ainda uma crise política que opôs Jair Bolsonaro a governos estaduais e prefeituras”.</li> <li>- “(...) o novo coronavírus (SARSCoV-2) se espalha rápido: cada pessoa pode contaminar outras duas a três, segundo as pesquisas mais recentes sobre o tema”.</li> <li>- “(...) a Covid-19 seja capaz de causar colapso de sistemas de saúde é a alta taxa de hospitalização”.</li> <li>- “(...) a infecção por Covid-19 demanda muitos recursos do sistema de saúde (...) respiradores e acompanhamento constante da equipe de saúde”.</li> <li>- “O tempo de permanência na UTI desses pacientes também é alto (...)”</li> <li>- “(...) especialistas e autoridades de saúde como a OMS (Organização Mundial da Saúde) defendem o chamado ‘achatamento da curva’ epidemiológica da doença (...). A diferença estaria no número de casos que ocorrem todos os dias, que permanece mais baixo. Isso é importante para evitar o colapso da saúde (...)”.</li> </ul> |

<sup>134</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>checadores em conscientizar seus leitores sobre a importância do distanciamento social, uma conduta ética controlada e deliberada. As informações coletadas são apresentadas também na forma de ilustrações que representam, principalmente, por meio da apreensão de padrões. As ilustrações podem ter como intuito despertar sensações que impulsionem a leitura de todo o conteúdo, mas também, resumir o que será apresentado de forma que, se o contato do usuário for apenas com a ilustração, ele já terá se informado minimamente. No âmbito da estética, relacionada à Primeiridade, a presença de formas e cores em conjunto com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar, também, sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- “(...) o sistema de saúde brasileiro já começa a enfrentar a epidemia ‘muito próximo do limite de atingir sua capacidade máxima’ e que ‘a maior parte das demais razões de internação continuam ocorrendo normalmente durante a pandemia’”.</li> <li>- “(...) o problema da epidemia é que ela acomete muitas pessoas ao mesmo tempo, o que pode fazer com que o número de casos graves — e, consequentemente, de internações — exceda a capacidade dos hospitais”.</li> <li>- “Em São Paulo, alguns hospitais já estão em situação crítica. Quatro da capital atingiram 100% ocupação de leitos de UTI, e médicos do Hospital Emílio Ribas já temem ter que escolher quais casos devem receber tratamento em detrimento de outros”.</li> <li>- “Se a disseminação não for contida, corre-se o risco da situação em Manaus se repetir no resto do país”.</li> <li>- ““(...) não existe outra alternativa a não ser manter o distanciamento social””.</li> <li>- “Bolsonaro defendeu (...) a reabertura do comércio e das fronteiras, reforçando o que chama de ‘isolamento vertical’, um modelo em que apenas idosos seriam isolados. Nenhum país adotou tal medida até agora”.</li> <li>- “Até o momento, o governo federal não lançou diretrizes com medidas de distanciamento social a serem seguidas por estados e municípios”.</li> <li>- “(...) sem a adoção de medidas de distanciamento, 1,1 milhão de pessoas podem morrer (...) no Brasil — isso inclui tanto os mortos pela Covid-19 quanto aqueles em consequência do colapso do sistema de saúde”.</li> <li>- “Conforme aponta relatório da Fiocruz (...), o achatamento da curva por meio de medidas de distanciamento social, além de não sobrecarregar o sistema de saúde, dá tempo para o governo e para os cientistas e pesquisadores se prepararem melhor para o combate à epidemia e desenvolverem tratamento e vacina para a Covid-19”.</li> <li>- “A estimativa mais otimista dos pesquisadores é de que uma vacina só estará disponível em 2021”</li> <li>- “(...) A adoção precoce e agressiva de medidas de distanciamento social durante a gripe espanhola de 1918 também foram economicamente eficientes para cidades norte-americanas (...)”.</li> </ul> <p>Inclui os seguintes links que funcionam como prova do que está sendo relatado e, portanto, como um sinsigno indicial dicente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Decreto de demissão de Mandetta e nomeação de novo ministro da saúde;</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo tenha, ainda, permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sócias, o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para falar sobre a importância do distanciamento social. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma. Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a</i></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Periódico "Cadernos de Saúde Pública" da Fiocruz. Atualmente, link leva para página principal da revista, mas parece que era direcionado a pesquisas relativas especificamente à Covid-19.</li> <li>- Artigo no The Lancet: "Estimates of the severity of coronavirus disease 2019: a model-based analysis".</li> <li>- Possivelmente boletim epidemiológico do Ministério da Saúde. Contudo, não é possível mais acessar o link;</li> <li>- Site do CDC com informações de que página não foi mais encontrada.</li> <li>- Relatório da situação epidemiológica da Tailândia que fala sobre o achatamento da curva epidemiológica.</li> <li>- Working paper do economista Thomas Conti.</li> <li>- Possivelmente link relativo a um painel de leitos disponíveis gerido pelo Ministério da Saúde. Contudo, link não foi encontrado mais.</li> <li>- Notícia de O Globo: "Cidade de São Paulo tem quatro hospitais com 100% da ocupação de UTIs".</li> <li>- Reportagem da Folha de S. Paulo: "Coronavírus lota hospital Emílio Ribas, e médicos correm para evitar escolher quem morre".</li> <li>- Painel Coronavírus do Governo Federal.</li> <li>- Reportagem do Nexo Jornal: "Por que o Amazonas é o 1º estado a ter um colapso na saúde".</li> <li>- Notícia do site da Folha de São Paulo "Vídeo de hospital no AM mostra ala cheia de corpos ao lado de pacientes".</li> <li>- Site do Ministério da saúde - possivelmente levava até conteúdo específico, mas hoje vai direto para capa do site.</li> <li>- Notícia do The Guardian: "What coronavirus lockdowns have meant around the world".</li> <li>- Notícia do Estadão: "Bolsonaro defende comércio e fronteira abertos durante posse de Nelson Teich, novo ministro da Saúde".</li> <li>- Notícia no site do Estadão: "Doria amplia quarentena até 10 de maio no Estado de São Paulo".</li> <li>- Notícia no Metrôpoles: "Comércio reabrirá no DF, menos bares, restaurantes e academias".</li> <li>- Reportagem do Nexo Jornal: "Como são as projeções para a covid-19 no Brasil em diferentes cenários".</li> <li>- Notícia no site da Fiocruz: "Relatório atualiza a previsão de disseminação da Covid-19".</li> <li>- Notícia no site do G1: "Três vacinas para Covid-19 estão em testes clínicos, diz OMS".</li> <li>- Possível link para o site do jornal inglês "The Telegraph", contudo, não está mais funcionando.</li> </ul> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> | <p>Os dados trazidos em texto também são apresentados por meio de ilustrações consideradas como HQs pela agência. Antes do título, há uma “tirinha” com três quadros de ilustrações que serão apresentadas também ao longo do conteúdo. Inicialmente, o texto informa que reuniu os principais dados já conhecidos sobre distanciamento social em uma HQ, em seguida, repete a “tirinha” descrita anteriormente e inclui mais dois quadros abaixo dela. As ilustrações resumem tudo o que será apresentado ao longo da checagem e cada um dos quadros apresentado é posicionado no corpo do texto quando retomado o assunto a que se refere. As ilustrações são as seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- um homem tossindo ao lado de outras duas pessoas com a frase “A Covid-19 se espalha rápido e tem uma alta taxa de hospitalização. Cada pessoa contamina outras 2 ou 3”.</li> <li>- Três pacientes em camas hospitalares, dois deles usando equipamentos na cabeça, com a seguinte frase: “Sem conter o contágio, haverá mais doentes do que leitos e respiradores disponíveis”.</li> <li>- Um gráfico em que o eixo X se refere a “Tempo desde o primeiro infectado” e Y ao “número de infectados”. Uma parábola com interior em rosa indica um pico com alto número de infectados e vem com símbolo de exclamação dentro de um triângulo amarelo e a explicação de que “infectados não conseguem internação”. Há outra parábola com pico menos acentuado e interior em azul; acima dela, uma linha tracejada em vermelho indicando “leitos disponíveis no sistema de saúde”.</li> <li>- Um homem e uma mulher separados por uma seta de duas pontas e a frase: “Com medidas de redução do contato entre pessoas como a proibição de aglomeração e restrição de circulação...”</li> <li>- Um cientista utilizando roupas especiais, luvas e óculos, manuseando uma pipeta em um microscópio. No canto inferior esquerdo, uma seta em círculo e, dentro dela, ponteiros de um relógio. Adicionalmente, há a seguinte frase que completa a do quadro anterior: “... Governos ganham tempo para preparar o sistema de saúde e a economia. E cientistas podem desenvolver vacina e tratamento específico”.</li> </ul> <p>Na maioria das imagens, os padrões dos signos se relacionam aos dos objetos, em nível simbólico, ou seja, é necessário o reconhecimento de um padrão de caráter icônico, disponível no repertório da mente interpretadora, para que seja gerado um interpretante. Por exemplo, o signo homem tossindo pode ser relacionado ao objeto Covid, tendo em vista que esse</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                           | <p>é um dos sintomas da doença, o que é reforçado pela frase apresentada no quadro. O signo seta de duas pontas separando duas pessoas pode ser relacionado ao objeto distanciamento. Já o signo seta circular com ponteiros de um relógio dentro pode ser relacionado ao objeto tempo. Ambas as compreensões são reforçadas por frases escritas. Sendo assim, esses elementos podem ser considerados como metáforas, que “representam o caráter representativo de um signo e traçam um paralelismo com algo diverso. (...) Extraem-se tão-somente o caráter, o potencial representativo em nível de qualidade, de algo e fazem o paralelo com alguma coisa diversa” (SANTAELLA, 2005). Da mesma forma, o reconhecimento de um signo relacionado ao objeto ambiente hospitalar, respiradores e cientista depende do reconhecimento do caráter representativo que possuem.</p> <p>Já o gráfico pode ser compreendido como diagrama: uma forma de signo icônico ou hipoícone, que, segundo Peirce, permite a representação por meio de similaridades nas relações internas entre signo e objeto (CP 2.277). Assim, a semelhança ocorre entre “as relações entre as partes do signo e as relações entre as partes do objeto a que o signo se refere” (SANTAELLA, 2005, p. 120). No gráfico em questão, por exemplo, o signo parábola com pico acentuado e interior rosa representa o funcionamento do colapso no sistema de saúde, enquanto a parábola com interior azul representa uma situação de saúde controlada.</p> <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p> |
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | Analisa informações sobre o distanciamento social com possível objetivo de informar e evitar a disseminação de processos desinformativos, sejam eles humanos ou robóticos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – um resumo do que será apresentado aparece logo no início do conteúdo, inclusive com a presença do HQ. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de provas por meio de links.</p> <p>Não foi encontrada relação do conteúdo com as empresas do Vale do Silício.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

### Ficha de Análise Aos Fatos 10

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Título: Foto e vídeo de Doria em Araçatuba são anteriores à pandemia de Covid-19</p> <p>Data: 20/04/2020</p> <p>Link para o conteúdo: <a href="https://www.aosfatos.org/noticias/foto-e-video-de-doria-em-aracatuba-sao-anteriores-pandemia-de-covid-19/">https://www.aosfatos.org/noticias/foto-e-video-de-doria-em-aracatuba-sao-anteriores-pandemia-de-covid-19/</a>. Acesso em 08 out. 2023</p>                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <p>Fato: Então governador de São Paulo, João Doria, não estaria cumprindo as regras de distanciamento social impostas por ele mesmo ao estado.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>Classificação pela agência: Falso</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <p><b>Análise Semiótica<sup>135</sup></b></p> <p><i>Há uma tentativa de fazer predominar os sinsignos indiciais dicentes, signos de secundidade, para a representação por meio de padrões de relações existenciais com seus objetos. A intenção pode ser indicar uma prova do ponto defendido, o que fica bem evidente na apresentação de links com a fonte das informações compartilhadas pela agência. Além disso, a assessoria de comunicação do ex-governador foi procurada para se manifestar sobre o caso e, também, foi apresentada a defesa do diretor da</i></p> | <p>Ao longo do conteúdo, apresenta selo de “Falso” com símbolo de “X”, com possível apreensão do qualissigno icônico que pode levar a legissigno associado ao padrão e, portanto, ser interpretado simbolicamente como erro (partes erradas em uma prova são marcadas com um “x” pelo corretor, por exemplo).</p> <p>Faz opção pelos seguintes vocábulos ou frases que tentam qualificar o fato como falso de forma mais indicial do que icônica e, portanto, apontando mais certeza do que dúvidas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- “Fotos e vídeo antigos (...)circulam nas redes sociais como se fossem atuais para acusar o tucano de descumprir a medida de distanciamento social (...);</li> <li>- “(...) todos os registros são anteriores à pandemia de Covid-19”.</li> <li>- “O material fora de contexto (...)”.</li> <li>- “A foto acima é verdadeira, mas foi tirada em novembro de 2019 (...)”.</li> <li>- “A foto que mostra o hoje governador paulista dançando em uma boate circula na internet ao menos desde setembro de 2010 (...)”.</li> <li>- “As publicações enganosas afirmam que o registro teria sido feito no Lounge The New Club, em Araçatuba (SP), no fim de semana, mas a casa noturna está fechada ao público (...)”.</li> <li>- “A fala do governador, no entanto, indica que o registro seria de 2019”.</li> <li>- “(...) na gravação, Doria afirma que ‘a família Belmonte vai contar para vocês o êxito dessa missão China (...)’. A missão citada ocorreu em agosto do ano passado”.</li> </ul> |

<sup>135</sup> A análise semiótica apresentada nesta ficha foi feita pela pesquisadora autora deste trabalho antes da realização de entrevistas com os profissionais que assinaram as checagens. Portanto, trata-se, apenas, de uma previsão de quais signos a mente interpretadora desses jornalistas priorizou nas semioses que geraram o conteúdo analisado. Somente a entrevista pode confirmar se a intenção desses profissionais foi, realmente, a predominância dos signos observados pela pesquisadora.

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><i>Colormaq divulgada nas redes sociais. Os signos de secundidade se relacionam, ainda, à esfera da ética, ou seja, indicam uma preocupação dos jornalistas checadores em conscientizar seus leitores sobre os processos de desinformação envolvendo o então governador de São Paulo. Já as imagens presentes podem ser associadas ao domínio da estética, relacionada à Primeiridade, e, em conjunto com o código verbal, caracteriza o sinestésico dos ambientes multicódigo que tendem a gerar sensações de permanente compartilhamento comunicacional. Assim, parece que os jornalistas checadores tinham a intenção de proporcionar um maior envolvimento com o conteúdo apresentado. É possível que o formato multicódigo tenha, ainda, permitido aos jornalistas representarem com múltiplos padrões de lógicas sígnicas,</i></p> | <p>- “Em nota enviada ao Aos Fatos, a assessoria de Doria afirma que ‘a informação é mentirosa, leviana e menospreza os esforços do Governo de São Paulo em conscientizar a população para a importância do isolamento social’”.</p> <p>- “A alegação das publicações checadas foi, ainda, desmentida por Jarrier Belmonte, (...) também diretor da Colormaq”.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Inclui links para os seguintes conteúdos que comprovam as informações apresentadas e funcionam, portanto, como sinssigno indicial discente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Print da postagem com desinformação que circula nas redes sociais.</li> <li>- Publicação na página do LinkedIn da empresa Colormaq, anterior à pandemia de Covid-19.</li> <li>- Vídeo publicado por Doria no Twitter, em 28/11/2019, sobre a visita a empresa de Araçatuba (SP).</li> <li>- Notícia no site R7 que não está mais disponível - link direciona para capa do site.</li> <li>- Print de mensagem da boate Lounge The New Club afirmando que Doria nunca esteve no local.</li> <li>- Notícia, no site do Governo de São Paulo, com título: "Governo de SP fará Missão China para ampliar cooperação e atrair investimentos".</li> <li>- Print de e-mail enviado pela assessoria de Doria desmentindo as desinformações circuladas.</li> <li>- Print de stories, no Instagram, de um dos diretores da Colormaq Jarrier Belmonte, desmentindo a desinformação.</li> </ul> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>No corpo do conteúdo, apresenta <i>print</i> de postagem de Dória no Twitter, datada de 28/11/2019, cujo link já havia sido trazido anteriormente, com vídeo referente à visita à empresa Colormarq citada nas peças de desinformação como se houvesse acontecido durante a pandemia de Covid-19. Dessa forma, há uma nova tentativa de reforçar os sinsignos indicais dicentes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Reproduz, no corpo do conteúdo, as duas imagens e um print do vídeo que foram circulados, nas peças desinformativas, para dizer que o ex-governador Dória estaria descumprido o isolamento social. As imagens parecem ter função de ilustrar a checagem e mostrar que, apesar de as fotos serem verdadeiras, circularam fora de contexto. Assim, podem funcionar, também, como sinsignos indiciais dicentes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <p>Apresenta todas as fontes utilizadas na checagem, ao final do conteúdo, com os respectivos links, mais uma forma de predominância dos sinsignos indiciais dicentes.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p><i>o que proporciona uma maior consciência de procedimentos e hábitos inferenciais. Isso porque eles parecem ter a intenção de alcançar uma informação real, baseada na verdade dos fatos, para desmentir as acusações contra Dória. Ou seja, compreenderam que a credibilidade do conteúdo se baseia em referências existentes e que há maior eficiência na apresentação do conteúdo dessa forma.</i></p> <p><i>Diante de tudo isso, o multicódigo parece promover representações que permitem uma comunicação mais consciente sobre hábitos e processos inferenciais, principalmente a partir de uma comunicação compartilhada, favorecendo a transformação do pensamento e gerando efetividade comunicacional, consequência de uma excelência por meio do desenvolvimento de interpretantes lógicos.</i></p> |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Origem robótica ou humana</b>                                          | <p>Diz que a desinformação circulava nas redes sociais e que foi compartilhada por páginas e perfis pessoais no Facebook, com pelo menos cinco mil compartilhamentos, mas não especifica se foi humano ou robótico.</p>                                                                                                            |
| <b>Presença dos valores-notícia e de critérios comerciais e políticos</b> | <p>O conteúdo é redigido na forma clássica de pirâmide invertida – o fato e a sua falsidade, assim como um resumo do que será apresentado ao longo da checagem, são apresentados logo no início, nos primeiros parágrafos. Em seguida, o tema é aprofundado com a apresentação de links, postagens nas redes sociais e imagens</p> |
|                                                                           | <p>Afirma que as postagens foram marcadas com selo FALSO na ferramenta de verificação do Facebook e insere um link para o site de Aos Fatos que especifica o funcionamento de parceria com essa rede social.</p>                                                                                                                   |

## APÊNDICE B – ENTREVISTAS

### Entrevista 1

#### Pesquisadora

Todos os conteúdos que eu analisei, eles falam que a desinformação foi circulada nas plataformas, mas eles não abordam se esse processo foi iniciado por *bots*, se a desinformação veio a partir de um conteúdo automatizado. Nem estou falando tanto de inteligência artificial, porque isso é um pouco mais recente. E aí eu queria saber por que que não é levado em consideração esse fator? Tanto dos conteúdos da pandemia, que foram os que eu analisei, como nos conteúdos em geral. Por que que não é levado em consideração esse fator, se o processo comunicacional tem a participação de bots?

#### Entrevistado 1

É uma boa pergunta. Eu vou tentar responder a sua pergunta, explicando como era o processo de escolha, porque, querendo ou não, passa por um processo de escolha, de quais verificamos ou de quais posts vamos fazer as checagens e de como é o processo até a publicação. Sim, tem essa parceria com o Facebook, que a gente precisa etiquetar lá, dentro da parceria, que aquele conteúdo é falso ou não. Tem uma ferramenta específica do Facebook, por causa da parceria, que o Facebook diz pra gente: "esses conteúdos podem ter potencial de desinformação". A maioria não tem. Se a gente for do ponto de vista jornalístico, a gente não conseguiria categorizar como desinformação. Mas tem essa ferramenta, por causa da parceria.

E tem uma outra, que eu não sei como é que está o processo, inclusive, a Meta estava no processo de descontinuar, que é o CrowdTangle. Não sei se você já chegou a ouvir. É uma ferramenta mais pública, que, na época, todo mundo podia ter acesso. Não sei como é que está hoje, porque a Meta estava no processo de descontinuidade.

Então, a gente fazia essa primeira busca de posts potenciais que poderiam ter algum conteúdo desinformativo, a gente usava palavras-chave. Como estávamos em uma pandemia, por exemplo, vacina. O pessoal que compartilhava esse conteúdo começava a mudar algumas palavras, porque se eles colocavam vacina, se eles tivessem uma crítica à vacina, aquele post seria mais fácil de ser achado. Então, eles

começavam a trocar, tipo, vacina, que era associando à vacina lá do Dória, a Sinovac. Ou usar alguns termos, usar "xerife", não sei, um número... Então, a gente também ia se aperfeiçoando nessa busca.

Então, a partir dessa busca aí do CrowdTangle, também, a gente fazia um processo de busca em grupos, tanto da direita quanto da esquerda. Na verdade, eram grupos que apoiavam o presidente Bolsonaro ou grupos que apoiavam o Lula. Acho que dizer que é esquerda ou direita seria mais complexo. E aí, a gente fazia esse levantamento e buscava, do ponto de vista jornalístico, desmentir aqueles que estavam tendo maior alcance. Às vezes, tinha um post que a gente via que era uma informação falsa, mas só tinha um compartilhamento. Naquele momento, não valeria, sabe? Só se fosse realmente um post que tivesse alguma questão de saúde, que levasse à morte. Mas eram posts, assim, banais. Uma montagem, às vezes, malfeita.

Então, a gente escolhia os posts que estavam tendo maior alcance, maior visibilidade dentro das ferramentas. O nosso intuito, naquele momento, era mais atuar em desmentir do que explicar todo esse processo de bots ou de quem estava compartilhando. Porque era um conteúdo que estava levando pessoas à morte. Quando a gente viu um conteúdo como a cloroquina... Tem um estudo na África que diz que se tomar cloroquina, salva. E a gente via que não. Até comprovou-se agora. Eu não cheguei a ver esse estudo, mas mostra que teve 17 mil mortes por causa da hidroxicloroquina.

Então, naquele momento, a gente estava mais preocupado em desmentir esses potenciais conteúdos desinformativos do que explicar. Eu acho que esse processo de explicar vinha com algumas reportagens que foram feitas durante o decorrer do processo. Mas, eu confesso que eram tantos conteúdos, que eu acho que a gente não parava tanto pra fazer essa análise mais fria da coisa naquele momento, sabe? É uma crítica também ao trabalho jornalístico da época. Mas era isso, era muito conteúdo. Então, eu acho que hoje a gente consegue fazer uma reflexão do que foi a pandemia, o que foi esse processo desinformativo. E tem um segundo ponto, que é a estrutura desse texto, que você pegou. Que é um texto que é classificado dentro de uma editoria dentro da Lupa que chama Verificamos, ou Verificações. É um processo de desmentir mesmo os posts. Então, naquele momento, a gente, dentro desse formato de texto, não tinha necessidade de explicar de onde estava vindo aquele post.

A gente só dizia que estava no Facebook e estava tendo um alcance, mas sem explicar a origem. Não era, naquele momento, uma das preocupações.

### **Pesquisadora**

De alguma forma, você acha que seria importante verificar essa origem? Se teve atuação de bots, atualmente, se teve participação de inteligência artificial. Você acha, como verificador de fatos, que isso, de alguma forma, seria importante?

### **Entrevistado 1**

Seria e é importante. Tanto que a Lupa, desde o ano passado, ela tem focado mais em entender esse fluxo desinformativo. Com reportagens mais analíticas. Na época, a gente tinha duas questões importantes. Hoje, não temos mais. A primeira, era a equipe muito reduzida. Acho que eram quatro jornalistas para dar conta de uma imensidão de conteúdos falsos. Eu acho que esse é um ponto importante que passa, e acho que hoje é o grande problema do jornalismo. A questão da redução do quadro. Apesar de que, na Lupa, hoje, tem uma equipe muito grande. Mas, na época, acho que só eram quatro jornalistas e um editor.

O segundo ponto é que, na época, como eu falei, tiveram algumas matérias, eu acho que só fiz uma, sobre como o anúncio da vacina do Dória fez crescer o conteúdo desinformativo sobre vacinas. O Dória, foi em junho de 2020, que ele anunciou com o Instituto Bucantesnovac, da produção de uma vacina que vinha da China. E como aquele anúncio ocasionou um aumento de posts desinformativos sobre vacina. Porque os posts estavam muito ligados também à questão política, do então governo Jair Bolsonaro.

Então, só para reforçar, eu acho que, sim, a gente poderia ter feito um trabalho mais analítico nesse sentido. De buscar quem eram as pessoas que estavam propagando conteúdos desinformativos. Como é que funcionava esse sistema de compartilhamento, principalmente através de grupos do WhatsApp, que veio de um reflexo da eleição de 2018. Então eu acho que, sim, a época, faltou. Mas tem esses dois pontos: o quadro não era tão grande da redação e a gente estar no meio de um furacão. Tinha essa mais preocupação de desmentir do que saber de onde é que está vindo. Eu acho que hoje a gente consegue fazer essa análise mais fria disso.

**Pesquisadora**

Então você acha que seria até importante para compreender mais esse fluxo da informação. Seria isso?

**Entrevistado 1**

Seria. Seria muito importante. Mas é como eu te falei. Estar no meio de um furacão, às vezes, é muito complexo. E esse é um tipo de trabalho que demanda um tempo e demanda ferramentas. E tempo era uma coisa muito crucial na época. Então, a gente conseguia fazer uma análise mais com os conteúdos ou ferramentas que a gente tinha. Mas essa coisa mais... De uma análise mais investigativa demandaria um tempo e uma equipe para isso, que, a época, não tinha.

**Pesquisadora**

Voltando um pouquinho a falar sobre a parceria com o Facebook ou o WhatsApp. Dos dez conteúdos que eu analisei da Lupa, nove foram produzidos a partir dessa demanda. Dessa parceria com a Meta. Além de me explicar mais um pouco como ocorre essa escolha dentro da plataforma do Facebook, eu queria saber também, quais critérios eram utilizados para selecionar os fatos que iam ser utilizados? Eu sei que tem uma cartilha lá da Lupa, mas, para além daquilo, no seu serviço cotidiano, como vocês faziam isso?

**Entrevistado 1**

O alcance, o dano que aquele post poderia ocasionar. Porque, às vezes, como eu te falei, era um post, no Facebook, sei lá, poderia estar com 10 compartilhamentos. Mas o WhatsApp estaria circulando livremente, porque a gente não tem esses dados do WhatsApp. Então, se fosse um post que tivesse ocasionando, que poderia ocasionar um dano a alguma pessoa, ou a questão de saúde pública, a gente fazia esse trabalho. Mesmo que não tivesse dentro do critério de visibilidade ou de alcance dentro do Facebook. Acho que é o dano, potencial dano, alcance... A gente não para para refletir sobre... Às vezes é automático, né? “Ah, esse post aqui, tá, vamos fazer esse post”.

Na época não tinha, mas hoje tem a ferramenta que a gente recebe. São conteúdos que as pessoas, que a audiência manda, através do WhatsApp. Então, no

caso de hoje, a gente atua mais verificando esses pedidos do WhatsApp do que essas ferramentas do Facebook. Que pioraram muito. Não sei se as pessoas estão usando menos o Facebook. Então, pelo menos hoje, a gente não leva tanto em consideração as métricas do Facebook. Porque não tem tido o mesmo alcance, a mesma visibilidade que há três anos. A escolha editorial dá mais visibilidade à ferramenta do WhatsApp porque é a questão da relação com a audiência, né? Então, esse ponto atua hoje. Mas, na época, era isso. Era a questão mais de visibilidade e o alcance, ou o dano que aquele post poderia ocasionar.

### **Pesquisadora**

Você me fala um pouquinho de novo como que funcionava essa ferramenta do Facebook. No início, você começou falando como funcionava essa parceria. Tinha algumas coisas, conteúdos que o próprio Facebook mandava para vocês?

### **Entrevistado 1**

É porque tem uma ferramenta do Facebook. É uma ferramenta que é disponibilizada para quem participa desse projeto. Inclusive, por questões de contato, a gente não pode dizer como é a ferramenta, tudo. Mas é uma ferramenta que sugere posts que têm potencial risco de desinformação. Assim, é importante falar que nem o próprio Facebook é transparente com a gente. A gente nem sabe como, por que o Facebook considera aquele post potencial risco desinformativo. A gente não tem essa questão de transparência da parceria. Mas é isso. São posts que eles classificam e a gente analisa. Estou falando da época, né? A gente analisava. E aí, verificava. Se a gente comprovasse que era falso, a gente publicava o texto. E aí, com o texto, a gente voltava à ferramenta e classificava aquele post como falso. Eu não sei se você já chegou a ver algum post que quando alguma agência de fact-check, que diz que é falso. Aparece uma etiqueta no post dizendo que aquele conteúdo é falso. Então, a gente consegue fazer isso através dessa ferramenta que o Facebook disponibiliza. Mas por que, como, a Meta classifica aquele post como desinformativo, como potencial desinformativo, a gente não tem essa informação.

### **Pesquisadora**

E na hora de fazer a verificação dos fatos, você já selecionaram o conteúdo, que critérios vocês utilizavam? Tem algum outro critério que vocês utilizam na hora de fazer a checagem? Para selecionar aquilo que receberia maior importância dentro do conteúdo que vocês iam produzir? O que seria menos relevante?

### **Entrevistado 1**

A gente pega o conteúdo e vai ver se aquele conteúdo é checável. Então, se a gente consegue ter dados públicos para desmentir. Opinião, por exemplo, tem o caso ali, um dos casos que você trouxe, que nenhuma pessoa em situação de rua morreu na época da COVID. Quando a gente pega o post, eu acho que pegando o post eu consigo explicar melhor. Porque tem uma coisa de opinião ali, embaixo. Mas, lá em cima, é uma opinião que traz, querendo ou não, uma informação, um conteúdo que a gente consegue analisar. Ele começa: "nenhum mendigo morre de COVID-19, são imortais". Aí, depois, ele vem com um trecho opinativo. Então, a gente só analisa, no caso, o trecho que a gente consegue desmentir com dados públicos, que é a questão de pessoas em situação de rua. Através desse trecho a gente consegue desmentir o post. Aí, lá na ferramenta, a gente coloca o que está sendo analisado, que é especificamente esse trecho. Às vezes, não é nem o conteúdo todo. É um trecho, no caso, um trecho desse post.

Às vezes tem um vídeo, funciona da mesma forma. É um vídeo muito opinativo, mas, lá no meio, ele joga uma informação que a gente sabe que é falsa. Então, a gente analisa aquele trecho e não o vídeo em si, nesse caso. A gente separa o que é opinião do que pode ser checável. E aí, o post a gente faz em cima daquele trecho que a gente está analisando e destaca o trecho que a gente está verificando.

### **Pesquisadora**

É, tanto que, nos conteúdos, vocês colocam exatamente, os trechos que estão sendo analisados, não é?

### **Entrevistado 1**

Isso.

**Pesquisadora**

Na pandemia... Talvez eu esteja me repetindo um pouco, mas só para deixar mais claro. Os fatos que seriam certamente verificados, então, eram os que causariam potencial dano?

**Entrevistado 1**

Isso. É o que você falou. Eu acho que esse era o critério número um. A gente também levava em consideração o quanto estava viralizando, mas, se tivesse um dano, aí a gente colocava como prioridade.

**Pesquisadora**

Tem algum outro fator que você acha que certamente levaria você a verificar?

**Entrevistado 1**

Dano... O quanto estava viralizando... É, agora... Eu não sei se tem... Se eu consigo te dizer mais além desses. Fazer essa reflexão hoje é... Mais frio, né? É mais tranquilo. Mas à época, tudo causava dano. Tinha coisas que a gente não conseguia desmentir, porque, às vezes, faltava informação de alguma coisa. Mas era muita coisa. Então, às vezes, a gente não parava e dizia; "vamos fazer isso". Porque quando a gente conseguia desmentir uma, vinha outra coisa pior, sabe? Eu acho que as vacinas foram e ainda continuam. Toda semana a gente, ainda, desmente alguma coisa de vacina. A vacina eu acho que é. o campeão. Porque fazer esse trabalho é enxugar gelo, a sensação.

Teve uma que a gente desmentiu, à época, que eu fiz. Eu não sei se você lembra do termômetro infravermelho. Aquilo ali não funcionava pra nada, né? Vamos ser bem sinceros. Mas circulou, a gente desmentiu, fez um post, de um áudio que dizia que aquele termômetro que colocava na testa, ele causava danos, se não me engano, danos ao cérebro, danos aos neurônios. E aí, o que aconteceu? As pessoas começaram a mudar. Então, ao invés da testa, colocaram no pulso. E mesmo que a gente tenha desmentido, tendo feito todo um trabalho, a gente não conseguiu, na prática, reverter. E aí eu ficava puto. Então, toda vez que eu tinha que ir pra um local que vinha com o termômetro, a pessoa automaticamente já ia pro pulso e eu colocava

a testa. Mas essa é uma fake que a gente não conseguiu desmentir. Desmentimos, mas, na prática, a gente não conseguiu reverter. É um caso bem interessante.

### **Pesquisadora**

Então é isso: vocês continuam fazendo o trabalho de vocês na expectativa de que um dia ele dê frutos, talvez, para outras pessoas?

### **Entrevistado 1**

Sinceramente... É um trabalho legal, eu gosto muito, porque a gente vai na ferida ali, mas é frustrante, ao mesmo tempo, porque para essas pessoas não interessa. Oito de janeiro acho que reflete tudo isso. Para eles, houve fraude nas urnas. Então, é frustrante nesse sentido, porque, mesmo com esse trabalho todo, a gente não consegue ter o mesmo alcance desses posts. Eu lembro, tem um post, eu não lembro em específico, mas no Facebook, chegou a ter mais de 100 mil compartilhamentos. Aí, quando a gente fazia a checagem e publicava, às vezes, era 50 compartilhamentos do nosso post, contra 100 mil, sabe?

Então, é por isso que eu digo, é enxugar gelo e é frustrante, ao mesmo tempo, porque para essas pessoas não vai mudar. Não adianta a gente chegar e dizer; "olha, é falso". E aí tem uma questão que eu sempre bato, de como a gente conversa com essas pessoas. É uma crítica que eu faço a mim e também à mídia. Como é que a gente está chegando a essas pessoas? Porque não adianta a gente chegar impondo que aquele conteúdo é falso. Eu acho que não é desse jeito que vai conseguir agitar ou mudar alguma coisa, sabe? Acho que a gente precisa escutar essas pessoas e tentar criar um meio de chegar nelas. Eu acho que a gente está falhando nisso. Falhando feio e perdendo essa guerra.

### **Pesquisadora**

De maneira geral, nos conteúdos, não só da pandemia, seria isso, também, o potencial dano que ele pode causar? Que seria o destaque para ser checado? E o que não seria checado de jeito nenhum? Tanto na pandemia quanto de maneira geral.

## Entrevistado 1

O dano, o que eu já falei, e a opinião. Às vezes tem posts que dão para ser checados, mas a gente não consegue fechar ele. Deixa eu ver um exemplo aqui. A gente sabe que é falso, mas a gente às vezes não consegue um dado ou uma informação pública que a gente consiga desmentir. E aí, às vezes, a gente deixa ele meio que de *stand by* e até achar uma forma de desmentir. A pessoa que for ler a checagem, ela precisa seguir o mesmo processo metodológico, a gente tem que fazer isso para que ela também, se ela quiser, ela faça e consiga, através da nossa metodologia, também desmentir. Então, se a gente chega num momento que não consegue ter um dado ou um dado público ou alguma informação que nos ajude, a gente não consegue publicar.

Eu vou ter um caso, mas não tem nada a ver com pandemia, que agora é o que vem à cabeça, que dizia que Ciro Gomes era dono de todas as empresas de caminhão-pipa do Ceará. E aí, que por isso, era contra a transposição, porque a transposição ia falir o Ciro Gomes. Veja, tem uma informação que a gente consegue checar, né? Porque, aí, temos critérios da Lupa, que Ciro Gomes é dono. Mas já é um trabalho tão exaustivo, que a gente não conseguiu publicar, porque a gente, primeiro, precisava pegar todas as empresas de carro-pipa, porque a assessoria de Ciro Gomes fala: "ó, Ciro Gomes não é dono de nenhuma empresa". Mas só essa nota, a gente não consegue, só pela nota, dentro dos critérios da Lupa, desmentir esse boato. E é um boato que circulou muito, e a gente não conseguiu publicar, porque não chegou a ter dados suficientes para desmentir.

Então, às vezes, tem posts que, dentro dos critérios, podem ser checados, mas que a gente não chega a publicar, porque não chega a ter, dentro dos critérios metodológicos, um dado que sustente 100 % que aquilo é falso. A gente sabe que é falso, a gente tem total conhecimento, mas para afirmar isso com total certeza e colocar lá na ferramenta do Facebook que aquilo é falso, a gente precisa ter muita certeza disso, sabe?

## Pesquisadora

Tem algum outro critério, talvez comercial, que a gente via no jornalismo mais tradicional? Sabemos que, na checagem, a ideia é trabalhar de forma independente, né? Só que são necessárias algumas formas de financiamento. Por exemplo, essa

parceria com o Facebook, outros tipos de financiamento, de projetos. A Lupa, por exemplo, era hospedada no site da Piauí e hoje é relacionada ao UOL. Tem algum tipo de cerceamento por esses fatores comerciais e políticos, talvez políticos também, como acontece no jornalismo tradicional?

### **Entrevistado 1**

De verdade, se existisse, eu falaria. Mas dentro da Lupa, mesmo na época da pandemia, com essa parceria com o Facebook, nunca... "Olha, não vamos publicar isso, porque isso pode ocasionar algum conflito com a Meta, não sei o quê". É tanto que hoje a gente bate muito na Meta, né? Se a gente pegar vários exemplos de matérias, mesmo com a parceria, a gente tá ali batendo. Então, assim, eu posso te garantir isso aí. Eu já tive isso em outros empregos, mas especificamente na Lupa, a gente nunca teve essa questão de não publicar ou vamos publicar isso porque favorece tal governo.

Muita gente fala: "você desmente mais conteúdos ligados à direita do que à esquerda". Isso é verdade porque realmente os conteúdos que mais viralizam são grupos ligados ao ex-presidente Jair Bolsonaro. A gente, como eu te falei, está entre grupos de apoio da esquerda, do Lula, pra verificar, mas assim, é quase zero. E, às vezes, a gente não consegue desmentir porque é muito opinativo. Por exemplo, para a esquerda, a facada no Bolsonaro foi falso. É uma questão que a gente não consegue desmentir, assim, dizer que foi falso ou não. Porque, aí, é uma discussão muito mais ampla.

Mas, 99 % dos posts, eu não consigo dizer, estou chutando aqui um número, mas a grande maioria é relacionado a esses grupos. Mas não é porque a gente queira. "Hoje a gente senta, vamos fazer isso aqui". Não, é porque realmente a maioria dos posts vem desses apoiadores.

Mas, do ponto de vista político ou econômico, nunca teve. Mesmo comigo, eu posso garantir que nunca teve isso.

### **Pesquisadora**

Além de passar por dois editores, há algum tipo de análise, de avaliação do conteúdo que foi produzido? E depois da publicação e da repercussão, também tem

algum tipo de avaliação? Isso acontece recorrentemente ou não? Como funciona? Pode falar em relação à pandemia e em geral.

### Entrevistado 1

É, na pandemia, a gente não tinha muito essa: "Ah, vamos discutir isso". Uma época, teve uma parceria com a Folha. A gente estava fazendo reportagens sobre o que a gente chamou de ondas desinformativas da pandemia. Porque, a pandemia começou muito com a história de curas milagrosas, né? O chazinho. Aí depois... Eu não lembro como foi a questão das ondas, mas teve a questão dos corpos, as pessoas que estavam sendo enterradas, eram corpos falsos. Mas o último, o grande mesmo, foi a questão da vacina. Então, a gente pegava essas ondas, pegava esses posts, fazia uma análise de como era a narrativa desses posts. Porque eram conteúdos distintos, mas se a gente reunisse, conseguia ter uma matéria. Porque a vacina, como eu te falei, começou com a questão do Dória, mas depois seguiu para outras... Por exemplo, a questão da Pfizer, que é uma vacina de RNA. Foi quando surgiu a história de que o RNA iria modificar o DNA humano. Aí, na época que começou a vacina, teve dizendo que a aplicação da vacina era falsa. Teve muitas fotos de autoridades injetando a vacina, dizendo que era falsa. E, aí, teve casos realmente verdadeiros que a gente viu de enfermeiros que estavam jogando a vacina, fingindo que estavam aplicando. Então, na época, eu imagino o que teve especificamente foi isso, né?

A gente chegou a reunir esses posts em temas, em ondas, e fazíamos essas reportagens por causa dessa parceria com a Folha. Hoje, eu acho que a gente consegue discutir melhor isso. A gente vê o *Analytics* e consegue verificar por que aquele post circulou tanto. E, às vezes, pensar como, a partir daquele "Verificando", a gente pode criar reportagens. Teve, por exemplo, um post que é besta, mas viralizou muito no site. Que foi que Lula roubou a caneta do G20. Uma coisa besta. Mas foi um dos "Verificamos" mais lidos do ano passado. Então, aí, a gente senta: por que esse post teve tanto alcance?". Às vezes, uma matéria que a gente faz, investigativa, bem trabalhada, não chega a ter nem 1% da leitura que aquele outro post teve. Então, hoje, a gente tem mais isso. Na época, não tinha tanto isso, eu acho. Tô tentando lembrar, mas acho que não.

**Pesquisadora**

Não acontece, como se fosse um seminário de avaliação dos conteúdos que vocês produziram, da forma como foi produzido, e da forma como repercutiu. Isso não existe. Seria uma coisa mais pontual, né?

**Entrevistado 1**

Isso existe. Porque eu lembro que, na época, a Lupa era muito chamada para dar palestras, para falar. Aí, geralmente, quem ia eram os editores ou a Natália Leal, que é a diretora-geral. Então, sempre que tinha esses seminários, eram eles. Os repórteres, geralmente, não participam muito desses eventos, desses seminários. Então, eu acho que, falando com ela, ela poderia contribuir melhor nesse sentido.

Mas, assim, enquanto equipe, é uma discussão muito ali na gente. Não: "Ah, vamos fazer um seminário, discutir dentro da empresa". Não tem muito isso, não.

**Pesquisadora**

Era isso que eu queria saber, se com a equipe não ocorria isso.

**Entrevistado 1**

É, mas, assim, muito informal, né? Esse processo de remoto, a gente tem um Slack, conversa ali, mas perde isso, vamos ser bem sinceros. Aquela hora do cafezinho, não tem. Então, esse processo de remoto perde muito essa conversa. Não que não exista, mas, nem se compara com um presencial.

**Pesquisadora**

Hoje em dia, não tem uma redação física?

**Entrevistado 1**

Não, tinha uma no Rio, mas com a pandemia, ela fechou o escritório.

**Pesquisadora**

Você acha que, de alguma forma, o fato de você trabalhar com checagem de fato, de ser um verificador de fatos, promoveu alguma mudança no seu pensamento

ou na sua forma de agir? E, caso você ache que sim, como? Como foi essa mudança? Quais foram essas mudanças?

### **Entrevistado 1**

Uma coisa que eu aprendi muito com a checagem, eu aprendo, é a questão da transparência. Porque, pelo menos nas agências de fact-check, você pega o material, eles vão estar com hiperlinks que mostram de onde a gente tirou aquele dado. E eu acho que o jornalismo, como um todo, deveria aprender a fazer isso. A ser mais transparente com suas fontes.

Esse é o segundo momento em que eu trabalho na Lupa. Eu trabalhei durante a pandemia, saí em 2021, pedi para sair, e voltei agora no ano passado. Mas em outros veículos que eu trabalhei como freelancer, eu fazia questão de colocar os hiperlinks. Porque, às vezes, eu estava falando de uma pesquisa e tipo... De onde eu tirei essa pesquisa? Ah, mas foi da FGV. Sim, mas se eu, como leitor, quero ter mais informações sobre essa pesquisa, onde é que eu encontro? Quer dizer que eu preciso ir lá no Google, fazer todo esse trabalho de ir atrás dessa informação, quando deveria estar ali na matéria. Então, eu acho que a checagem me ensinou muito isso, a ser transparente. Acho que o jornalista precisa aprender a ser mais transparente. Principalmente hoje, quanto mais transparência, melhor. Me educou a questão da checagem e esse processo.

### **Pesquisadora**

Você acha que o seu trabalho de checagem, se ele já permitiu que você repensasse a sua atividade profissional? Você falou desse sobre o critério da transparência, mas em outros quesitos também. E até propusesse novas formas de atuação profissional.

### **Entrevistado 1**

Eu aprendi a ser mais chato. Não sei se é uma resposta boa, mas... Porque, como eu te falei, a gente só publica o material, não sei, não posso dizer 100 % de certeza, não sei se é uma coisa muito fiel. Mas, digamos assim, uma plena certeza de que aquele conteúdo é falso. Então, eu aprendi a ser mais chato com essa exigência, sabe? De realmente ir atrás de fontes mais confiáveis. De não confiar em qualquer

ponto público e, mesmo nas fontes públicas, desconfiar. A época da pandemia teve uma... Na época da eleição, a prefeitura do Recife, acho que era João Campos, ele dizia que Recife foi a cidade que mais criou leitos de UTI da Covid. E ele colocava isso como fonte, o dado da prefeitura do Recife. A gente ia na prefeitura do Recife e ela dizia isso. Mas quando a gente pegava os dados brutos, a prefeitura do Recife pegou esses dados de uma outra fonte, que eu agora não me lembro. Mas quando a gente pegava a tabela, os dados brutos, a gente via que Recife não era a primeira, era a terceira cidade. Aí a gente voltou para a prefeitura do Recife e questionou; "olha, como é que vocês dizem que é a primeira e aqui os dados estão dizendo que é a terceira?". Aí a prefeitura já mudou o discurso: "Recife é a cidade de maior porte do país que criou os leitos". Veja, como muda o discurso.

Por isso que eu digo: a checagem me ensinou a ser chato inclusive com as fontes que a gente diz como oficiais. Porque se a gente pegasse o link lá e dissesse: "ok, a prefeitura do Recife está dizendo, então é verdadeiro". Mas é isso, acho que a gente precisa ir além dessas notas públicas. De ir atrás, mesmo, dos dados. Então, a Checagem, além da questão da transparência, me ensinou a ser mais chato dentro desse processo.

### **Pesquisadora**

E você acha que a Lupa, onde atualmente você trabalha, ela é receptiva para mudanças que forem propostas, para novidades? Você acha que aceita isso bem?

### **Entrevistado 1**

A Lupa é muito aberta. Aí, eu sempre bato, porque eu acho que o texto hoje não é mais suficiente. Apesar de que, eu gosto muito do texto, é onde eu mais me identifico dentro do jornalismo. Se for para outras áreas, eu tenho uma certa dificuldade. Mas, eu entendo, e, na época, eu também falava isso, acho que eles estão muito mais abertos agora de repensar os formatos. Então, eles estão fazendo muito vídeos. Ano passado, eles criaram uma conta no TikTok, criaram conteúdos com uma pegada mais jovem, para pegar esses públicos. Porque o texto, hoje, a gente sabe que essa geração não lê. Eu sou professor aqui, e assim, os meninos não lêem mais texto. É incrível.

Por isso, eu digo, também, eu acho que se a gente não repensar nesses formatos, a gente vai para trás. E vamos perder mais essa guerra. Então, a Lupa é muito aberta. Não só de criação de vídeos, mas agora de ferramentas. Teve um mini-doc também essa semana. Então, a empresa está pensando em outros formatos para além do texto.

Todo mundo sabe, eu mesmo vou confessar que, hoje, às vezes, na correria, a gente consegue ler os dois primeiros parágrafos e olha lá, né? A gente sabe que o texto em si não é suficiente. Então, nesse ponto, ela é muito aberta às mudanças. Eu acho que se não estiver aberta, ela vai ficar para trás. Porque, se não, a gente perde essa guerra. Então, é repensar os formatos.

## Entrevista 2

### Pesquisadora

Em geral, os conteúdos analisados citam, apenas, qual a plataforma de origem do processo de desinformação, contudo, não há referência se o processo foi iniciado por bots ou humanos. Por que esse fator não é levado em consideração?

### Entrevistado 2

O primeiro motivo é muito simples, a gente não sabe. Muitas vezes, a gente não tem acesso à origem. É muito difícil encontrar a origem de uma fake news. A gente sabe que ela está circulando, mas quem foi a pessoa que criou ou a primeira pessoa que compartilhou é muito difícil de descobrir. As plataformas poderiam descobrir isso ou identificar quando foi a primeira vez. Mas elas não têm transparência, nem divulgam publicamente isso. E nem colaboram com as agências ou com os veículos para que a gente possa achar, digamos. Pensando na pandemia, onde é que foi o primeiro caso de COVID? Foi lá na China, em Wuhan. E quando é que foi a primeira fake news? Não sabemos. Então, o primeiro ponto é esse.

E o segundo ponto, e eu posso falar pela Lupa, a gente se preocupa muito mais em combater a desinformação do que apontar quem fez, ou por que fez, ou como nasceu. Fato é, está circulando, está viralizando em vários lugares. Então a nossa preocupação é, como Lupa, em dizer isso é falso. Quem criou, isso não é o nosso objetivo. A gente prefere passar para a próxima que está circulando também, porque são, infelizmente, muitas. Então, a gente tem um foco muito nesse trabalho de desmentir, mas não de encontrar o criador da fake ou o número um. A Lupa faz reportagens sobre investigações a respeito de onde surgem algumas fakes e teorias conspiratórias, mas elas são mais específicas, sobre alguns assuntos, não é toda a verificação de fato que a gente faz que tem o atestado de origem. Então, basicamente, são por esses dois motivos. A gente não concentra esforços e a gente acaba priorizando o desmentido a procurar o criador.

### Pesquisadora

De alguma forma, seria importante, para a verificação de fatos, descobrir essa origem, caso isso fosse mais fácil, se houvesse mais ferramentas para isso?

**Entrevistado 2**

Eu acho que só seria relevante se houvesse punição. O Brasil não tem uma lei que pune fake news, não é crime, não há um consenso nem sobre o conceito de desinformação. As plataformas que disseminam não são nem regulamentadas, quem dera o usuário. Então, eu acho que não mudaria em nada. A gente verifica um fato porque ele está viralizando, ganhando atração e muitas pessoas estão acreditando, a gente não checa o fato porque sabemos quem criou. Se a gente soubesse quem criou, poderia acrescentar isso na matéria, mas a gente checaria igual. Porque é relevante, não porque a gente sabe quem inventou.

**Pesquisadora**

Apesar de não ser fácil e de talvez, como você falou, ser relevante só se houver algum tipo de punição, não há nenhuma tentativa de se apurar se é essa origem robótica ou humana, então? O importante é falar se é falso ou se é verdadeiro, parar aquele processo de desinformação?

**Entrevistado 2**

Sim, é. No caso da Lupa, esse é o nosso processo. Talvez outros colegas, outras empresas façam diferente. Para nós, o foco é em combater a desinformação, não encontrar a pessoa. Mas, obviamente, que algumas fakes a gente acaba sabendo de onde vem. Vou dar um exemplo, um político faz um discurso, fala alguma coisa e depois isso é reproduzido por eleitores ou pessoas que acompanham ele. A gente sabe de onde veio, quem começou. No debate X, o candidato fulano falou disso e a partir daquilo surgiram várias fakes.

Vamos pegar um exemplo de 2022 na eleição, quando, por exemplo, o Lula foi visitar um lugar e usou um boné do CPX, que era o complexo. Qual é a origem da fake? A gente sabe que ela partiu daquela visita ali, possivelmente de adversários do governo e do Lula naquela eleição e que espalharam aquilo visando a atingi-lo. Então, a gente tem informações sobre a origem, a gente não sabe exatamente o CPF da pessoa, mas a gente sabe mais ou menos de onde veio e quando começou oficialmente aquilo. Porque ela tem um ponto de partida. Mas, o mais importante, para o nosso entendimento, era explicar que o CPX era "complexo" e não era um código

criminoso, por exemplo. Que era o que as pessoas estavam acreditando naquele momento.

### **Pesquisadora**

Desses 10 conteúdos que eu analisei da Lupa, nove tinham sido produzidos a partir de uma parceria com o Facebook. Além dos conteúdos que circulam nessas redes a partir dessa parceria com a Meta, quais outros critérios são utilizados para selecionar os fatos que vão ser checados? Eu sei que vocês têm lá na metodologia, no site de vocês está explicado direitinho. Mas como um jornalista da Lupa rapidamente vai olhar para alguma coisa e falar: "isso é checável, isso eu não vou checar"?

### **Entrevistado 2**

A gente faz um monitoramento de redes sociais e um trabalho jornalístico, né? A equipe da Lupa é de jornalismo, são jornalistas formados, todos que estão na equipe, então a gente tem um olhar jornalístico para os temas e, basicamente, a gente leva em consideração três pilares, que é a relevância, então o quão relevante é aquele assunto. A Lupa é um veículo nacional, então a gente olha em termos nacionais o quão relevante é aquele tema. E a relevância também vai em quem está falando aquilo, sobre quem é aquilo. É sobre o prefeito do interior ou é sobre o presidente da república, por exemplo.

O segundo ponto é o contexto. Talvez algum tema muito local pode não ser interessante, mas durante a pandemia, por exemplo, se uma cidade não tem nenhum caso de COVID, por exemplo, ela é nacionalmente um contexto diferente. Se um político mente sobre a COVID-19, sobre a vacina, e esse político é relevante durante uma pandemia, isso é ainda mais grave. Então, o contexto em que aquilo ocorre, a gente também considera. O que está acontecendo. E o terceiro ponto é o impacto. Dá para usar esse mesmo exemplo, quando o presidente defendeu cloroquina, por exemplo, na época, tem um impacto muito grande, porque é o presidente da república que está defendendo algo, espalhando uma fake news. Então, esse impacto também é considerado. A gente, obviamente, vai fazer uma análise jornalística disso. Mas a gente também considera ainda, nesses três pontos, a questão da viralização. Então,

se o assunto realmente está circulando, se há interesse nisso, e aí a gente pode verificar isso por meio de engajamento das redes sociais.

A Lupa também tem um canal em que as pessoas podem fazer pedidos de checagem via WhatsApp. Então, a gente consegue fazer um filtro de quantidade de pedidos de um mesmo assunto, de um mesmo tema, ou de uma mesma peça desinformativa. A gente consegue olhar para isso. Então, isso também vai pesar como critério. Não é um checklist que tem que preencher todos os pontos. Mas a gente vai analisar todos esses pontos e dentro do material que nós temos disponível no momento, dentro das condições que nós temos, em termos de equipe. Hoje, a equipe da Lupa tem 11 jornalistas. Então, a gente não consegue fazer tudo. Bom seria, mas não conseguimos. Então, a gente tem que também entender o nosso tamanho, o nosso alcance. Isso também pesa na tomada de decisão, ao invés de priorizar um assunto ou outro. Mas, basicamente, são esses os critérios que a gente leva em consideração na hora de tomar a decisão.

### **Pesquisadora**

E quando é produzido o conteúdo? O que é observado na hora de produzir o conteúdo? Quais critérios vocês usam para produzir essa verificação de fatos?

### **Entrevistado 2**

São critérios jornalísticos. Então, a apuração, ela vai ser feita. E, no caso da Lupa, a gente tem também um compromisso com a transparência. Então, todos os conteúdos que nós publicamos, eles têm links para as fontes que nós buscamos para responder a dúvida que se tem a respeito do assunto. Se a gente vai falar, por exemplo, que não há comprovação científica. Não é assim: "ah, não há comprovação científica, acreditem na Lupa". Não, a gente mostra estudos, tem os links para os estudos. Quando a gente vai falar de dados de vacinação, nós vamos linkar as fontes oficiais. Se a gente falou que a vacinação aumentou, vai linkar o Ministério da Saúde. O objetivo também, nesse trabalho, é que a pessoa possa ver de onde a gente buscou as informações, não acreditar na gente porque estamos falando, mas ela poder ver com os próprios olhos. Ela mesmo abre o site, a origem da informação verificada, para ela poder também desenvolver, de alguma forma, esse espírito assim de checador.

Porque todo mundo pode checar uma notícia, não precisa ser um jornalista para fazer isso. O que a gente faz, obviamente, segue esses critérios.

Mas a gente também traz os pontos da apuração jornalística, por exemplo, quando vamos citar o nome de alguém, nós vamos entrar em contato com essa pessoa para que ela tenha a oportunidade de se manifestar, se ela quiser. Dar um espaço para o outro lado dela. A gente não vai, por exemplo, citar o nome de alguém, dizer que alguém está, sei lá, compartilhando conteúdo falso sem tentar entrar em contato com essa pessoa para ela explicar por que ela fez isso. Além de a gente desmentir. Então, tem todo o cuidado jornalístico para isso também. E a Lupa tem a sua metodologia, como você falou, está no nosso site, é transparente, as pessoas podem ver as próprias classificações, quando a gente diz que algo é falso, que algo faltou contexto, que algo é exagerado. Não é porque o Leandro achou que é exagerado. A gente tem uma metodologia que explica o que é exagerado e por que aquilo está sendo enquadrado nesse conceito.

E acho que tem um ponto que é importante falar, também, que é sobre algumas questões até que geram muito debate, por exemplo, opiniões não são checáveis. Se eu falar para você, por exemplo: "ah, eu acho que o Flamengo é melhor que o Fluminense". É uma opinião, não tem como checar isso. A pandemia foi um período que teve muitas opiniões, além de recomendações, teve muitas opiniões. Do tipo: "ah, eu acho que se eu tomar Ivermectina, vai ser melhor para mim". Ok, é uma opinião sua, é uma opinião pessoal. Agora, a Ivermectina funciona? Não, aí a gente consegue checar e dizer: existem estudos científicos que mostram que ela não é eficaz para o tratamento da COVID. Funciona para outras coisas, né? Então, acho que um ponto é esse da opinião.

E também tem questão de futuro, que é impossível checar. Por exemplo: "a pandemia vai diminuir daqui seis meses". Não, daqui seis meses a gente vai olhar, então. Vamos ver se diminuiu as mortes, os casos e tudo mais. Então, como a pandemia também envolveu muitas questões políticas, os governos terem que tomar atitudes para viabilizar vacinas, medidas de isolamento social, fornecer também o próprio atendimento. O Brasil é um país que o SUS, ele é universal, então, muitas pessoas dependem do atendimento público também. Isso teve um impacto muito grande nesse aspecto político, o governo federal teve um peso muito grande. Então, automaticamente, essa questão política, ela pesa nas coisas do futuro. E opiniões

peçoais, elas não são checáveis. Então, isso também não deixa de ser uma forma de a gente filtrar, simplesmente porque não é possível. E a gente focar muito mais em questões que sejam, no caso da pandemia, mais técnicas. Mas que sejam, digamos assim, fatos ou situações verificáveis. E isso pesa também para a gente tomar as decisões na hora de avaliar o conteúdo. E depois, na hora de apurar também, a gente buscar especialistas, profissionais, estudos, fontes confiáveis, para a gente poder dizer.

A gente tem uma responsabilidade muito grande. Se a gente está dizendo que algo é falso, a gente não pode ter nenhuma dúvida de que é falso. Se não, a gente tem que dizer: "a gente acha que é falso". Não, a gente tem que ter certeza. E isso passa por ter uma apuração muito criteriosa e convincente também. E os conteúdos da Lupa são revisados. Um repórter vai fazer essa apuração, esse conteúdo vai passar também por dois editores, não só por um, antes de ir para o ar. Pelo menos três seres humanos estão olhando para isso e certificando que isso foi cuidadosamente olhado. Então, a gente acredita que fazendo isso, a gente reduz a chance de ser superficial, de ter faltado algum dado, algum contexto importante para ajudar nos esclarecimentos do que a gente estiver olhando.

### **Pesquisadora**

Eu ia perguntar justamente o que não é checado, de jeito nenhum. Opinião e previsão do futuro, então, são realmente as duas coisas que não são checadas. Tem mais alguma coisa nessa lista do que não é checado?

### **Entrevistado 2**

Tem. Existem, talvez, mais questões específicas, mas basicamente, além dessas duas, tem uma questão de dificuldade de acesso a dados. A Lupa tem, por exemplo, uma etiqueta insustentável, o conceito dela é: não há dados públicos disponíveis para a gente dizer se isso é verdade ou não, é impossível nesse momento. Vou dar um exemplo de saúde também. O DataSource tem muitos dados, de vários tipos de procedimentos, ações etc. e tal, que ocorrem no Brasil, na saúde pública. Mas ele não é atualizado diariamente, ou semanalmente, ou mensalmente. Às vezes, algumas categorias são anualmente ou a cada dois anos. Então, se daqui a pouco

algum político ou algum fato vem, o dado não está disponível. Isso aconteceu na pandemia.

Às vezes, durante o ano de 2020, falando da pandemia, se falava sobre algum critério de saúde, por exemplo. Mas o dado que tinha, o último dado atualizado, foi em 2019, quando não tinha pandemia. Então, a gente não podia usar o mesmo dado, porque eram realidades completamente diferentes de um ano para o outro. Em alguns casos, isso pode tornar um conteúdo impossível de checar. Porque ele também não vai ser justo, de comparar situações completamente diferentes, não ter dados atualizados para isso. O Brasil viveu uma necessidade, os órgãos de imprensa se uniram para poder fazer uma contagem de casos, um dado confiável, porque o Ministério da Saúde não disponibilizava. Então, a falta de dados é um ponto possível, além de opiniões, futurologia e coisas do gênero. Essas são as principais categorias que tornam algo não checável.

Às vezes, surge um medicamento novo. Ele funciona? Não existe estudo ainda, revisado por pares, confiável, que possa dizer isso. Então, como a gente vai dizer que não funciona? Hoje, não funciona. Mas se não foi feito nenhum estudo, é mais complexo ainda. Quando envolve a ciência, a ciência tem muitos protocolos. E a pandemia trouxe esses protocolos ao conhecimento de muita gente também. Então, às vezes, essas coisas não são tão rápidas quanto deveriam ser. E aí, opinião... "Ah, eu acho que funciona. Eu tomei ivermectina e não fiquei doente". Tá bem, pode ser que tenha sido, pode ser que não tenha. Teremos que estudar você, porque é impossível fazer exames em você, em cada brasileiro. Então, assim, também tem situações como essa que ocorrem.

## **Pesquisadora**

E tem alguma coisa que o repórter da Lupa vai olhar, vai falar, de cara: "isso é checável, isso, com certeza, nós vamos checar indiscutivelmente"?

## **Entrevistado 2**

Eu acho que o que é mais indiscutível, é quando envolve dados, números. Acho que é mais fácil. Vou te dar um exemplo. "5 milhões de crianças foram vacinadas contra a COVID". É muito checável. A gente vai olhar lá, na vacinação por faixa etária, nos dados atualizados, quantas pessoas foram vacinadas por faixa etária. Eu acho

que quando tem números, é mais fácil. Obviamente, tem que ir atrás, se esse número está disponível. Mas, a gente consegue identificar com mais facilidade conteúdos que têm um número do que se alguém diz, assim: "o medicamento X, ele funciona melhor pra jovens". Temos que olhar, que estudos existem, é mais complexo. Talvez não haja estudos, a gente precisa pesquisar. Mas um dado público, principalmente de sistemas públicos de saúde, pra ficar na pandemia, com a transparência que se espera dos governos, em sua maioria, ele é muito mais fácil de dizer: "não, isso aqui a gente consegue ir lá e olhar". Esse dado, ele é mais possível de a gente conferir. Apesar de que, na pandemia, meio que teve um apagão de dados em algum momento. Então, também não era confiável, porque o governo não trouxe informações transparentes de algumas questões que eram fundamentais ali naquele momento.

### **Pesquisadora**

No jornalismo tradicional, nas redações tradicionais, a gente vê e estuda muito isso, alguns componentes políticos ou econômicos, comerciais, o financiamento da atividade jornalística, que podem influenciar nessa atividade. A checagem de fatos, na verdade, surge pra ser mais independente. Só que, de alguma forma, também precisa ser financiada. E daí, a Lupa agora, eu vi que tem o programa também de pagamentos, que o próprio cidadão pode contribuir com a Lupa, mas também se insere em outros tipos de financiamento, como, por exemplo, a parceria com o Facebook, com a Meta, ou recebe outro tipo de financiamento. A Lupa, por exemplo, quando surgiu era atrelada a Piauí, hoje eu sei que é atrelada ao site da UOL, mas eu não sei que tipo de relação comercial mantém com a UOL. Você acha que mesmo tentando essa isenção, alguns critérios comerciais e políticos influenciam na checagem de fatos?

### **Entrevistado 2**

Primeiro, falando sobre a Lupa, sobre essa questão de interferência, eu posso falar pela Lupa, não posso falar pelos outros veículos. A Lupa tem diferentes fontes de financiamento. No caso do contrato com a Meta, a Meta não paga para a gente fazer tais e tais verificações, ela paga pelo licenciamento do nosso conteúdo. Por exemplo, a gente vai produzir os conteúdos, o pagamento da Meta é para ela usar os nossos conteúdos para informar os usuários das redes sociais que aquele conteúdo

foi checado pela Lupa, por exemplo. Então, não há interferência na definição do que vamos checar. A Lupa tem diferentes parcerias, formas de financiamento, mas o jornalismo é independente, ninguém vai chegar na Lupa e dizer assim, eu quero pagar para ser uma matéria, eu quero pagar para vocês checarem isso. Na Lupa isso não ocorre.

Eu já trabalhei em outros veículos de pequeno, médio e grande porte, e sei que isso é muito comum de ocorrer, esse direcionamento. E existem muitos veículos, especialmente acho que de 2018 para cá, que já nascem com um viés muito mais opinativo, político, que algumas pessoas nem consideram veículos jornalísticos, porque eles não buscam imparcialidade em nenhum momento, eles buscam realmente ser parciais. E isso, obviamente, interfere. Então, não é muito difícil encontrar alguns sites, alguns veículos que eles realmente vão botar um viés ideológico nessa checagem. É uma checagem de informação verificada, isenta, com metodologia transparente, que as pessoas podem ir lá ver como foi feita, com os links diretamente. Elas acabam sendo direcionadas, às vezes, para atender algum tipo de narrativa, para priorizar uma coisa em vez de outra. Aí é uma questão de uma escolha muito de cada veículo.

Eu não posso falar por esses veículos, mas eu acho que isso ocorre. Infelizmente, o jornalismo vem numa decadência em termos de financiamento, uma grande dificuldade de apoio de financiamento. Isso vem se acentuando há muitos anos, mas ainda é muito presente. E isso faz com que realmente haja uma dependência. Então, eu acho que, para o jornalismo, realmente, o que os últimos anos trouxeram e a pandemia trouxe foi que é muito importante manter a sua credibilidade, a sua isenção, a sua clareza nos critérios de por que faz, como faz e onde faz.

Então, numa reportagem da Lupa, você consegue ver os dados, onde a gente buscou. E se você ainda olhar e discordar, e achar que a gente errou, você entra em contato com a gente. Se a gente errar, vai dizer que errou, vai corrigir e admitir que está errado. Quantos veículos fazem isso? Eu não sei. Mas me parece que é bem menos do que talvez já foi num passado. Então, eu acredito que haja essa interferência, sim, em alguns veículos. Mas eu só posso falar pela Lupa. E aqui, felizmente, não acontece. Posso te garantir.

## **Pesquisadora**

Eu sei que os conteúdos que são checados, o repórter faz e passa por dois editores. Há algum outro tipo de avaliação dos conteúdos produzidos e depois publicados? E da repercussão? Como se a Lupa fizesse algum tipo de seminário de avaliação, parasse um momento para avaliar aquilo que foi feito, a forma como foi produzido, o formato que foi feito, a forma como circulou, esse tipo de avaliação. Não só da cúpula, mas junto com a equipe inteira.

## **Entrevistado 2**

Sim, a gente faz avaliações, não detalhadamente, de um por um dos conteúdos, mas a gente tem um monitoramento de redes sociais. A Lupa é um veículo digital. Então, a gente publica nas redes e o impacto é imediato. As pessoas já comentam, já compartilham, já criticam, já dão esse retorno imediato, então, não deixa de ser uma forma de avaliação, que a gente também monitora.

A Lupa tem uma parceria com o Uol, você até comentou. Alguns conteúdos que a Lupa produz, o nosso site está hospedado dentro da estrutura do Uol, e conteúdos que a gente produz, muitas vezes, a home do Uol chama esses conteúdos, eles são divulgados na home do Uol e linkados para o site da Lupa. Eles pegam conteúdos nossos e também destacam lá na curadoria da home deles. Então, isso também acaba trazendo alguns picos de audiência, porque eles têm um alcance muito mais amplo do que uma pessoa que vai entrar no site da Lupa, que é mais específico para desinformação. No Uol, a pessoa pode entrar por vários motivos para procurar diferentes tipos de conteúdo.

A Lupa tem um contato direto por WhatsApp, que as pessoas podem mandar sugestões, mas elas podem também mandar qualquer tipo de mensagem. Isso é alguém que está olhando e monitorando e retornando, então, não deixa de ser formas de avaliação externa que a gente tem. E, internamente, na área de jornalismo, diariamente, semanalmente, temos reuniões, mas diariamente isso é avaliado e considerado. Os conteúdos, quando eles são publicados, como eles envolvem pelo menos três pessoas, existe uma conversa: "ah, isso aqui poderia ter sido feito melhor, talvez funcionaria melhor fazer isso aqui num vídeo". Essa discussão de formato, ela é feita durante a apuração, não só depois, mas no meio do caminho, então, seria muito legal a gente fazer um vídeo animado para explicar isso. Isso vai levar dez dias ou

uma semana. E essa desinformação está circulando muito, a gente não pode esperar tanto, porque ela vai circular ainda mais. Então, vamos optar, talvez, por um formato de texto mais simples, porque é uma forma mais rápida de combater isso, mas vamos juntar essa com uma outra, com mais uma, já que esse tema está crescendo e vamos fazer um conteúdo mais especial.

Então, acho que essa avaliação é constante, essa troca sobre formatos, a gente também analisa os desempenhos de audiência, então, quando a gente vê que algum assunto teve uma audiência maior, a gente detecta que esse assunto realmente chama mais a atenção das pessoas e isso abre caminho para a gente produzir, por exemplo, conteúdos mais aprofundados, reportagens ou explicadores para tirar alguma dúvida. Acho que é parte do processo jornalístico, hoje o digital nos permite ter um retorno muito mais rápido e eficiente e numérico de tudo. Então, acho que isso nos ajuda muito também a poder testar formatos, testar pontos importantes que podem contribuir para que esse conteúdo chegue em mais gente. E, obviamente, a gente também monitora se o assunto continua crescendo, porque é frustrante a gente desmentir algo e ele continuar ganhando atração. Então, poder ver que um conteúdo foi muito acessado, nos traz também uma garantia de que muitas pessoas viram e compartilharam também nas suas redes e, de alguma forma, ajudaram a combater aquilo.

## **Pesquisadora**

Você acha que o fato de trabalhar para verificar fatos têm promovido alguma mudança nas suas ideias ou formas de agir? Você acha que trouxe algum avanço para você? Caso sim, quais foram essas mudanças?

## **Entrevistado 2**

Sim, com certeza. Eu acho que o fato de estar trabalhando com as checagens de fatos na Lupa, a gente tem essa interatividade, esse contato direto com a audiência, de eles pedirem a gente ir atrás também. Não é uma decisão só de uma cúpula, que decide o que é importante para publicar no site. A gente ouve e produz. Também discute internamente as pautas, mas atende muito ao que é pedido para a gente, para contribuir com o dia a dia das pessoas. Então, acho que as principais mudanças que me trouxeram é a capacidade que nós temos hoje pelos meios digitais e tecnologia

de entender o que é relevante para as pessoas, porque a gente tem um retorno sobre isso e conversa com desconhecidos de uma forma mais direta. É menos achismo e mais a gente agir de uma forma mais certa. Isso é muito legal, porque a relevância também vem disso, de fazer aquilo que é importante para as pessoas, não só o que a gente acha que é importante. Então, esse é um ponto.

E acho que tem um aspecto muito também da saúde mental. Existe muita coisa que chega. Vou dar um exemplo. Nas eleições de 2022, no mês de outubro, a Lupa recebeu 18 mil pedidos de verificações em 30 dias. Isso dá 600 por dia de média. Não conseguimos olhar tudo, é impossível com a equipe que nós temos. Mas, isso traz um impacto, também, porque vem muita coisa. Então, acho que entender como tem pessoas que acreditam em coisas absurdas, como tem pessoas que criam fakes e histórias absurdas totalmente na maldade, ou que produzem golpes, que tentam enganar as pessoas, ou que fazem coisas que atacam pessoas diretamente, inventam absurdos. E, ao mesmo tempo, quando a gente recebe os pedidos, entender como, para algumas pessoas, o que é óbvio para mim, não é óbvio para elas. O que é óbvio para uns, não é óbvio para outros. Então, como é importante esse trabalho ser feito, não considerando só os padrões pessoais ou a experiência que cada um tem, mas de ouvir o que o outro precisa e como é que a gente pode entrar nisso.

Acho que isso me trouxe uma mudança no aspecto jornalístico, de trabalho, de entender o trabalho de uma forma diferente. E essa questão de saúde mental também impacta a questão de a gente receber muitos vídeos, às vezes, violentos, vídeos absurdos, imagens editadas. Se a gente tiver, por exemplo, agora, uma onda de desinformação sobre a guerra, Israel e Hamas, por exemplo, vídeos de corpos e coisas assim, não é confortável ficar olhando para isso. A gente tem que olhar para filtrar se os conteúdos fazem sentido. Então, é desgastante. Na pandemia também, muitas imagens e cenas, muitas pessoas morreram por desinformação, ou por não acreditarem que a vacina funcionaria, ou por falta de oxigênio. Houve muito conteúdo angustiante. Acho que isso também é desafiador, porque a gente não necessariamente está no hospital, está na rua, mas a gente está vivendo ali com a pessoa que gravou aquilo e está compartilhando aquilo também.

A gente não consegue atender todo mundo. Tem mais pedido do que condições de fazer. Então, são escolhas... Não se compara a escolha do médico, mas seria meio que assim, a gente tem que escolher para que lado a gente vai conseguir

e outros a gente não vai conseguir também. Então, acho que isso também tem um impacto no sentido de tentar fazer o melhor, mas, ao mesmo tempo, deixar muita coisa pelo caminho. Exige lidar com algumas frustrações no dia a dia, que talvez numa revista, num outro tipo de veículo, a gente vai acabar trabalhando temas. E nós não. A gente trabalha com pequenos fatos que ocorreram, pequenos vídeos, pequenos flagrantes. A gente entra muito diretamente na história das pessoas. Acho que isso também dá uma mudança, de ter esse olhar. Talvez para uma pessoa aquilo é importante e vai mudar uma concepção ali, porque a gente está fazendo um conteúdo também. Acho que resumo isso.

### **Pesquisadora**

Você acha que a sua atividade de alguma forma te possibilitou propor novas formas de atuação? Dentro da Lupa mesmo. Você já pensou, participou de alguma proposta de nova forma de atuação?

### **Entrevistado 2**

Sim, com certeza. Acho que, obviamente, eu ocupo uma função, desde o maio do ano passado, que é de editor-chefe. Então, eu tenho não só a possibilidade de contribuir com mudanças internas, mas eu tenho a caneta para algumas mudanças eu poder fazer. Mas eu acho que a gente também tem construído um processo muito colaborativo de equipe. Eu estou numa função, mas eu não sou o dono do negócio. Então, a gente está aqui para construir o ambiente legal para trabalhar e, estando no ambiente bom, a gente poder entregar mais e ser mais assertivo do que a gente produz. Então, tem muito processo interno.

O home office, um desafio que a pandemia trouxe também. Hoje, na Lupa, a equipe é 100 % home office. Total. Nós não temos um escritório físico em que nos encontramos. E isso tem uma mudança na forma de trabalhar e exige muitos processos e muitas mudanças de formatos. Vamos gravar um vídeo? Não, espera aí. Está cada um num lugar. Como é que a gente grava um vídeo? Se a gente estivesse num escritório, a gente gravaria mais fácil. Teve mudanças de formato e processos naturais que a própria pandemia proporcionou. Mas, ao mesmo tempo, nos proporcionou também possibilidades.

A Lupa tem, por exemplo, hoje, repórteres que estão em Porto Alegre, que estão em Florianópolis, que estão em João Pessoa, na Paraíba, que estão em São Paulo, estão no Rio. Então, isso também traz uma diversidade regional de temas, de visões de mundo, de realidades que também trazem uma cobertura mais completa, pensando que o Brasil é um país muito diverso, grande também. Então, acho que tem aquela coisa dos pontos positivos, digamos assim. E isso exige adaptação frequente de processos.

Aqui na Lupa, a gente tem uma regra que é assim, esse é o melhor processo que pensamos até hoje. Se alguém tiver uma ideia melhor, essa ideia vai ser implantada, porque nunca está pronto. Nunca termina. Nunca é repetitivo. Sempre dá para melhorar alguma coisa. E acho que isso também envolve a própria mudança da Lupa. Quando ela começou, em 2015, ela era muito focada em verdadeiro ou falso. Verdadeiro ou falso. Era isso. E depois evoluiu para um processo de checar também discursos de políticos e pessoas públicas. E hoje a gente produz entrevistas, reportagens, vídeos, as verificações e as checagens também. Mas produz outros projetos, desenvolve ferramentas como mapa da desinformação, monitor de não sei o quê. A desinformação, infelizmente, ela cresceu, mas ela também nos proporcionou atacá-la de frentes diferentes agora com o crescimento que a Lupa teve. Então é um processo permanente e que, enfim, se a gente conversar daqui a um ano, já vou ter muita coisa nova para te contar, com certeza, do que mudou.

## **Pesquisadora**

E a Lupa é receptiva a isso, como você falou, é aberta a essas mudanças. Aceita também essas sugestões de adaptação?

## **Entrevistado 2**

Total. Acho que isso é uma diferença. Eu já trabalhei em veículos maiores, grandes grupos e os processos são mais lentos. É como se fosse um grande navio fazendo uma curva. Ele não vai fazer uma curva tão rápida. A gente tem um navio um pouco menor que é mais ágil para ir para lá. E a Lupa tem essa visão também de startup. A gente é nativo de tecnologia. Nasceu digital já também. Então acho que tem uma visão diferente de se permitir experimentar mais. E a inovação parte de

experimental, de fazer algo diferente, não de fazer a mesma coisa bem feita por todo o tempo.

### **Pesquisadora**

Tem mais alguma coisa que eu não perguntei? Mas que você gostaria de falar? Ficou na expectativa de compartilhar? Ou foi suficiente?

### **Entrevistado 2**

Acho que só mais um ponto que a gente tem falado também muito com as pessoas que conversam com a gente sobre esse tema que é a desinformação não é um problema tecnológico. É um problema social. E a desinformação existe há muito tempo. Os boatos, as mentiras, elas não nasceram com as redes sociais. Elas só se potencializaram. Então, no caso da saúde, a gente teve grandes crises de desinformação no passado. Como, por exemplo, quando surgiu a questão do vírus da HIV e AIDS. Não tinha celular. E tinha muita mentira e preconceito e pessoas sendo tratadas de forma diferente. Governos não indo atrás de medicamentos. Isso se repetiu na pandemia de COVID.

Mas a internet permitiu potencializar isso também. E eu imagino que se ela permitiu potencializar, ela permite que a gente consiga também trazer soluções de uma forma mais rápida. Porque antes, às vezes, a mentira ou o direito da palavra estava restrito a governos. Poucos veículos. E agora, todo mundo tem uma voz na palma da mão. Então, acho que é importante entender que assim como hoje a desinformação cresce por ser um problema social, porque todo mundo tem um celular, ela pode ser combatida também porque todo mundo tem um celular. E, aí, a questão é trabalhar isso. Vai envolver várias questões.

A Lupa sabe que sozinha, nem tem a pretensão de resolver tudo. A gente quer contribuir. Mas é um processo muito mais amplo e social. E eu acho que esse é um ponto importante para se destacar sempre, que não começou hoje isso. Só está potencializado e a gente tem que usar a tecnologia para nos ajudar a reverter. E não ver a tecnologia como sendo o problema ou a causa disso. Ela só potencializou o que já existia.

### **Pesquisadora**

Na verdade, eu parto desse pressuposto também. Da teoria de que, na verdade, ela pode nos ajudar a combater. E não que ela contribui. Ajuda a disseminar mais rápido. Mas não que ela seja a causa da desinformação.

## **Entrevistado 2**

Eu acho que tem também um ponto. O Brasil está discutindo regulamentação de redes sociais, que é um ponto importante. Ainda não tem políticas públicas ligadas a isso. A nossa educação pública não trabalha muito o assunto tão diretamente. Tem uma questão de: "mas é ideológico, vai falar de fake news". Tem muitas questões ainda que estão em aberto. Mas o fato é que esse é um termo que hoje todo mundo sabe o que é. Se você falar fake news, as pessoas conhecem. Falar fake, é uma palavra que é inglês, que as pessoas entendem do que a gente está falando. Então, as pessoas já entendem do que a gente está falando. E isso é muito bom. Agora, a gente precisa estimular que, em vez de compartilhar mentira, a gente compartilha a verdade. A gente está tentando contribuir um pouco com isso.

## **Pesquisadora**

Eu acho que o desafio é realmente esse. Como fazer isso se encontrar.

## **Entrevistado 2**

Esse é um ótimo ponto. É desafiador essa coisa das bolhas também. Mas eu acho que também é um processo que passa por as pessoas terem um bom senso de entenderem que elas podem estar erradas, às vezes. Eu vou te dar um exemplo. Quando a gente estava no governo Bolsonaro e a gente fazia as checagens do presidente, muita gente compartilhava, pessoas que eram contra o presidente Bolsonaro, e diziam: "olha é isso, olha aqui a prova que ele está mentindo". E hoje a gente checa o governo Lula ou diz que o Lula foi falso numa afirmação, as pessoas ficam chateadas com a gente. Então você tem que entender que a gente está contra o falso. A gente não está contra o Lula ou contra o Bolsonaro. Existe um amadurecimento de que a gente está checando o presidente da república. Não estamos checando o Lula e o Bolsonaro. E se trocar o presidente por uma outra vertente, direita, esquerda, centro para cima, para baixo, o que for, é o presidente da

república que está ali. Então é nesse sentido. Isso envolve um amadurecimento que, às vezes, demora décadas, anos e talvez nunca chegue. Mas a gente vai continuar estimulando de alguma forma.

### **Pesquisadora**

A pessoa quer se apegar naquilo que ela acredita e não quer abrir mão.

### **Entrevistado 2**

E a gente teve, na eleição, pessoas que pediam para a gente: "Eu quero que cheque tal informação". Daí, a gente checava a informação e mandava a resposta. A pessoa dizia: "não, mas não é verdade". Na verdade, as pessoas querem confirmar aquilo que elas já acreditam. E a gente seria um selo para isso. Mas a gente está ali para mostrar o que é real. E acreditar ou não, infelizmente, é uma questão muito pessoal. E as redes sociais, às vezes, atrapalham porque elas criam essas bolhas. A pessoa não vê um problema social na discussão da eleição. Não tem fome no Brasil. Tem gente que não via fome no seu celular. Ou não saiu de casa porque achava que não tinha esse problema. Então também tem um desafio de trazer para a realidade. E é muito mais complexo, às vezes, do que, sei lá, usar um dado, dó para confirmar. Tem coisas que são muito reais. E as pessoas têm que olhar para isso também.

Mas, ao mesmo tempo, para te dar um exemplo, a gente lançou na segunda-feira passado um mini documentário sobre o 8 de janeiro. E a gente entrevistou uma professora que foi presa pelos atos do 8 de janeiro. Ela estava em Brasília. A gente fez uma entrevista com ela. E ela fala que ela conhece a Lupa, ela sabe o que a Lupa faz. Mas ela diz que até hoje acredita que a eleição foi fraudada. E a gente já fez várias checagens sobre isso, mostrando que não foi. Então, assim, é interessante. Tem pessoas que conhecem, que leem e que não concordam e que não querem acreditar ou sei lá por quê. Acham que a gente está tentando fazer a cabeça delas. Então é muito difícil conversar.

Acho também um desafio que a gente tem é estabelecer diálogo. Não só todo mundo quer falar, mas pouca gente quer dialogar. Admitir que, talvez, de repente, a gente se enganou aqui. De repente, fraudaram. Será que não fraudaram? Vamos lá conferir isso. Você tem que admitir que está errado. E isso é muito difícil no Brasil nos

últimos anos. Tomara que a gente consiga conversar pelo menos. Para não ficar cada um falando só para os seus convertidos.

### **Entrevista 3**

#### **Pesquisadora**

Em geral, os conteúdos analisados citam, apenas, qual a plataforma de origem do processo de desinformação, contudo, não há referência se o processo foi iniciado por bots ou humanos. Por que esse fator não é levado em consideração?

#### **Entrevistado 3**

Não é possível para a gente determinar uma origem de uma peça desinformativa. A gente não tem ferramentas capazes de fazer isso. E a meta também não informa a origem para a gente. Acho que é a única entidade que pode saber. A primeira origem de um post verificado é a meta, mas esses dados são da meta, não são dados compartilhados com a gente. E, além disso, não dá para dizer que, quando chegou no Facebook ou no Instagram, essa é a origem do post. Ele pode ter tido uma origem anterior em outra rede e ter se transposto para lá. Então, não é uma coisa que a gente possa determinar ou identificar. Se é humana, se não é humana, se é de IA, não tem como a gente saber. Não tem. Não existem ferramentas capazes de ajudar nessa identificação. E, mesmo que a gente consiga rastrear o primeiro post, isso não quer dizer que é a origem, entende? Então, não tem como a gente determinar que foi isso ou foi aquilo. É impossível, assim.

#### **Pesquisadora**

Então, não há nenhuma tentativa de que isso seja feito pela impossibilidade mesmo.

#### **Entrevistado 3**

É, não existe como fazer isso. A gente até gostaria de determinar, mas não há como determinar. É impossível determinar a origem. Não tem como rastrear a origem. Porque, assim, tem contas que são particulares, tem contas que são fechadas, tem grupos que são fechados, tem grupos que são abertos. A gente não tem como saber em qual lugar foi o primeiro local. Entendeu? A gente só tem acesso ao que é aberto, aos grupos que são abertos. E é o que a busca mostra pra gente. Mas isso não é uma coisa extensiva ou feita pra que a gente possa rastrear uma origem de alguma coisa. Só pra localizar algum conteúdo similar ao que a gente tá procurando.

Então, não tem como a gente chegar perto de qualquer coisa nesse sentido, assim. Isso só a Polícia Federal, numa investigação, se for fazer, pode determinar e rastrear alguma origem aí. Mas aí, verificando o IP, falando com a Meta, com a ordem judicial, mas não tem como um verificador independente fazer esse trabalho. É impossível. De verdade.

### **Pesquisadora**

De alguma forma, seria importante se descobrir essa origem ou é irrelevante para o trabalho de checagem?

### **Entrevistado 3**

Olha, seria bom, mas não é fundamental para o nosso trabalho. Nosso trabalho é desmentir informações que são falsas. Então, assim, se está circulando algo que é comprovadamente falso, a gente identificou isso, é mais importante a gente desmentir. Se teve origem de alcuriar por pessoa, a pessoa que foi, isso pra gente, pro nosso trabalho de checagem, não é tão relevante. Isso é um trabalho que é mais relevante, enfim, pra quem é uma vítima de um conteúdo desse ou quem é alvo de um conteúdo desse. Acho que aí, sim, é importante determinar a origem. Mas, pra gente, o importante é fazer sempre alguma reportagem capaz de mostrar se aquilo é verdadeiro ou não.

### **Pesquisadora**

Dos dez conteúdos que eu analisei da luta, nove foram produzidas a partir de uma demanda da parceria com a Meta. Teve o Facebook e o WhatsApp. Além dos conteúdos que circulam, então, nas plataformas da Meta e, em especial, no Facebook, que teve mais conteúdos na época, quais que são os outros critérios utilizados para selecionar o que vai ser checado e o que não vai ser checado? Eu sei que tem lá na metodologia da Lupa, explicadinho, mas um repórter da Lupa, como decide o que vai ser checado? O que ele já vê que vai ser checado ou não?

### **Entrevistado 3**

A gente determina pela relevância do conteúdo. Então, como a gente vê o que é relevante? A gente vê pelo interesse público que tem naquela informação que está

circulando, pela viralização, o grau de viralização que a gente identifica, se tem muitos posts falando da mesma coisa ou se isso é replicado muitas vezes, né? Acho que são principalmente esses dois critérios que a gente usa, assim. Então, se é uma coisa de interesse público ou que tem impacto na vida das pessoas, né? Por exemplo, lembrando a pandemia, uma receita que fala que tomar água de 15 em 15 minutos é eficiente pra evitar COVID, por exemplo. Então, a gente vai ver isso e vai analisar, né? Porque é uma coisa que pode fazer com que muitas pessoas, por exemplo, sigam essa receita e se contaminem, por exemplo, com o vírus, se ela for ineficaz. Então, eu acho que vai da análise, assim.

Ou se é uma denúncia ou alguma coisa que, por exemplo, coloca as pessoas em risco, né? Se, enfim, se é algo que desinforma em relação a um grupo político também ou a outro, independentemente de qual for ele, né? Isso tem impacto na atividade da democracia, porque, enfim, pode desvirtuar algum pensamento sobre um grupo ou sobre outro. Então, a gente tenta fazer com que o discurso público, ele seja o mais correto possível, independentemente de quem esteja dizendo esse discurso. Então, o nosso trabalho é meio que corrigir, atuar como um corretor, né? De informações falsas que possam interferir, tanto na vida das pessoas como nos processos democráticos mesmo.

### **Pesquisadora**

Há alguma coisa que com certeza não será checada?

### **Entrevistado 3**

Sempre tem, né? Opinião é uma coisa que a gente não checa, porque é a opinião de uma pessoa. Então, a gente não considera possível de checar. E aí, coisas que também não têm muita relevância, assim. Ou que são teorias impossíveis de a gente checar, por exemplo, a origem do vírus. Não tem como a gente determinar qual foi a origem do coronavírus. Se saiu de um laboratório, se foi um vazamento. Esse tipo de coisa a gente evita, por exemplo. Porque a gente não tem como, a não ser que tenha alguma evidência concreta, algum documento, relatório com provas. A gente não checa porque não tem como a gente verificar esse tipo de teoria. De que, ah, o vírus foi deliberadamente vazado de um laboratório. Não dá pra gente checar isso, por exemplo, né? Então, coisas que são teorias muito conspiratórias, geralmente a

gente não faz. Porque, enfim, não tem como a gente comprovar com fontes existentes aquilo, ou desmentir com fontes aquilo. Então, a gente evita, né? E coisas também que a gente considera como pouco relevantes, assim. Estão circulando pouco, ou que não trazem risco, a gente evita de checar. A gente prioriza alguns outros conteúdos.

### **Pesquisadora**

Você me falou dos critérios, dos critérios do que vai ser checado, do que não vai ser checado. E dentro de uma checagem, qual que é a estrutura jornalística? O que vai ser focado naquela checagem? O que pode ser descartado? Como que ela vai ser construída? Quais critérios são utilizados na construção dessa checagem?

### **Entrevistado 3**

A gente tenta definir qual é a principal afirmação ali. A afirmação mais importante que tá dentro daquele conteúdo. Então, se é uma legenda, ou se é um vídeo, tem alguma frase, fala alguma coisa que é mais relevante, a gente vai selecionar aquela frase pra checar a primeira coisa que a gente vai fazer. Se tiver várias, a gente pode fazer uma checagem com várias frases. Às vezes a gente faz isso. Mas, predominantemente, a gente checa uma frase específica que é a mais relevante dentro do conteúdo. A gente escolhe essa frase, essa sentença, pra analisar. E aí, a partir disso, a gente vai atrás de fontes que mostrem se aquilo é ou não verdadeiro. Então, tanto podem ser fontes... Enfim, documentos, relatórios, pesquisas científicas que já foram publicadas sobre aquele tema. Ou podem ser especialistas. No caso da pandemia, a gente começou a ouvir mais especialistas porque era uma doença nova e não tinha tanta coisa ainda publicada sobre. Mas existia um conhecimento científico que estava se formando sobre a doença. Então, a gente consultava, muitas vezes, especialistas pra buscar essas referências, né? Ao lado de outras fontes que a gente fazia.

Então, a primeira coisa que a gente faz é isso, né? E aí, depois que reúne todas as informações, a gente escreve um texto. Primeiro expondo o que é o conteúdo, o que está em circulação o que ele está falando, e depois selecionando e destacando a frase que a gente vai analisar, colocando um selo nessa frase e explicando, no texto abaixo disso, por que a gente considera aquela frase, por exemplo, como falsa. E aí, nesse processo, a gente cita todas as informações que a

gente coletou e coloca links pra todas as informações também, para que o leitor mesmo possa chegar nessa conclusão a partir da análise desse material que a gente disponibiliza ali. A gente tenta fazer um texto curto, sucinto, o mais sucinto que for possível e que seja também de fácil compreensão para os leitores, né? Acho que esses são os objetivos principais e o jeito que a gente procura trabalhar mesmo.

### **Pesquisadora**

Eu queria saber se depois que esse conteúdo é produzido, depois da circulação dele, se tem algum tipo de avaliação. Eu sei que passa por dois editores. Mas há alguma avaliação, assim, no sentido de um seminário de avaliação, um momento específico de avaliação daquele conteúdo que foi produzido, se ele atingiu o objetivo dele, se foi possível alcançar as pessoas que ele era para alcançar, se foi possível desmentir ou explicar se é verdadeiro ou não é dentro daquilo que foi programado, se faltou alguma coisa, se o formato foi adequado. Toda uma avaliação do conteúdo produzido.

### **Entrevistado 3**

Essa avaliação a gente faz durante a edição do conteúdo. A gente não faz posteriormente, né? Então, a gente avalia se aquilo se sustenta na hora da edição mesmo. E se a gente acredita que sim, a gente publica o conteúdo. Mas depois disso, dificilmente a gente faz uma avaliação, uma análise sobre como se saiu aquela peça de verificação. O que a gente faz, e eu não sei se você conhece o sistema do Facebook, mas é quando a gente checa algum conteúdo da plataforma deles, a gente informa para o Facebook o conteúdo que foi verificado, e a gente informa a checagem que foi feita, e aí, o Facebook se encarrega de derrubar todos os conteúdos similares que forem classificados como falso, por exemplo. Ele vai colocar a etiqueta de falso em todos que ele encontrar o algoritmo dele. A gente vai informar os links que a gente achou, mas ele vai, pelo algoritmo, disseminar essa checagem para todos os links que ele encontrar, similares àquele que a gente informou. E vai aplicar uma punição nas pessoas, também, que compartilharam aquilo. Aí vai depender da pessoa, quantas vezes ela compartilhou alguma coisa falsa, as punições vão variar. Mas elas têm o alcance reduzido, né? E aquilo para de viralizar também. Então, isso é um resultado do programa, mas que a gente não monitora individualmente para cada peça

desinformativa que a gente analisa. Mas esse é o jeito que o 3PFC, que é o programa deles, funciona, né? Mas dentro do Facebook e do Instagram.

### **Pesquisadora**

Uma avaliação da equipe em algum momento, ou alguma vez, algum conteúdo que foi publicado e houve alguma modificação na forma de vocês fazerem a checagem, ou mudanças que foram proporcionadas por alguma experiência de verificação, já aconteceu alguma coisa desse tipo? Ou até uma experiência da pandemia, que a reflexão sobre ela causou algum tipo de mudança, se lembra?

### **Entrevistado 3**

Olha, o que a gente costuma fazer é receber, às vezes, feedbacks dos leitores, por exemplo. Então, a gente pode mudar algumas formas de fazer as coisas a partir desses feedbacks, quando eles vêm. Mas não é uma busca ativa que a gente faz de como modificar o que está dando errado. Então, por exemplo, uma coisa que, não vou dizer que é especificamente da pandemia, mas é uma coisa que, muitas vezes, as pessoas reclamavam, é quando era algum vídeo manipulado, a gente linkava o vídeo original no texto, por exemplo. Mas as pessoas reclamavam que não estavam vendo o vídeo dentro do conteúdo. Então, a gente passou a embedar o vídeo, por exemplo, além de linkar o conteúdo, para que ele aparecesse ali, a pessoa pudesse clicar e assistir o original. Não só clicar no link. Muitas vezes, a pessoa lê meio por cima, não clica no link que está ali e não tem acesso ao vídeo original. Então, por exemplo, a gente foi fazendo algumas adaptações pequenas em relação a como a gente exibe o conteúdo. Mas, tirando isso, não teve grandes mudanças, mesmo, em relação a eficácia e coisas das checagens, especificamente na pandemia. Posteriormente, por exemplo, a gente fez um curso de SEO. E aí, a gente busca otimizar melhor os títulos para que eles sejam mais alcançados, quando alguém busca sobre aquele assunto no Google, por exemplo. Mas isso é uma coisa mais recente, do ano passado, que a gente começou a fazer, e não tem necessariamente a ver com o feedback dos leitores. É mais um jeito de a gente tentar chegar a mais pessoas mesmo.

**Pesquisadora**

Você acha que o seu trabalho como verificador de fatos promoveu alguma modificação ou nas suas ideias, ou na sua forma de agir? Você vê alguma modificação em você, por conta do seu trabalho de checar fatos?

**Entrevistado 3**

Modificação em que sentido?

**Pesquisadora**

Modificação, talvez, na sua forma de apurar, ou na forma de enxergar a realidade. Tanto profissional quanto pessoal, também, na sua vida do dia a dia.

**Entrevistado 3**

Não, não acho que teve modificação na minha vida, não. Não sei dizer se teve alguma mudança, alguma coisa nesse sentido, especificamente. Acho que é um tipo de jornalismo mais específico. Acho que é uma questão de você se adaptar e tentar ser claro e mais sucinto, mas não sei se modifica muito o que a gente já faz, como jornalista. Só acho que é uma adaptação mesmo para um tipo de jornalismo muito específico, só isso.

**Pesquisadora**

De alguma forma, você acha que o seu trabalho de verificar fatos te fez repensar a sua profissão, ou é nesse sentido mesmo que você falou? É um trabalho jornalístico, assim, como qualquer outro?

**Entrevistado 3**

É, eu acho que é isso. Particularmente, eu gosto desse tipo de trabalho porque eu acho que é um trabalho que tem um resultado prático muito palpável. Ainda que seja impossível acabar com a desinformação que existe. Mas, tem um resultado. Então, diferentemente de você escrever uma matéria, dá uma certa sensação de dever cumprido. Quando você consegue fazer algum conteúdo ser desmentido e isso ser bem recebido, e as pessoas compartilharem e tal, é bom, mas, assim, não que

isso vá mudar muita coisa além do que eu te falei, sabe? Acho que eu, particularmente, eu sempre gostei de fazer checagem por isso, porque eu gosto de um trabalho um pouco mais investigativo e ele acaba sendo um pouco assim, a gente tem que investigar alguma coisa, ainda que num nível pequeno, uma micro investigação, mas ela é feita pra gente esclarecer algum ponto. E é uma prestação de serviço. Então, eu gosto desse lado. Mas não que isso tenha mudado muito a minha percepção da profissão.

### **Pesquisadora**

De alguma forma, você, durante esse tempo que você estava trabalhando como verificador de fatos, propôs alguma forma de fazer alguma coisa diferente, alguma forma de atuação profissional diferente dentro da agência? E se sim, houve boa recepção? Por exemplo, você propôs que um conteúdo fosse produzido de uma maneira diferente ou uma nova forma de apuração, pode ser coisa pequena, às vezes, que eu não estou citando, e se ela foi bem aceita ou não pela agência.

### **Entrevistado 3**

É difícil eu lembrar alguma coisa específica em relação a isso, porque a gente sempre está trabalhando muitos conteúdos, e a gente vai se adaptando ao máximo possível mesmo, sim. Acho que não teve nada muito específico, mas, por exemplo, essa coisa de ouvir especialistas era uma coisa que a Lupa meio que se recusava a fazer antes da pandemia. Porque, acreditava-se que só material já publicado e tal poderia responder pelas checagens, e a gente viu que, nesse caso da pandemia, não era suficiente. Então, isso foi uma adaptação, mas também não foi uma coisa que eu propus especificamente. Acho que veio da equipe toda essa demanda e essa necessidade, e isso foi bem aceito. Sempre teve muito diálogo dentro da Lupa, e acho que sempre foi uma agência bem aberta para a gente fazer adaptações e mudanças quando isso tinha uma justificativa que era clara, sabe? Então, isso nunca foi um problema mesmo, eu acho. E eu acho que teve várias mudanças, mas eu não vou saber pontuar o que mudou especificamente, quando, porque é isso, é um processo muito dinâmico, e a gente vai se adaptando e vendo e revendo coisas para que o resultado final seja sempre o melhor possível.

**Pesquisadora**

Tem alguma coisa específica da pandemia que eu não perguntei, que você acha que foi um diferencial da pandemia? Teve algum aprendizado extra que você acha que a pandemia trouxe?

**Entrevistado 3**

Ah, eu acho que, assim, teve muito trabalho em conjunto com outras plataformas de checagem de outros países durante a pandemia. Então, isso foi um aprendizado, por um lado, também mostrou para a gente que muita desinformação circula em diferentes partes do mundo e é traduzida. Uma coisa que a gente não tinha tanto conhecimento, ou que, pelo menos na pandemia, foi uma coisa que ficou muito clara que acontecia. Então, a gente começou a ter acesso a uma base de dados feita em todas as plataformas que eram integrantes da IFCN, e ali a gente podia pesquisar e olhar, por exemplo, se alguma coisa já tinha circulado no outro país e já tinha sido checado. Muitas vezes, isso já tinha acontecido. Então, acho que teve esse aprendizado, também, de que a desinformação, muitas vezes, ela é global, não se restringe a um país específico, dependendo do tema que ela está tratando, assim. Então, no caso da pandemia, da COVID, muita desinformação que a gente checou já tinha circulado antes e foi importada para o Brasil. E aí, também fazendo esse trabalho colaborativo com outras plataformas, a gente teve acesso a outras maneiras de trabalho deles, coisas que eles verificavam, como eles verificavam, e fomos, aos pouquinhos, também aprimorando o nosso jeito de fazer as verificações.

**Pesquisadora**

A checagem de fatos nasceu para ser mais isenta, para ser mais independente e, com isso, fazer um conteúdo mais livre de interesses comerciais e políticos. Mas você acha que esses interesses também estão presentes na checagem? Por exemplo, a atividade precisa ser financiada e aí, por exemplo, faz parcerias, igual a parceria com a Meta ou alguma outra forma de financiamento. Você acha que isso influencia na checagem de fatos?

**Entrevistado 3**

Isso não influencia, porque a parceria com a meta é só para ter acesso a indicações de conteúdo. E a gente não necessariamente precisa checar o que a ferramenta deles aponta. A gente pode checar o que a gente quiser que estiver dentro do Facebook. A gente não está restrito aos conteúdos que eles apontam, por exemplo. Então, eu acho que isso não é um problema para a gente. Acho que, como a gente segue os princípios da IFCN, a gente busca sempre ter o máximo de isenção possível e checar todos os lados que aparecem. É lógico que se tem um lado que aparece dez vezes mais, a gente não vai igualar ele a um lado que aparece uma vez só. Porque ele aparece muito mais. Então, ele vai ser mais checado com o tempo. Mas isso é uma consequência do volume de desinformação que está circulando ou sendo disseminado por um dos polos. Não é uma decisão editorial nossa ou política nossa. A gente checa sempre todos os lados possíveis. E tenta que esclarecer o máximo que dá de coisas. Então, não existe interferência, não existe nenhum tipo de interferência ou determinação política em relação ao que a gente checa. A gente é totalmente livre disso mesmo. Eu acho que nem por parte da Meta, nem por parte de outras empresas, nem por parte de partidos, nada disso. A gente faz o trabalho mesmo que a gente acha que deve fazer. A gente é bem livre para fazer isso.

## Entrevista 4

### Pesquisadora

Tanto no conteúdo que você produziu, quanto em outros, não é citada a origem da desinformação, se ela foi humana ou se ela foi robótica. É citada apenas a plataforma onde circulou a desinformação, mas não a origem, se o processo foi indicado por humanos ou por robôs. Por que que isso não é levado em consideração?

### Entrevistado 4

Olha, eu vou dividir a resposta um pouquinho em duas partes, tá? No caso daquela checagem que eu fiz, a origem da desinformação naquele texto específico eram os programas eleitorais dos candidatos. As propagandas eleitorais estavam sendo veiculadas no horário eleitoral gratuito. Mas, em outros casos, como você falou, geralmente nas checagens, em geral, os veículos usam aquele formato, essa desinformação circulou na rede social, no Facebook, no Twitter, no Instagram, etc. E a gente não fala necessariamente da origem. Existe uma dificuldade que permanece hoje, que existe desde o começo, que é, muitas vezes, você identificar a origem da desinformação. E essa dificuldade da origem... Assim, tem casos que você consegue identificar a origem no sentido assim, quando é um vídeo de uma pessoa falando, mesmo que você não tenha certeza de que ela tenha criado aquela desinformação, mas você consegue identificar claramente que ela, pelo menos, está veiculando aquela desinformação. Mas quando não tem claramente uma pessoa aparecendo e falando, ou uma voz que você consegue identificar como sendo de alguém conhecido, existe essa dificuldade, realmente, de você identificar a origem, onde aquilo começou, quem criou aquele conteúdo, ou aquela tese, enfim, aquela ligação desinformativa.

E aí, na sua pergunta, tem uma outra camada, que é a questão de ser de origem humana ou não. Na época da pandemia, e aí se eu for falar de memória, eu não tenho memória de que essa questão da origem da desinformação, ser humana ou não, seja uma coisa presente naquele momento. Acho que é uma coisa que a gente está vivendo mais agora, muito por conta da evolução da inteligência artificial. Vou usar o termo inteligência artificial de forma genérica aqui, para referir a isso. Tem outras coisas, mas naquele momento aquilo não era muito presente, pelo menos na minha memória, eu não consigo lembrar de nada naquele momento que apontasse

para isso. Então, naquele momento da pandemia, pelo menos no começo, 2020, 2021, não era algo presente para a gente. Isso é uma coisa que a gente passou a enfrentar, ou pelo menos olhar com mais atenção, eu acho, de 2023 para cá, muito por conta da facilidade de acesso às ferramentas de produção de conteúdo artificial, vamos dizer assim, ou automatizado ou gerado por inteligência artificial.

Só para concluir, naquele momento a gente não tinha essa preocupação, porque isso não era realmente muito presente. Não tinha indicações de que os conteúdos naquele momento não estavam sendo produzidos por humanos, o que não exclui a dificuldade de você identificar a origem do conteúdo também.

### **Pesquisadora**

E também não era uma preocupação mesmo que fosse produzido por humanos, mas circulado por robôs. Porque eu vejo que esse tema de produção, agora com a inteligência artificial, está muito maior, mas eu acho que isso de programar os bots para circular as informações, já era presente.

### **Entrevistado 4**

Sim, isso já era presente, mas a gente também não costumava abordar muito isso nas checagens pelo menos, porque a checagem é um tipo de conteúdo que é muito voltado para você explicar a veracidade daquilo que está sendo dito. A gente não foca tanto isso na origem ou mesmo na forma que aquilo circula, se teve uso de robôs ou não. O máximo que a gente tenta dar ali é a dimensão do quanto aquilo circulou. É o máximo que a gente geralmente chega na checagem. Aí é uma opinião minha. Eu não sei o fundamento teórico por trás disso, quando se criou o formato de checagem, mas para mim isso tem muito a ver também com a necessidade de você fazer aquilo um pouco mais rapidamente, porque a gente sabe que quanto mais rápido você consegue fazer um desmentido, maior é a chance de que aquela ligação falsa não circule tanto.

Pelo menos acho que tem alguns estudos nesse sentido. Isso também não é um assunto muito claro, mas a gente tem algumas indicações nesse sentido. Então, eu acho que também isso acaba influenciando em a gente não ir tão atrás para uma checagem. A gente não ir tão atrás de como aquilo circulou, se teve uso de robôs ou não. Mas a gente sabe... E também tem outra coisa. Identificar o uso de robôs para a

circulação de conteúdo nas redes sociais de forma geral não me parece uma tarefa tão fácil.

Por mais que a gente consiga identificar alguns sinais, por exemplo, você vê que às vezes... No Twitter acho que é o mais fácil, porque tem uma busca ali que funciona um pouquinho melhor. Você consegue ver que às vezes tem muitos perfis que foram criados há pouco tempo, tem aqueles nomes de usuários esquisitos, tem umas fotos esquisitas ou não tem foto, e todos ali falando sobre o mesmo assunto, quase ao mesmo tempo, às vezes com a mesma frase, com a mesma linguagem, mesmo tipo de post. São sinais de que tem algum nível de automatização ali. Mas também é difícil atestar 100 % que aquilo foi ou automatizado, e aí tem uma atuação humana para automatizar esse conteúdo, ou simplesmente gerado já por máquinas.

Hoje acho que teria até essa camada de talvez você ter perfis que já não precisem de um tanto input humano para gerar o conteúdo. Acho que há alguns anos atrás você teria que dar um input humano um pouquinho maior para isso funcionar.

Então, mas enfim, tentando responder mais diretamente assim, eu fiz várias ressalvas aí, porque é um assunto um pouco nebuloso e complexo, mas de fato a questão da presença de robôs na circulação desses conteúdos para a produção de checagens especificamente realmente não era algo que a gente focava de imediato. Talvez você até consiga achar algumas reportagens que falem um pouco disso. Acho que no caso do Os Fatos, que tem aquela sessão chamada Radar, em algumas das reportagens do Radar eu acho que tem algumas menções ao possível uso de automatização. Eu estou falando mais de automatização do que robôs, porque robô talvez a gente já possa pensar que o próprio robô está gerando conteúdo. Eu estou fazendo essa separação que automatização eu entendo como alguém criando uma série de perfis e automatizando aqueles perfis para que eles publiquem constantemente sobre determinado assunto.

### **Pesquisadora**

Então, não era uma preocupação de vocês procurar essa origem, se tinha alguma automatização ou não?

**Entrevistado 4**

Para o formato de checagem em si, não é necessariamente uma preocupação, acho que muito por conta disso que eu te falei. Porque a gente investigar isso, isso exige tempo e a checagem não pode esperar tanto assim. E, por outro lado, nem sempre essa investigação vai levar a uma conclusão, vai levar a algo conclusivo que a gente tenha segurança para publicar. Então, eu acho que isso acaba, por isso que isso acaba ficando um pouco de lado mesmo.

**Pesquisadora**

Você acha que se houvesse tempo, seria um fator importante, ou você acha que é dispensável realmente?

**Entrevistado 4**

Olha, eu acho importante, mas aí eu faria uma separação entre formatos mesmo de conteúdo jornalístico. Porque, insistindo um pouquinho mais nesse ponto realmente, a checagem é um conteúdo que tem que ser feito de forma mais rápida mesmo, para ela não perder a utilidade dela no sentido de conter a disseminação, possivelmente conter a disseminação de desinformação.

E aí tem uma outra dimensão desse negócio que é o como aquela desinformação está circulando. Eu acho super importante investigar isso também. Mas eu acho que é uma tarefa que pode ser feita separadamente em outro momento, justamente porque ela tende a levar tempo.

Mas eu acho que essa é uma fronteira, inclusive, do combate à desinformação que a gente ainda precisa avançar muito. Acho que se você pegar todos os veículos que têm um braço de desinformação, que são especializados em desinformação, principalmente no Brasil, no último ano, ano e meio, todos têm tentado abrir um braço de reportagem, todos têm feito mais reportagens tentando explicar como a desinformação circula, indo além da checagem.

Que é um passo realmente mais complexo, mas é um passo necessário também. Aqui onde trabalho atualmente, a gente tem tentado fazer isso na medida do possível. O nosso foco ainda é a checagem, mas a gente tem publicado algumas reportagens. Recentemente, mesmo em dezembro, a gente publicou uma sobre golpes. A gente tem visto que tem surgido muita desinformação atrelada a golpes

financeiros e tal. A gente publicou uma reportagem sobre isso. Eu acho as duas coisas importantes, fazer a checagem e fazer a investigação de como ela circula, mas essa segunda parte da investigação de como ela circula, ela acaba não acontecendo muito mesmo, porque ela é mais difícil e leva tempo. Acho que é basicamente por isso. Não é por uma questão de a gente não achar relevante. A gente que eu digo, os checadores, que eu consigo observar, acho que todo mundo acha isso importante. Todo mundo consegue pescar uma coisa quando está fazendo uma checagem. Começa a ver que esse assunto ganhou uma importância. Você consegue suspeitar que tem um indício de uma ação coordenada, talvez, para disseminação de uma determinada ligação falsa. Mas investigar isso e comprovar isso ainda é muito difícil.

### **Pesquisadora**

Dos conteúdos que eu analisei, três foram produzidos a partir de uma demanda da parceria com o Facebook. Além dos conteúdos provenientes dessa parceria, quais outros critérios, são usados para selecionar os fatos que são checados?

### **Entrevistado 4**

Então, primeiro a gente tenta... Não vou dizer nem primeiro, as coisas já acontecem meio ao mesmo tempo. Um parâmetro é o assunto mesmo. Se é um assunto atual ou relevante, no sentido de ser algo... Por exemplo, vou tentar fazer uma comparação. A gente vê até hoje... Às vezes aparecem uns posts de terra plana. Entre um posto de terra plana e um posto que fala sobre vacina de Covid, eu vou preferir o de vacina, geralmente. Vai ser muito difícil fazer uma checagem sobre coisa de terra plana. Eu prefiro fazer checagem sobre assuntos que, na nossa visão, podem ter alguma relevância para pessoas de forma geral, para o público de forma geral.

Outro aspecto que a gente tenta medir também de alguma forma é o volume de circulação, nível de compartilhamento, de visualizações. Isso eu ainda acho que é bastante subjetivo. Ninguém tem uma resposta muito clara para isso. Em todos os lugares que eu trabalhei, sempre é uma discussão a partir de qual nível você considera aquilo relevante. Mas você tem alguns fatores. Você pode tentar ver o quanto aquilo foi compartilhado no tempo. Se foi em poucas horas ou de um dia para o outro. Você faz uma comparação mental de outros conteúdos. Se aquilo chegou na casa das

milhares ou dezenas de milhares de compartilhamentos. Não é comum. Geralmente, os conteúdos têm menos compartilhamentos que isso. Isso pensando em plataformas que têm a função de compartilhamento. Mas você pode pensar em visualização de vídeo. Tem outras métricas que a gente pode tentar usar como referência.

E um terceiro critério, que tem a ver um pouco com o primeiro da relevância, mas na verdade talvez tenha a ver com os dois até. Tanto com a relevância do assunto e da circulação. Que é o potencial de dano daquela desinformação. Acho que é algo que a gente leva em conta também. Na desinformação sobre saúde, isso é muito nítido. O potencial de dano é muito claro. Mas também você pode ter um potencial de dano alto. Por exemplo, quando você fala de um benefício do governo que você diz que foi cancelado, por exemplo. As pessoas não vão poder acessar por algum motivo. Ou uma coisa mesmo de difamação. Você acusar alguém de algo que ela não fez. São conteúdos que a gente avalia que tem potencial de dano mais alto. Isso influi na nossa decisão também de escolher. De optar por checar um conteúdo desse e não outro qualquer.

### **Pesquisadora**

E dentro da própria checagem? O que vocês observam? Quais critérios são considerados?

### **Entrevistado 4**

A gente tenta isolar o que é checável e o que não é checável. O que não é checável? Uma opinião não é checável, a gente tenta evitar isso ao máximo. Porque não é nossa função checar opiniões. Então a gente tenta filtrar, vamos dizer assim, alegações. Qualquer conteúdo, um vídeo, uma imagem. O que aquele conteúdo está alegando? Esse conteúdo está alegando que o Bolsa Família foi cancelado, por exemplo. Se o cara falar que o Bolsa Família é horrível ou é uma maravilha a gente não vai checar isso, a gente quer saber se foi cancelado ou não.

Então eu acho que o principal no trabalho de checagem, o principal que eu digo nesse momento, a gente já escolheu o que vai checar então como é que a gente começa a checar? A gente primeiro tenta ver qual é a alegação que pode ser checada. A gente pode formular de uma outra forma que pergunta essa checagem tem que responder. O Bolsa Família foi cancelado ou não? Nesse exemplo hipotético. Então é

uma forma de pensar. Isso ajuda muito a estruturar a checagem também. Você colocar em forma de perguntas e tal. Ajuda a estruturar.

Você pode também ver se teve alguma pessoa conhecida compartilhando aquilo, um agente público, um político e avaliar se isso é algo relevante para ser citado na checagem. Mas o principal realmente é identificar as alegações e identificar dentro daquilo o que pode ser checado. E a partir daí você vai buscar as informações, de preferência junto a fontes que sejam públicas, no sentido de que o usuário possa ver também a mesma fonte que a gente consultou. Então se for algo que estiver online, numa fonte confiável que a gente consiga linkar, a gente prefere. Se não for o caso, a gente entrevista a pessoa e usa como se fosse uma entrevista normal mesmo como qualquer conteúdo jornalístico faz citando a pessoa, quem é, atribuindo a ela a informação.

### **Pesquisadora**

Você falou, por exemplo, que opinião não é checável. Tem algum outro tipo de conteúdo que não é checado de forma alguma?

### **Entrevistado 4**

Olha, de forma alguma não sei se é muito... Mas, por exemplo, conteúdo que é satírico, conteúdo de humor a gente, a não ser que a gente identifique, por exemplo nos comentários do post que as pessoas estão encarando aquilo como verdade, a gente dificilmente faria uma checagem de um conteúdo humorístico. É muito raro a gente fazer. E mesmo quando a gente faz, a gente checa no sentido de falar tipo, olha, isso é um conteúdo de humor. As pessoas estão acreditando, mas é um conteúdo de humor vem de um canal de humor. Você também tenta ver o histórico de quem criou aquele conteúdo e identificar que é um canal de humor, de uma coisa ficcional. Não teria porque a gente considerar como desinformação. De cara, são as duas coisas que eu lembro mais que a gente realmente não checa, que é a opinião e conteúdo de humor.

Isso é até uma reclamação também, que às vezes acontece. A gente checa uma pessoa e a pessoa fala, ah, isso é um meme e tal mas é meio que uma desculpa, às vezes, para disseminar a desinformação. É um pouco difícil mesmo. Por isso que

a gente foca muito nessa coisa da alegação porque também é uma forma de a gente conseguir fazer esse filtro, separar uma coisa da outra.

### **Pesquisadora**

No caso, por exemplo, da checagem de fatos, principalmente da Lupa e Aos Fatos que se dizem agências que não são atreladas a nenhum padrão comercial, são agências independentes. Mas, por exemplo, existe uma parceria com o Facebook, por exemplo. Então, você acha que tem algum fator comercial que pode cercear essas escolhas?

### **Entrevistado 4**

Olha, eu posso falar só sobre a minha experiência, sobre o que eu já vivi nos lugares que eu trabalhei. Eu nunca trabalhei na Lupa, mas não me parece, até pelas coisas que eles publicam, que eles passem por algum tipo de cerceamento ou se eles passam, eles parecem não ceder a isso.

E, no Aos Fatos, eu posso atestar que, pelo menos no período que eu estive lá, a gente não sofreu, não chegou a mim, pelo menos nada, nenhum tipo de cerceamento, se é que houve. E, se houve também, nunca foi algo que impactou no trabalho, assim, porque, no caso das reportagens dessa outra sessão que eu falei do radar, são reportagens muitas vezes críticas às plataformas. Eles publicam muita coisa que é crítica à própria Meta, que realmente é uma parceira e financia grande parte das atividades. Não sei a conta certa, mas realmente essa parceria existe, ela é pública e ela realmente é importante para o financiamento desses veículos.

A agência onde eu trabalho atualmente é parceira da Meta também, a gente faz parte do programa de checagem de fatos da Meta. Então, eu nunca tive conhecimento de nenhum tipo de tentativa de cercear e nunca vi ninguém ceder a nada, deixar de publicar alguma coisa por conta dessa parceria ou de outra parceria qualquer. Eu realmente presenciei uma independência bastante grande. Mesmo com a existência dessa parceria, nunca vi isso influenciar na decisão de publicar ou não uma reportagem.

**Pesquisadora**

Depois que é realizada essa verificação e é publicada, há algum tipo de avaliação pelo próprio verificador daquilo que foi publicado ou pela equipe toda da agência? Tanto do conteúdo que foi publicado quanto da repercussão daquilo.

**Entrevistado 4**

Quando falo em avaliação, eu tento pensar em quais parâmetros seriam avaliados. Eu não sei se você está pensando em alguma coisa mais específica, só para entender qual seria essa avaliação.

**Pesquisadora**

Se o conteúdo publicado foi relevante, se teve compartilhamento, se chegou algum tipo de crítica, ou se depois que publicou perceberam que podia ter pesquisado mais sobre isso, visto uma outra coisa. Nenhum critério específico, mas essa avaliação geral.

**Entrevistado 4**

Acho que é uma coisa permanente de praticamente qualquer redação. Como eu estava falando lá no começo, no caso da checagem, não é que a gente faça correndo, mas a gente tem que ter uma certa agilidade na publicação daquele conteúdo. Pode acontecer sim. Você publica o conteúdo e ele está factualmente correto, tudo certo, porque ele foi apurado, revisado, editado. É comum que passe pelo filtro de mais duas pessoas, além do próprio repórter, antes da publicação. Tem um rigor grande antes daquilo ser publicado. Mas tem outras questões mais técnicas ou de linguagem, vamos dizer assim, que sim, são avaliadas depois da publicação, como você exemplificou.

A gente sempre está olhando e tentando melhorar aquilo que a gente está fazendo. Então, a gente olha uma checagem e fala que isso aqui ficou um pouco confuso, ou esse texto está muito grande, não precisava ser tão grande, ou usar um outro recurso de linguagem, de imagem, por exemplo, de foto ou vídeo para contribuir para aquele conteúdo, ou isso simplificar uma explicação, ver se aquilo pode ser comunicado de uma forma mais direta e mais clara para um público mais geral, não

ficar tanto, às vezes, em uso de jargões ou só repetindo o que um especialista disse, tentar realmente dar uma traduzida naquilo. Ou até mesmo de escolha de temas, olhar e falar, talvez esse tema já não seja mais tão importante, vamos focar em outros assuntos.

No caso da Lupa e do Aos Fatos, por exemplo, com certeza tem uma análise também de audiência, de quantas pessoas leram, quanto tempo aquelas pessoas ficaram naquele link, e por aí vai. E eu acho que em alguns casos tem uma avaliação mais subjetiva de impacto mesmo, mas que é mais difícil, se aquela desinformação foi realmente contida ou não, se teve algum outro tipo de consequência, mas todas essas avaliações são meio permanentes, vamos dizer assim, isso é um processo contínuo, principalmente nessa parte, vamos dizer assim, mais técnica mesmo da produção e publicação do conteúdo, isso é muito permanente, a gente sempre está olhando e revendo e relendo e pensando se é necessário fazer aquilo de outra forma.

### **Pesquisadora**

Há algum momento em que acontece um seminário talvez de avaliação, algum momento específico para repensar algumas maneiras de fazer ou é só cotidiano?

### **Entrevistado 4**

Eu acho que um momento específico, até na minha experiência eu nunca tive isso, um momento específico, vamos dizer assim, todo ano a gente vai fazer uma reunião, eu nunca tive isso, por exemplo, mesmo hoje, eu sou editor, eu tenho uma equipe, eu não tenho isso como um processo fixo, vamos dizer assim, é um processo realmente contínuo e no caso dos selos, por exemplo, eu acho que essa revisão dos selos vem muito da experiência cotidiana mesmo, de a gente observar tipo, olha, isso aqui já não está muito cabendo muito, não está dando muito certo, já não está sendo muito útil para a gente, a gente tem que repensar em como fazer isso aqui.

E aí, claro, essa parte já não é de um dia para o outro, realmente todo mundo vai sentar e conversar e discutir como é que a gente pode, né? Quais são outras opções de selo que a gente poderia usar, por exemplo, aqui mesmo, onde trabalho atualmente a gente passou, eu não lembro agora quando foi, mas foi ano passado, agora em 2023, que a gente adicionou o selo mídia sintética para conteúdos gerados,

que a gente conseguiu identificar que são gerados por inteligência artificial ou que tem uso de inteligência artificial. Foi uma mudança.

Mas eu acho que não é uma coisa periódica, periódica no sentido de ser fixa, sei lá, todo ano ou duas vezes por ano. Algumas redações têm avaliações de performance, vamos dizer assim, mas é a avaliação das pessoas, não é de processos também. Quer dizer, também acaba sendo de processos, mas não é o foco.

Falando da minha experiência, onde eu estou hoje no lugar que eu trabalhei. Eu nunca vi isso ser feito de uma forma fixa, sei lá, em todo mês de março a gente vai fazer uma reunião para conversar sobre tudo isso, mas esses momentos acontecem, acho que à medida que existe uma percepção e aí pode ser de um chefe, de um gestor ou de um repórter que aponta, aí você fala, olha, isso aqui já não está muito bom, isso aqui a gente está tendo dificuldade, então, assim, à medida que essas percepções vão, talvez, se acumulando, chega um momento que é iniciado um processo para rever algumas coisas dessa forma de fazer.

### **Pesquisadora**

Você acha que a sua prática de checar fatos promoveu alguma mudança nas suas ideias ou formas de agir, ajudou a modificar sua forma de pensar, a evoluir de alguma forma? Profissionalmente ou como pessoa?

### **Entrevistado 4**

Eu vou focar mais na parte profissional, mas eu acho que mudou, sim, porque eu acho que enfim, é uma coisa muito pessoal, mas eu acho que a forma que como as checagens são feitas, e essa necessidade de você ter um veredito sobre a informação, até o termo que a gente usa na Reuters é esse veredito para os selos, isso te obriga a ser muito mais cauteloso e rigoroso na apuração das informações.

Não que no jornalismo em geral os colegas não sejam, eu queria deixar isso claro também, mas acho que isso faz a gente olhar realmente para as coisas de outra forma, porque principalmente se você pensa, eu já fui repórter de política, então, muitas vezes você tem uma urgência ali para publicar algumas coisas e você acaba reproduzindo muito declarações de pessoas, que a gente chama no jornalismo declaratório, eu acho que hoje em dia existe uma cautela um pouco maior em relação a isso, acho que houve um aprendizado em relação a isso, não sei o quanto de

influência tem de checagem nisso, mas acho que foi se construindo essa percepção de que só a reprodução disso não é suficiente, isso tem muito a ver com o governo Bolsonaro também, não só o Bolsonaro, mas acho que os políticos de forma geral por conseguirem se comunicar diretamente com as pessoas, isso criou uma cautela maior também nessa questão da reprodução de declarações e tal.

Então, mas acho que a checagem trouxe isso para mim sim, esse olhar mais crítico mesmo, mais ponderado em relação a algumas coisas, principalmente nessa parte de declarações de pessoas públicas e, por outro lado, essa observação constante que a gente faz do que está circulando nas redes, acho que também começa a criar na gente um olho mais treinado para identificar o comportamento de narrativas, vamos dizer assim tanto narrativas que são falsas, que usam desinformação, quanto que não são, mas que tem uma influência para o debate público de alguma forma.

Então, você começa a identificar melhor o comportamento dos atores, que tipo de linguagem que eles usam, uma certa sincronia para fazer um assunto ganhar destaque e eu acho que várias dessas coisas são legítimas até, depende muito da forma como você faz, do nível de transparência que aquilo tem, principalmente se você está se quem está fazendo isso está mentindo ou não, que aí isso muda tudo de figura.

Não é tanto a checagem, mas é o trabalho de monitorar possível desinformação, acho que traz esse olhar, acaba construindo esse olhar mais crítico de ver como é que qual tipo de linguagem usada, qual o intuito daquilo de provocar, às vezes, a gente sabe que a desinformação ela é muito impulsionada pela emoção das pessoa, então os conteúdos de desinformação apelam muito para o ódio, para o medo para o nojo para a surpresa, para sentimentos que vão provocar uma reação imediata nas pessoas então você começa a ver que algumas figuras alguns temas são associados a essas emoções para fazer as pessoas compartilharem conteúdos falsos sobre aquele assunto, aquela pessoa e eu acho que isso é uma coisa que trabalhar no combate à desinformação desenvolve esse olhar mais crítico para comunicação de forma geral.

**Pesquisadora**

E você acha que o trabalho de checar fatos também já permitiu ou permite que você repense a sua atividade profissional, sua atividade como jornalista e proponha novas formas de atuação?

**Entrevistado 4**

Sim, sim, acho que vai um pouco na linha do que eu falei nessa última resposta, mas só tentando desenvolver um pouco mais em cima dessa pergunta mais específica, eu acho que a gente, pensando em novas formas de fazer, acho que eu gostaria eu gostaria de ver mais reportagens investigações justamente sobre o comportamento dessas narrativas ou, tentando falar de uma forma mais clara, tentar entender melhor como a desinformação ou uma tese ou alguma coisa assim se espalha pelas redes quem são os atores, como ser organizado, isso acho que é uma coisa que a gente ainda não conseguiu avançar muito porque realmente é muito difícil, eu não consigo imaginar alguém que cria desinformação abrindo sua casa, seu escritório, falando assim: "é aqui que eu crio todas essas montagens". Ninguém vai fazer isso. Mas tem um documentário, acho que é o Extremistas, da Globo Play, eles conseguiram acesso a uma fonte, não mostra a cara, obviamente, mas que fala um pouco dessa produção de conteúdos para atacar adversários políticos, por exemplo.

Então é isso, eu acho que falta também uma abordagem mais contextual. A checagem ela é um formato importante mas ela tem muitas limitações e são limitações que são da natureza do formato. Estou falando isso no sentido de que eu acho difícil fazer de outro jeito. Para você fazer um formato um conteúdo jornalístico que fale que aquilo é verdadeiro ou falso ou enganoso, ele vai ser mais engessado mesmo. Acho que não tem muito como fugir disso, mas acho que você pode ter outras abordagens no sentido assim de você explicar porque aquela desinformação está circulando naquele momento.

Se você tentar pensar num exemplo, a desinformação ela acompanha muito o ciclo noticioso. Se tem a aprovação da reforma tributária, é quase impossível não ter uma fake news sobre reforma tributária no mesmo momento que aquilo está aparecendo na imprensa. Você consegue ver claramente que tem uma dimensão política ali muito forte na circulação da desinformação. Eu acho que a gente ainda não aborda isso como deveria, porque aí já cai num campo mais analítico, vamos dizer

assim, talvez os jornalistas e os veículos ainda não se sintam tão à vontade para abordar. Porque acho que já entra uma coisa mais subjetiva no ideal de jornalismo que a gente ainda tem hoje, de isenção ou de imparcialidade, fica uma sensação de que as duas coisas não casam muito, mas eu acho que para quem consome informação, acho que isso poderia ser valioso: conseguir encontrar uma forma melhor de explicar porque a desinformação circula daquela forma e com aquela linguagem e sobre aquele assunto.

A minha impressão é que essas coisas não são por acaso. Eu acho que a gente poderia investir mais nisso. Não acho uma tarefa fácil, tanto que a gente não vê tanto isso ainda hoje em dia, mas acho que algumas tentativas. Como eu falei lá atrás, você vê os veículos especializados em checagem já fazendo mais reportagens, mais investigações. Já é um esforço nesse sentido de tentar explicar, hoje em dia, mais como a desinformação funciona e não só fazer a checagem o que é falso e o que não é.

### **Pesquisadora**

De alguma forma você já propôs alguma modificação nos lugares que você passou e, caso sim, como é que foi a receptividade na empresa, principalmente agora como editor, talvez tenha mais chance de fazer isso do que apenas como reporter.

### **Entrevistado 4**

As coisas que eu já propus acabam sendo nessa linha de tentar investigar um pouquinho mais ou explicar um pouco mais. Em geral a recepção até é boa, só que a gente encontra outros obstáculos de ordem mais prática. Você tem equipes enxutas, não tem tanta gente para fazer aquele trabalho, falta tempo, falta gente e você tem. às vezes, outras demandas para atender, seja de volume de conteúdo, ou seja, de urgência para fazer um determinado trabalho, então tudo isso acaba influenciando. Acho que é menos uma questão de vontade ou de apoio. São mais questões estruturais mesmo.

Se eu quisesse fazer uma checagem em vídeo, eu teria que desenvolver talvez até um formato novo de vídeo para fazer aquilo, isso leva tempo. Eu vou ter que trabalhar com pessoas que entendem dessa linguagem, às vezes, numa redação menor, ainda não vai ter isso. Então você vai ter que ir atrás de alguém, mas aí talvez

você não tenha dinheiro para contratar aquela pessoa naquele momento. E até em redações grandes você pode passar por isso também, não é só uma coisa das redações menores.

Eu trabalhei na Uol, sempre teve uma área de vídeo, mas os caras tinham outras demandas para atender. A gente até produziu uns vídeos na época que eu trabalhei lá que são usados até hoje. "Cinco dicas para você não cair em fake news". Esses vídeos estão sendo usados nas checagens até hoje. A intenção era justamente criar um vídeo que pudesse ser meio de cauda longa, pudesse ser usado quase indefinidamente.

Mas não é sempre que a gente consegue fazer isso e é mais por conta realmente dessas outras limitações. Não é uma questão de recepção no sentido de não querer fazer isso. Aqui, a gente faz na medida do possível, porque a gente tem outras demandas que são prioritárias, que são consideradas prioritárias, então nem sempre a gente vai conseguir fazer. Mas não é por porque alguém disse não para a gente, mas realmente porque nem sempre dá.

### **Pesquisadora**

Tem mais alguma coisa que você quer acrescentar que eu não perguntei mesmo se você acha importante?

### **Entrevistado 4**

A única coisa que eu acrescentaria, talvez, é que, às vezes, é difícil realmente para o jornalista que está na redação, no dia a dia, realmente ter um momento de parar e refletir mais sobre isso. Acho que essas reflexões acontecem pontualmente, a todo momento. Por exemplo, aquela pergunta que você fez sobre a avaliação do conteúdo publicado, a gente faz o tempo todo isso. A gente está sempre vendo, mas daí a transformar isso numa massa crítica para você realmente redefinir um processo ou criar uma coisa nova, já é realmente mais difícil e eu acho que isso não tem tanto a ver com os jornalistas.

Existe uma certa imagem, às vezes, de que o jornalista de redação não pensa tanto sobre essas coisas. Eu não sei se isso é tão verdadeiro. Talvez a pessoa realmente só não tenha tempo de estruturar e colocar aquilo em prática. Vai muito do perfil também de cada um. Tem gente que gosta mesmo de só meter a mão na massa

e fazer e tudo bem. Acho que cada um tem um perfil, também não acho isso um problema. Acho que ter esse espaço nas redações seria bom também.

### **Pesquisadora**

Você acha que teve algum diferencial na checagem de fatos no período da pandemia?

### **Entrevistado 4**

Como era tudo muito novo, tinha muita coisa que era muito difícil de checar, porque realmente não tinha uma resposta para aquilo. Eram coisas que estavam sendo estudadas ainda. Você ligava para um especialista, para um infectologista, para alguém da área de ciência, saúde, e, às vezes, a pessoa não podia te responder, porque ela realmente não tinha o que responder naquele momento. Então foi um momento que a abordagem tinha que ser muito mais contextual do que no sentido de a gente cravar isso não é verdade, a gente tinha que ponderar, lidar com muitas coisas que estavam em aberto ainda, que para a formato de checagem é muito difícil. Então acho que essa é a única coisa que eu destacaria mesmo.

### **Pesquisadora**

Teve algum ensinamento que ficou além desse? Teve alguma coisa que passível de aproveitamento nesse período de pandemia?

### **Entrevistado 4**

Eu acho que isso mesmo. Lidar com um momento em que existe muita coisa em aberto, não tem tanta um fato tão concreto. Mas, ao mesmo tempo, você tem desinformação circulando, muito boato. A gente tem que lidar com um ambiente, como é que eu vou dizer, que está em constante mudança, em constante evolução, até como você adapta a sua linguagem para isso, como é que você mantém o rigor no conteúdo que você está publicando num momento como esse. E eu acho que, em geral, os checadores conseguiram contornar bem essas dificuldades.

É muito comum, nos veículos jornalísticos em geral, você ver essas matérias: "O que se sabe sobre tal coisa". Porque é isso, você tem que falar o que você sabe, não adianta você cravar uma coisa ali que ainda não está confirmada, que não tem

um embasamento para valer sobre aquilo. É isso, a gente vai evoluindo conforme as necessidades. Esse período da pandemia, acho que foi um período que provocou realmente essa evolução, nesse sentido de ter que aprender a lidar com coisas que a gente não vai conseguir necessariamente atestar com um selo talvez, a gente vai ter que procurar outra forma de falar sobre aquilo.

## Entrevista 5

### Pesquisadora

De maneira geral, eu percebi que não é citada a origem da desinformação nos conteúdos. Por origem, eu quero dizer se houve a atuação de bots ou não, ou na circulação desse conteúdo desinformativo. Por que que isso acontece?

### Entrevistado 5

Na verdade, isso é uma questão que está mais ligada a uma dificuldade de apuração, porque é o seguinte, as metodologias que existem para verificar se uma conta é ou não um robô, elas não são precisas o suficiente. Eu acho que um veículo jornalístico tem uma responsabilidade com a informação e tem uma política de erro que tem que ser muito clara. E isso, numa agência de checagem, eu acho que é multiplicada por mil. Porque, como a gente está efetivamente verificando o que é verdade ou não, a gente tem que ter uma preocupação com o erro muito grande, muito maior ainda. Então, somado que as metodologias de determinar se alguma coisa é robô ou não são muito, muito... Umas são melhores que as outras, mas, no geral, nenhuma delas consegue cravar com certeza. Então, a nossa política é, se a gente não consegue cravar com certeza, a gente não pode dizer. É basicamente por isso que a gente não fala sobre esses aspectos de circulação, se foi compartilhado por bot.

Durante a apuração, a gente geralmente tem uma noção geral se aquilo está circulando de forma orgânica ou se está rolando de uma maneira mais artificial. Mas isso acaba sendo uma coisa que não entra no texto de uma maneira taxativa por causa disso. Às vezes, quando a gente percebe que está rolando, algumas contas, a gente registra que apresentam comportamento inautêntico, que é um termo que algumas plataformas usam. Inclusive, por exemplo, a Meta usa comportamento inautêntico como um critério para banir determinadas contas, porque é uma coisa que é proibida pelas plataformas. Em alguns momentos, a gente consegue determinar que algumas contas têm comportamento que parece ser inautêntico, mas não consegue ser taxativo por causa disso. Então, se você não consegue ter certeza absoluta, você não pode dizer. Essa é a nossa política. Não sei se deu para entender.

**Pesquisadora**

Então, assim, na verdade, quando vocês fazem a apuração, vocês observam isso, mas nem sempre está no texto final, porque não dá para dar a 100 % de certeza.

**Entrevistado 5**

É, é exato. Eventualmente, a gente até consegue perceber, durante a apuração, mas, como não dá para ter certeza, a gente não coloca.

**Pesquisadora**

Então, vocês acham que isso é um fator importante? E por que seria? Qual seria a relevância disso?

**Entrevistado 5**

Eu acho que isso é importante para perceber a dinâmica da desinformação nas redes. Se é uma coisa que está acontecendo de uma maneira orgânica. É muito diferente uma coisa que viraliza de maneira orgânica do que uma coisa que foi mobilizada, pode ter sido por campanha política, não necessariamente ligada a um político específico, mas ligada a um movimento político, ligada a uma vertente. Então, nesse aspecto, sim, é muito importante, tanto que sempre que a gente consegue determinar se foi comportamento inautêntico ou não, a gente diz, ou quando a gente tem algum documento para embasar. Eu estou falando sem estar com os links aqui, mas eu acho que a gente já fez algumas matérias com base num documento da Meta que falava sobre comportamento inautêntico. E aí, nesse caso, a gente conseguiu cravar: é, é isso.

Teve até uma matéria que a gente fez, deixa eu ver se eu consigo, só para poder dar um exemplo melhor. Que é um componente muito importante, né? A gente tem uma matéria que é sobre uma rede de perfis de fofoca. E aí, nessa matéria, não fui eu que fiz esse texto, mas que eu me lembre, a gente analisa e mostra que os conteúdos são publicados, eram publicados, por páginas diferentes, nos horários que eram muito similares. Então, por exemplo, uma página publicava às 8h31, as outras páginas davam, todas. às 8h32. E aí, isso é apontado como um indicativo de que o conteúdo não circulou de uma maneira orgânica entre essas páginas. É um

comportamento inautêntico, no sentido de que todas elas estão coordenadas para publicar ao mesmo tempo. Então, isso não necessariamente é um caso de robô; não necessariamente foi um robô que compartilhou essa informação. Podia ser uma coisa que estava agendada para acontecer, por humanos e tal, mas é uma coisa que dá uma visão diferente sobre o conteúdo que está circulando.

É que eu não posso falar com muita propriedade, porque o Aos Fatos tem dois braços. Tem o braço do editorial, que é esse braço que faz o trabalho mais tradicional de desmentir peças de desinformação, fake de Facebook, que faz checagem de declaração de político. E a gente tem o braço do radar, que é uma área do Aos Fatos que analisa movimento de rede, basicamente. Então, se você quiser, eu acho que seria até interessante conversar um pouco com a repórter do radar, porque nesse ponto de bot, de comportamento inautêntico, ela ia saber ajudar mais do que eu, que eu estou no editorial desde que eu entrei.

### **Pesquisadora**

Alguns dos conteúdos que eu analisei, foram lá selecionados a partir da parceria com a Meta. Além dos conteúdos selecionados pela parceria, quais outros critérios são utilizados? Eu sei que lá na metodologia, vocês explicam um pouquinho, mas o que vocês olhavam e falavam, principalmente no período da pandemia: isso é checável.

### **Entrevistado 5**

Então, eu acho que os critérios de seleção, mesmo que as agências de checagem operem de uma maneira um pouquinho diferente dos veículos tradicionais de jornalismo *hard news*, acho que os critérios acabam sendo bem parecidos quando você vai lidar com coisas *online*. Então, considerando que é a pandemia especificamente, eu acho que o principal era potencial de gerar dano para a saúde das pessoas. Eu vou pegar uma que viralizou, de que a vacina causava HIV, infectava as pessoas com o vírus do HIV. Essa desinformação tem potencial de gerar dano para a saúde pública, que é muito grande. Por quê? Porque a gente está no começo de uma campanha de vacinação, existe um movimento contrário à vacinação e é muito importante que as pessoas sejam imunizadas para que a pandemia acabe. Então, a gente vai desmentir essa desinformação.

Mas aí, dentro disso, acho que tem outros critérios que têm que ser considerados, e um deles é viralização. Se uma peça está muito pequena, você pode correr o risco... Por exemplo, ela está circulando em *post* no Telegram. E ela está muito pequena. Ela está num grupo de 200 pessoas. Ela é importante, mas ela está num grupo de 200 pessoas no Telegram e ela não está em outras redes. Se você desmente, pelo menos essa é uma percepção nossa, se você desmente, você acaba tirando ela desse nicho em que ela está circulando. E você amplia. Então, tem que ter um cuidado de equilibrar as coisas: essa peça é importante, ela tem uma certa viralização, ela pode impactar as pessoas de alguma maneira. Então, eu vou desmentir ela para poder conter os danos. Ou eu vou esperar um pouco para ver se o potencial dela, de fato, vai se confirmar, se ela vai sair desse nicho, se ela vai para outros lugares. Porque, daí, eu não vou correr o risco de amplificar uma mentira que, às vezes, está circulando que é só um nicho muito específico de pessoas que estão acreditando. Aí, tem outras coisas. Tem os critérios de noticiabilidade, que a gente tem que prestar atenção.

Nesse caso do HIV que eu citei, que foi bem impactante na época, porque o próprio Bolsonaro compartilhou em uma live. Ele mostrou um *print* e tal. Isso acaba aumentando muito a viralização, porque os apoiadores do presidente, na época, começaram a compartilhar muito. A gente desmentiu mais de uma peça de desinformação sobre isso. Então, assim, um político influente compartilhou, está viral, tem potencial de viralizar muito. É muito danosa para a saúde. Então, é esse tipo de coisa que a gente levava em consideração. Tinha peças que não eram tão perigosas. Eu acho que tudo que mexe com saúde e que usa mentira é perigoso.

Mas, por exemplo, lembro de uma que foi muito viral e que a gente desmentiu, que era que vacina magnetizava o corpo. E as pessoas colocavam moeda no braço: "olha só, meu braço está magnetizado e foi do lado que eu tomei vacina". É uma coisa idiota, mas estava muito viral. E tem muitas pessoas que ficaram com medo. "Ai meu Deus, eu virei um ímã. Eu não vou tomar vacina". Tem esse lado, também, que, às vezes, para a gente pode parecer muito bobo, mas que tem muita gente que acredita. Então, viralização também é uma coisa a ser levada em consideração nesses casos. Acho que esses são, considerando saúde, os critérios maiores.

**Pesquisadora**

Tem alguma outra coisa importante em conteúdos gerais sem ser da pandemia que vocês observam também?

**Entrevistado 5**

Olha, eu acho que o que baliza mais é isso. Eu só acho que, de uma maneira geral, a gente também leva em consideração conteúdos que vão impactar a vida das pessoas. De alguma maneira. Não necessariamente é uma coisa danosa. Mas que vai impactar as pessoas de alguma maneira. Tem umas que são mais serviço, por exemplo. O Banco Central não passou a taxar PIX em janeiro de 2024. Não é uma coisa que é danosa para a sua saúde. Não é uma coisa que te traz perigo de vida. Mas é uma coisa que vai impactar na vida da maioria das pessoas. Porque, todo mundo usa PIX. As pessoas começaram a mentir que o PIX já começou a ser taxado desde o dia 6 de janeiro. E estava muito viral e tinha muita gente acreditando. E aí, a gente foi lá e desmentiu.

Então, acho que, assim, coisas que têm potencial de impactar a vida das pessoas. Conteúdos que são muito virais. Conteúdos que estão bem ligados com a pauta do dia. Por exemplo, faz mais ou menos um ano que o governo Lula decretou estado de emergência em saúde no território Yanomami, por conta de todos os problemas: garimpo, desnutrição. Tudo aquilo que a gente viu no ano passado, aquelas mais horríveis. E aí, ontem, começou a circular um texto que dizia que as mortes, mesmo com estado de emergência de saúde, tinham aumentado em 50%. E essa peça usava dados que estavam desatualizados. Então, existe uma conexão com a pauta do dia. Estava viral. E é importante, considerando o cenário brasileiro. A gente vai desmentir.

Então, acho que são várias coisas assim. São pecinhas que você vai montando. Nunca é um critério só, eu acho. Hoje em dia, a gente já olha e já consegue ver, consegue ter uma noção, eu acho, se uma coisa vai ser viral. Se uma coisa é importante na pauta do dia. Mas, assim, se você está pegando a metodologia, ainda, eu acho que é uma questão de montar as pecinhas e ver o que faz sentido. Acho que é isso. Nunca é um critério só.

### **Pesquisadora**

E na hora de fazer a checagem, o que vocês observam? O que vocês levam em consideração? O que é mais relevante? O que pode ser excluído? Isso na hora de escrever o conteúdo.

### **Entrevistado 5**

Essas de desmentir fakes eu acho que são mais simples porque as outras matérias, nesse caso de matérias que são reportagens analíticas, acho que o que vale para a gente é o que vale para os veículos jornalísticos de maneira geral, os critérios e tal. Na checagem também, né? Mas é que a checagem é um formato muito específico de agência de checagem. Então, o que a gente leva em consideração? Basicamente, a gente trabalha com a alegação do post. Me cita um exemplo de um dos *posts* que você analisou, por favor.

### **Pesquisadora**

Ao anunciar que contraiu Covid-19, o Bolsonaro recorre a informações falsas sobre a pandemia.

### **Entrevistado 5**

Esse aqui foi checagem de declaração mesmo. Nesse caso, acho que é até mais fácil, na verdade. Mas a checagem de declaração, que é bem o trabalho tradicional da agência de checagem, o trabalho raiz, é o seguinte. A gente vai partir da alegação. Então eu vou pegar a primeira aqui, que eu acho que foi a frase que eu mais chequei na minha vida. "O STF decidiu que as medidas de isolamento ou não seriam privativas de governadores e prefeitos. O presidente da República basicamente passou a ser o órgão que repassava recursos para estados e municípios". Então, a gente vai pegar a alegação, a gente tem que, literalmente, checar o que ele disse. Então, o que ele disse? Ele disse que o STF decidiu que só os governadores e os prefeitos teriam direito a decidir sobre medidas de restrição durante a pandemia, e que a decisão do STF dizia, explicitamente, que o presidente da República não podia interferir em medidas de isolamento.

O primeiro passo, basicamente, é uma apuração jornalística mesmo. Ele disse que é uma decisão do STF. Então a gente vai até o STF e vai procurar, no site do

STF, a decisão que ele tá falando. Ele tá falando de uma decisão, acho que é de março de 2020, não lembro certinho, que dizia que os estados e municípios eles tinham... É que, assim, eles decidiam que o Executivo tinha uma função tripartite e que as medidas de isolamento determinadas por governadores e prefeitos não poderiam ser derrubadas pelo presidente da República. A decisão do STF dizia isso, e não necessariamente o que o Bolsonaro disse. Então, agora, a gente vai construir uma argumentação com base nisso e com base em outras coisas também. Porque, por uma checagem de declaração, quanto mais referências você tiver e quanto mais referências você mostrar para o leitor, mais parruda a checagem fica, mais forte ela fica.

Então, o nosso desmentido principal é a alegação. Então, a gente tá falando das decisões... Aí, a gente fala aqui, o presidente se refere a três decisões recentes do STF nas quais a Corte entendeu que estados e municípios têm legitimidade pra decretar medidas de isolamento e que o governo não pode agir pra revertê-las. Mas isso não significa que o presidente está isento de atuar na pandemia.

O primeiro parágrafo da checagem é desmontar o argumento e mostrar por que esse argumento é enganoso. O argumento é enganoso porque ele fez uma interpretação falsa de decisões judiciais. E aí, mais pra baixo, a gente vai dar o contexto, a gente vai falar qual foi a decisão mais recente, dá trechos da decisão, o que a decisão diz. A gente falou que antes tiveram duas decisões monocráticas de outro ministro. E, aí, a gente vai recheiar essa checagem com outras coisas. Vai procurar se os ministros da STF comentaram essas decisões em outras entrevistas, se tem algum outro conteúdo. A gente foi procurar e encontrou; em entrevista pro UOL, a ministra Cármen Lúcia falou que o entendimento era esse, que o presidente não estava isento. O ministro Marco Aurélio também tinha falado na época. E aí, a gente foi dando outros exemplos: apesar da limitação imposta pelo STF, o governo pode sim influenciar diferentes aspectos das políticas sobre Covid. E aí, um exemplo que a gente usa para desmentir é a própria lei que foi sancionada pelo Bolsonaro, que torna o uso de máscara obrigatório e diz que é responsabilidade do Executivo Federal regulamentar o assunto.

Basicamente, a gente parte da alegação, o que a alegação diz, desmonta o argumento enganoso da alegação, mostra para o leitor porque aquele argumento é enganoso e dá o contexto. É basicamente isso. Em muito, eu acho que a apuração é

idêntica de um veículo jornalístico tradicional, numa reportagem, numa matéria, num conteúdo *hard news*, mas acho que a forma de apresentação é diferente também, porque o formato não é muito praticado. Não vou dizer que não existe, porque tem veículos tradicionais que, às vezes, fazem checagem.

### **Pesquisadora**

Você falou que, na reportagem mais geral, mais analítica, são levados em consideração os critérios dos tradicionais. Você podia me ressaltar alguns, por favor? Que você acha importante.

### **Entrevistado 5**

Na verdade, cada braço do Aos Fatos tem um critério, eu acho. Vou dar um exemplo dos "Explicamos". O Explicamos é o braço do Aos Fatos, que, basicamente, são reportagens explicativas sobre coisas que estão na pauta do dia. Então, quando a gente vai determinar o que é que vai pautar o Explicamos, se a gente vai fazer ou não o Explicamos, a gente considera algumas coisas. Tá acontecendo algum evento que gere desinformação? Ou que tenha potencial de gerar desinformação? Porque, por exemplo, às vezes, ainda não está acontecendo uma onda desinformativa sobre determinada questão.

Vou dar um exemplo desse daqui, que ele é bem ligado com a pauta quente da época, "O que está em disputa na abertura do posto de petróleo na bacia da Foz do Rio Amazonas". Não sei se você lembra desse caso, que foi em agosto do ano passado. Tem uma bacia exploratória na Foz do Rio Amazonas e forças políticas começaram a se mobilizar para permitir que a Petrobras tivesse a licença para explorar, para ver se tem viabilidade de exploração de petróleo na região, se tem petróleo e tal, tem toda aquela questão que na Guiana foram descobertos postos de petróleo muito extensos, com muitos recursos e tal. E, aí, as lideranças políticas da região norte começaram a pressionar órgãos ambientais para liberar a licença.

Essa é uma coisa que a gente pegou que a desinformação estava se formando ainda. Não era uma coisa que estava cheia de fake no Facebook sobre o que as pessoas estavam mentindo a rodo. Esse é um tema sensível, ele envolve uma disputa política. Disputa política geralmente envolve desinformação nas redes, então a gente vai trabalhar para criar uma reportagem que responda perguntas que evitem

que as pessoas tenham dúvidas e que essas dúvidas virem desinformação. No caso do "Explicamos", a gente parte muito desse trabalho que é preventivo.

Já em outros, por exemplo, de "Checamos", dessas declarações iguais do Bolsonaro, da entrevista de quando ele anunciou que contraiu o COVID. A gente tinha um trabalho e a gente tem, ainda, hoje em dia com o presidente Lula, que é de monitorar o que os presidentes estão dizendo. Então, o presidente disse uma coisa e eu captei que tem desinformação ou eu acho que tem desinformação, é nosso trabalho verificar e a gente tem que verificar aquilo na hora, porque é o nosso conteúdo quente do dia. Então nesse caso, o nosso critério é: tá acontecendo? Tem desinformação? Vamos desmentir.

Aí, por exemplo, pautas que são mais analíticas, tipo o "Investigamos". O "Investigamos" não necessariamente vai partir de um assunto que está quente no dia. Então, por exemplo, teve uma série, que a gente fez esse ano, uma das nossas repórteres descobriu que grupos ligados a igrejas estavam criando perfis falsos, que fingiam ser grupos pró-aborto, para enganar mulheres que queriam interromper a gestação. Então, teoricamente, não tem uma ligação direta com a pauta do dia. Os outros veículos não estavam pautando nada, não tinha nenhum assunto que estava super em voga, mas esse é um tema muito importante, tem relevância social, é uma coisa que a gente descobriu, tem muita importância e está ligada a desinformação, que é o nosso escopo, nosso escopo é sempre desinformação.

Teve um outro também, que é "Investigamos". No ano passado, a gente deu uma matéria mostrando que, em grupos no Telegram, tinham pessoas vendendo certificados fraudados de vacinação. A gente foi até essas pessoas e falou "olha, eu quero uma vacina fraudada de febre amarela". E o cara conseguiu inserir, no sistema do SUS, uma vacina de febre amarela fraudada. Isso está ligado com o contexto, não necessariamente com a pauta do dia, mas é uma coisa muito importante, impacta política pública e tem desinformação. É a nossa área de cobertura e está acontecendo em redes sociais. É tudo que o Aos Fatos cobre. Então, a gente vai fazer.

Acho que cada matéria, cada braço, tem um tipo de critério diferente, mas, de maneira geral, tudo é pautado por relevância, impacto em política pública, eu acho que é uma coisa que é importante também, não necessariamente está em todas as nossas matérias, mas é uma coisa que baliza os textos. E potencial danoso de gerar desinformação ou, de fato, a atuação desinformativa do negócio. E, na maior parte

das vezes, em quase todas as vezes, coisas que ocorrem em redes sociais. A gente cobre tecnologia, plataformas e desinformação. A gente se baliza a partir daí com base nos critérios jornalísticos. É isso. Assim, tem outros braços, mas acho que esses são os principais.

### **Pesquisadora**

Então, você diria que, o que vai ser checado, com certeza, principalmente na pandemia, seria o que é danoso, o potencial dano para a saúde. Na pandemia, seria isso.

### **Entrevistado 5**

Isso, o potencial danoso para a saúde e que, de alguma maneira, não tá muito no nicho, que tem o potencial de viralizar.

### **Pesquisadora**

E, de maneira geral, seria isso que você tinha me falado. Essa relevância, o impacto em políticas públicas, o potencial danoso também e se ele tá circulando nas redes. Seria o potencial viral dele.

### **Entrevistado 5**

Seria isso. Basicamente isso. Acho que na nossa metodologia está escrito de uma maneira mais bonita, mais completa. Você pode ver, mas eu estou falando mais por experiência mesmo. Mas é, basicamente isso.

### **Pesquisadora**

E o que vocês não vão checar de jeito nenhum? Eu sei que na metodologia tá lá escrito que vocês não checam opinião, por exemplo.

### **Entrevistado 5**

A única coisa que, de maneira alguma, eu posso falar com certeza absoluta, que não vai ser checada, é opinião. A gente não checa opinião, porque a opinião é isso, tem um limiar muito complicado pra você determinar o que é opinião e o que é

um argumento que tá embasado em fatos. Quando a gente tá há muito tempo fazendo determinada coisa, você consegue bater o olho e saber o que é opinião ou não.

Eu vou fazer um exemplo com base em uma frase que a gente tenha classificado como opinativa que é mais pra você ter uma noção. E aí eu vou falar mais com base na minha experiência, porque eu acho que é mais fácil. Aqui, por exemplo, eu peguei uma frase aleatória, eu não peguei uma frase de Covid, mas é porque, se não, ia demorar muito pra encontrar. Bolsonaro falou num dia aleatório, eu pegava absolutamente tudo, eu decupava absolutamente tudo que o Bolsonaro dizia que era checável. Só que eu fazia um trabalho, também, que, às vezes, era pegar algumas frases só pra gente ter uma noção de como é que funcionava o pensamento dele, a linha de raciocínio. Então, eu pegava algumas frases que eu sabia que não eram checáveis, mas pra gente era meio que pra saber o que ele estava pensando.

Então, uma frase que ele falou foi: "uma grande verdade é que o Hugo Chávez foi se tratar em Cuba e morreu". Ele está querendo dizer que o sistema de saúde de Cuba não funciona, que se fosse bom, o Chávez não tinha morrido. O que é que eu vou procurar? O Hugo Chávez se tratou em Cuba? Tá aqui: "morre aos 58 anos o Hugo Chávez. Ele passou por um tratamento em Cuba". Então, factualmente, ele, de fato, foi se tratar em Cuba e morreu. Existe uma segunda camada que é o que ele tá querendo dizer, mas a gente não pode checar o que ele tá querendo dizer, a gente tem que checar o que ele disse. A grande verdade é que ele foi se tratar em Cuba e morreu. Eu não posso checar o que eu acho que ele disse. Mesmo que eu saiba o que ele tá dizendo isso. Então isso não é checável. Isso é opinião.

A gente não pode checar opinião, a gente não pode checar retórica política, porque não é checável mesmo. Não tem como você dar um selo pra uma coisa que não é baseada em fatos. Essa aqui provavelmente foi discutida na época com a minha chefe, e a gente chegou a conclusão de que não era checável: "Pelo que eu tenho conhecimento, posso estar equivocado, não chegou ao meu conhecimento, pelo menos, que tenhamos perdido vidas por falta de leite na UTI, nos respiradores". Isso aqui é muito mais da forma como ele fez a frase. Ele construiu a frase cheio de dedos. "Eu não sei, não tenho certeza, posso estar equivocado". Se ele tivesse dito, "não morreu ninguém por falta de respirador na UTI", essa frase é checável. Agora, ele construiu o argumento de uma maneira assim: " eu não tenho certeza, se alguém souber, me fala, mas eu não vi ninguém". Então, esse tipo de frase não é checável.

Por mais que você queira checar, ele não é checável, porque ele está construído em cima de um alicerce que é muito frágil. Então, factualmente, é muito difícil você desmentir uma coisa assim.

Basicamente, pra você falar que a gente nunca vai desmentir, é isso, a gente nunca vai desmentir opinião. De resto, tudo é passível de ser desmentido, tudo que é factual é passível de ser desmentido. Uma fake pode estar muito pequena um dia, no dia seguinte, pode ser que ela tenha saído do nicho e a gente vai desmentir. Então, não necessariamente uma decisão que a gente tomou hoje vai ser a mesma decisão que a gente vai tomar amanhã. A gente, inclusive, tem esse trabalho de, às vezes, deixar algumas coisas em quarentena para ir acompanhando, para ver se vai render checagem no futuro, uma coisa assim: "olha, tem isso aqui que está rolando, pode ser que vá rolar desinformação, então vamos ficar de olho". Ou "essa desinformação agora está muito pequena, mas vamos olhar pra ver se ela vai crescer". Então é basicamente isso, sim.

### **Pesquisadora**

É um trabalho bem minucioso.

### **Entrevistado 5**

Não é? E é muita conversa, a gente tem que conversar o tempo inteiro, a gente tem muitas reuniões.

### **Pesquisadora**

Depois que o conteúdo foi produzido, há algum tipo de avaliação por quem fez o conteúdo e pela equipe toda? E depois que ele é publicado, tem algum tipo de avaliação? Depois da publicação, depois da repercussão? Como é a avaliação nesses dois momentos?

### **Entrevistado 5**

O repórter produziu, ele fez a matéria, o próximo passo pra ele é liberar para o chefe de reportagem. O chefe de reportagem é o que coordena o trabalho dos repórteres. O chefe de reportagem vai ler o texto e ele vai falar: "factualmente, em

A gente encoraja, e eu estou falando isso, porque eu entrei no Aos Fatos em 2019 como repórter, que os repórteres e os editores conversem sempre, e que os repórteres falem sempre. Então, por exemplo, o repórter fez o texto, só que ele está em dúvida se tem que acrescentar mais alguma coisa, se alguma coisa não está certa, ele vai procurar ajuda. Então, por exemplo, ele vai procurar ajuda do chefe de reportagem, vai chegar (agora é o Luiz que tá como chefe de reportagem): "ô, Luiz, eu estou em dúvida nisso, nisso e nisso. O que você acha? Você acha que faz sentido? Você acha que fica melhor desse jeito?". E o Luiz vai falar: "olha, eu acho que sim". Ou ele vai falar: "olha, vou consultar os editores". A gente está sempre repassando todas as etapas para que não fique nenhuma dúvida nunca. Então, nunca, nunca pode ter dúvida

E isso mesmo em cobertura ao vivo, quem está checando o debate em tempo real. O repórter está com uma dúvida, para tudo, para o que você está fazendo, e tira essa dúvida com alguém. Você pode tirar essa dúvida com o colega de reportagem, com o seu superior, com o chefe de reportagem. A gente tem um editor que conhece muito de economia. Eu estou com uma dúvida de economia, eu vou consultar essa pessoa, porque eu sei que essa pessoa vai poder me ajudar. Se a gente não consegue decidir alguma coisa, você está em dúvida sobre alguma informação, você vai procurar uma fonte. Então, por exemplo, eu estou em dúvida de como a gente vai comparar o crescimento do PIB, você vai procurar um especialista. Então, vai ligar numa universidade, vai perguntar se tem alguém que pode falar com você. A gente acaba fazendo muita fonte com o passar dos anos, pessoas que a gente já sabe que são muito boas para explicar as coisas para checagem. Você vai ligar para a fonte e falar: "olha, não entendi isso, me explica?".

Quando tiver tudo mastigadinho, o texto vai estar pronto. Então, passou pro chefe de reportagem, o chefe de reportagem viu que está certo, vai pra primeira edição. O editor achou que está tudo certo... Enfim, os dois editores vão fazer essa leitura, vão ver se está tudo certo com as informações, se tem mais alguma coisa que dá pra acrescentar. Está tudo ótimo? Beleza, então a gente vai publicar. Não tá tudo ótimo, eu fiquei com alguma dúvida, vai voltar de novo. Então, o texto é exaustivamente trabalhado até o momento em que a gente tem certeza que tá tudo certo. Pode acontecer de a gente errar? Pode. Se a gente errou, em qualquer texto que a gente errou vai ter um erramos. Lá embaixo a gente vai falar: "erramos, esse

conteúdo foi alterado, diferentemente do que foi dito...". A gente vai corrigir a informação. Não existe nenhum texto que a gente publique, que a gente fala: "putz, erramos", e a gente deixa do jeito que está. Então, a gente sempre vai corrigir.

Sobre formato, eu acho que tem, hoje em dia, com o passar dos anos, a gente começou a discutir muito mais essa diversidade de formatos. Então, por exemplo, a gente tem o Luiz que faz quadrinho. Eu ajudo o Luiz também. Esse tema, ele pensa numa pauta, ele fala: "cara, essa pauta, visualmente, essa pauta é muito interessante. Será que eu consigo fazer em quadrinho? Vou fazer essa pauta em quadrinho. Eu tenho tempo pra fazer essa pauta em quadrinho?" Nossa equipe é muito pequena. Então, a gente tem que levar em consideração outras coisas também. "Tenho tempo pra fazer em quadrinho. Então, eu vou propor essa pauta em quadrinhos". A gente vai discutir, a gente vai falar: "massa, vamos fazer". Ou, agora, a gente tem uma equipe de vídeo. Então, coisas que são mais relevantes e que a gente sabe que vão bem em vídeo, a gente já vai pautar o roteiro do vídeo enquanto está fazendo a matéria. O repórter e a responsável pelo vídeo vão trabalhar juntos, ao mesmo tempo, compartilhando informação, coisa de entrevista. Às vezes, por exemplo, eu estou fazendo uma matéria, eu acho que vai ser legal fazer um vídeo. Ou se não, nem pensei nisso. Mas a gente é encorajado a gravar entrevista em vídeo. Porque, vai que a gente resolve fazer um vídeo sobre, já tem material para caso as meninas da equipe de vídeo precisem

Então, assim, isso é uma coisa mais recente, que a gente tem discutido mais, porque tem tentado ampliar os formatos do Aos Fatos. Quadrinhos a gente já faz há mais tempo, mas vídeo é uma coisa bem mais recente. Formato de rede social, essas coisas eu não consigo falar muito, porque são as meninas de redes que trabalham. O trabalho da Aos Fatos é bem... A gente trabalha bem segmentado. Mas é isso. Existe essa preocupação também. Como é que a gente vai fazer esse *post* pro Instagram? Como é que a gente vai trabalhar isso numa thread no X? Então, basicamente é isso. Mas o importante é não sair com dúvida.

### **Pesquisadora**

Agora, vamos supor, um seminário de avaliação da equipe, dos conteúdos produzidos. Acontece isso em algum momento? Há algum tipo de avaliação nesse

sentido, em geral? Paramos e vamos pensar sobre o que fizemos e o que podemos fazer ainda de diferente?

### **Entrevistado 5**

Então, a gente faz isso todo dia, na verdade. Porque, a gente tem as nossas reuniões. Repórteres e editores têm duas reuniões por dia. E a gente tem outras reuniões que são de partes específicas da equipe. Nessas reuniões do dia, a gente tem uma reunião grande, que é agora às onze e pouca da manhã, em que a gente vai discutir a pauta do dia, o que a gente fez, o que a gente vai fazer.

Eu vou falar sobre a agência de checagem, mas eu acho que isso vale para o jornalismo em geral. A gente trabalha com comunicação, né? Então, a gente tem que se comunicar o tempo inteiro. Se comunicar, avaliar o que está fazendo, avaliar o que já fez, avaliar o que vai fazer, se é legal, se vale a pena. É uma coisa que a gente faz todo dia. Então, as ideias surgem aí, basicamente, ou a gente leva a ideia e discute lá. Se a gente tem alguma dúvida, discute na reunião também. Ou, se a pessoa não se sente confortável de falar na reunião, ela pode discutir separadamente com cada um dos editores ou com o chefe de reportagem.

A gente está sempre falando entre si. E aí, como avaliação de profissional, também, a gente faz separadamente em alguns momentos do ano. E a gente faz reuniões presenciais de equipe, quando não tem pandemia, né? No caso, a gente discute, também encontra para se ver, para poder discutir algumas coisas que são mais importantes e tal. Mas é isso, basicamente, a gente se fala todo dia, o dia inteiro.

### **Pesquisadora**

Você acha que, de alguma forma, o seu serviço de verificadora de fatos, promoveu alguma mudança nas suas ideias e nas suas formas de agir? Você vê alguma mudança a partir da sua atuação em você mesma? E se sim, quais foram essas mudanças?

### **Entrevistado 5**

Eu acho que, com certeza. É que é uma coisa complicada, porque eu não consigo muito desvencilhar a minha formação como profissional, o meu crescimento como profissional, da minha atuação na checagem. Porque, eu entrei, eu fui trainee,

eu trabalhei dois anos antes dos AOs fatos e eu entrei nos AOs Fatos, eu era muito novinha. Então, o meu crescimento profissional tá ligado com o meu crescimento nos AOs fatos. Mas eu vou falar basicamente, eu acho que é o seguinte, eu fiquei muito mais cautelosa, acho que como profissional e como pessoa. Porque, hoje em dia, nem tudo necessariamente é o que parece ser. Então, eu não faço as coisas de cabeça, eu não confio na minha memória, eu sei que eu preciso checar absolutamente tudo que eu estou escrevendo, e que eu preciso ter uma preocupação muito grande com o que eu estou apurando.

Eu vou dar um exemplo bobo. Determinado político, eu sei que ele é do DEM do Amapá, nem existe DEM mais, eu sei que ele é do União Brasil do Amapá. Eu vou checar, eu tenho certeza, já fiz 1.300 matérias com ele, eu vou checar. Eu olho uma coisa, eu vejo uma matéria que fala: "estudo, afirma que tal coisa cura tal doença". Se antes eu olhava para isso e eu validava pelo local onde estava sendo publicado, hoje em dia, mesmo assim, eu me questiono, isso é uma coisa muito da pandemia, eu acho. Isso é um pré-print? Esse estudo foi publicado? Ele foi realizado por pares? Em que periódico que ele foi publicado? Como é que esse estudo foi feito? Qual que é a metodologia?

Trabalhar com checagens faz a gente ter muitas dúvidas. Então, eu tenho muito mais dúvidas hoje do que eu tinha antes. Antes eu era uma pessoa que tinha mais certezas. Então, isso é um problema também. Eu acho que jornalista não pode ter tanta certeza assim. A gente tem que ter dúvida e a gente tem que saber perguntar. Mas é basicamente isso. Você tem que ter muitas dúvidas, você não pode ter muita certeza. E não no sentido de que eu não tenho autoestima, eu não confio em mim, eu não confio no que eu construí até agora. Não, é assim. Eu olho e eu sei que nem tudo é absolutamente preto ou branco. Tem as nuances e eu tenho que perceber as nuances, eu preciso me informar mais a fundo pra entender o que aquilo é exatamente.

Um post no Facebook nunca mais foi o mesmo. Eu vou olhar, vou ficar em dúvida, eu vou procurar e eu não vou acreditar em quase nada do que eu vejo. É basicamente isso. Obviamente não é com tudo. Eu não fiquei paranoica, não estou dizendo isso. Mas eu estou falando que sobre questões específicas, eu acho que é isso, que a gente aprende a se questionar muito mais e aprende a ter uma relação com o erro que é muito diferente dos jornais. Eu acho que no jornal, obviamente os

jornais, veículos de imprensa que são tradicionais, são certos, tem uma política de erro muito boa. Mas eu acho que na checagem você para muito mais pra se perguntar e falar: "está tudo certo, eu tenho absoluta segurança e certeza de tudo isso aqui, eu não quero tirar mais nenhuma outra dúvida, eu não quero voltar na fonte, eu não quero falar com o meu editor". Então, a gente aprende que não pode deixar a dúvida passar. E isso eu acho que é muito positivo como jornalista também, porque você vai ter muito mais segurança sobre o que você tá publicando.

### **Pesquisadora**

Você acha que, de alguma forma, a sua atuação como checadora de fato também permitiu que você propusesse novas formas de atuação?

### **Entrevistado 5**

Nossa, isso é uma boa pergunta. Deixa eu olhar pro site pra eu pensar. A gente foi crescendo tão junto com o site que eu não sei se dá para dizer se, particularmente, alguma coisa foi decisão privativa minha, sabia?

### **Pesquisadora**

Pode ser alguma coisa da qual você participou, assim, alguma mudança que você ajudou a sugerir, que você participou como equipe, não precisa ser sozinha.

### **Entrevistado 5**

Coletivamente? Olha, eu acho que as HQs foram muito mais ideia de outro colega do que minhas. É porque, a gente trabalha com jornalismo em quadrinhos fora do Aos Fatos também. Então eu acho que os quadrinhos foram. É uma coisa que dá pra perceber muito que foi mudando ao longo dos últimos anos, a partir da nossa experiência, de coisas que a gente propôs. Mas eu acho que talvez, nesse ponto de formato, o colega é muito mais pioneiro nisso do que eu. Porque, ele tá na Aos fatos desde 2017, desde o começo. Então, a Aos Fatos começou em 2015, eu acho, e em 2017 a gente tinha muito pouco funcionário, e ele foi um desses. Todos esses formatos que foram surgindo com os anos, ele participou. Eu acho que, nesse ponto, ele pode contribuir muito mais do que eu. Eu não consigo lembrar de nada que a gente decidiu numa conversa.

Provavelmente teve muitas mudanças no agregador de declarações do Bolsonaro que foram ideias minhas ou ideias da minha chefe, que trabalhava comigo. A gente trabalhava em duas só. Então eu imagino que teve esse tipo de mudança. Mas, olhando, assim, eu não consigo me lembrar. Eu não lembro de como os explicamos surgiram também. É que os formatos foram mudando. É muito difícil você colocar um ponto de inflexão para as coisas, eu acho. Tipo: "ah, esse formato foi criado aqui nesse dia porque a gente teve essa conversa". Foi tudo muito uma questão de processo. Tipo: "o que a gente precisa para esse momento? Como é que a gente pode adaptar essa matéria aqui que já existe?". E, aí, os formatos foram mudando e, a partir daí, os formatos foram surgindo. Eu não consigo lembrar de nenhuma história específica que possa te ajudar.

#### **Pesquisadora**

Mas ocorreram, né?

#### **Entrevistado 5**

Ocorreram. Ocorreram com certeza. As coisas foram mudando muito no passar dos anos. Eu só não consigo precisar mesmo um ponto de inflexão. Desculpa. Desse ponto, acho que eu não consigo ajudar. Se você for falar com o Luiz, talvez ele te ajude mais nisso. Eu acho que a memória dele para isso é melhor que a minha.

#### **Pesquisadora**

Você acha que o Aos Fatos tem uma boa receptividade para essas mudanças que são sugeridas, para essas novas formas de atuação. Não só novos formatos, mas novas maneiras de apuração, talvez, ou busca por novas fontes, tudo que você puder pensar na área da verificação de fatos.

#### **Entrevistado 5**

Nossa, acho que sim. Acho que muito, inclusive. Na verdade, a gente está sempre buscando maneiras de aprimorar e de deixar nosso trabalho mais fácil. Um exemplo muito fácil de dar são as ferramentas. A gente tem um cientista de dados. E o cientista de dados está sempre procurando formas de fazer o nosso trabalho ficar mais simples. Então, por exemplo, você estava falando de coleta manual de *tweet*.

Muitos anos atrás, em uma época pré-histórica, eu coletava postagem de parlamentar na mão, nas redes sociais. Então, assim, às vezes eu rodava o feed por anos. Eu estava lá desde o começo do mandato do parlamentar para tentar ver se virava uma matéria. Hoje em dia, já tem ferramentas que a gente pode simplesmente exportar numa planilha. O João exporta numa planilha e a gente faz o trabalho de uma maneira muito mais fácil. Ou, se não, tem essa rede nova. Vamos explorar essa rede nova para a gente ver o que está rolando de desinformação, se tem alguma coisa, se tem conteúdo extremista, o que a gente pode fazer. Então, a gente está sempre procurando plataforma nova. A gente está sempre aceitando história nova, está sempre procurando formas diferentes de enxergar redes, as mesmas redes também, ou formas diferentes de encarar redes novas. Eu acho que basicamente é isso.

Em relação ao formato, também, a gente está sempre discutindo formatos novos. Então, o HQ foi uma ideia que partiu de um reporter. Ele propôs, a equipe achou que era uma coisa legal, que a gente podia tentar, e a gente fez para ver se dava certo, e o formato foi mudando com o passar dos anos, a medida que a gente ganhava experiência, a gente percebeu o que ia ser melhor. As coisas estão sempre evoluindo, porque a gente está sempre conversando também. Então, a gente está sempre se permitindo mudar de ideia e explorar coisas diferentes, e eu acho que é isso. Ferramentas, formas de atuar, formatos para atuar, acho que tudo. Não necessariamente ficando só na checagem de declaração, que é o tradicional, explorando outros jeitos também de lidar com a desinformação.

### **Pesquisadora**

Agora, uma coisa que eu esqueci de perguntar lá atrás, é que naqueles critérios de seleção, do que vai ser checado e do que vai ser levado em consideração no conteúdo, de alguma forma, as empresas tradicionais de jornalismo, por exemplo, sofrem algumas pressões, como comerciais, as vezes, de gente que anuncia com eles, por exemplo. E a ideia de uma agência de checagem é que não tem essas pressões, que seja mais independente possível. Contudo, também são necessárias formas de financiamento, por exemplo, a parceria com a Meta. São checadas algumas coisas, alguns conteúdos que são publicados no Facebook, por conta dessa parceria com a Meta. Você acha que, de alguma forma, existe algum tipo de cerceamento na produção de conteúdo por conta por fatores comerciais ou políticos?

## Entrevistado 5

Olha, eu acho que não. Eu vou explicar com um exemplo. A gente tem a nossa parceria com a Meta, que é uma parceria voltada para diminuir a circulação de desinformação que circula nas plataformas da Meta, então, inclui Facebook, Instagram. E essa parceria com a Meta, ela funciona de uma maneira muito específica, a gente tem uma ferramenta, a gente avalia, e, por exemplo, a Meta não vai influir na nossa forma, nem dentro da parceria, a Meta vai influir na nossa forma de desmentir, no que a gente vai desmentir. A gente tem liberdade para selecionar o que a gente acha que é mais importante, que é mais relevante, com base nos nossos critérios.

Então, a nossa parceria ela é comercial no sentido de que a gente tem que cumprir determinadas cotas de reportagens publicadas, por exemplo. Mas a Meta não influi de maneira nenhuma, nunca teve um e-mail da Meta, isso eu posso te dar certeza, dizendo: "olha, não pode desmentir isso". Isso não existe. E, por outro lado, fora da parceria, você pode ver nas nossas outras matérias que a gente cobre a Meta como a gente cobre todas as outras plataformas que a gente não tem parceria. Sei lá, a gente não tem parceria com o TikTok, por exemplo. Do mesmo jeito que a gente cobre o TikTok, cobre as plataformas da Meta. Então, a gente tem muita matéria sobre o Instagram, a gente tem muita matéria sobre o Facebook, a gente, para fazer essas matérias, se baseia, principalmente, na relevância da rede, no que está circulando na rede.

E também, de nenhuma maneira, nunca aconteceu, vou falar por experiência própria, de a gente não poder fazer determinada matéria porque, "isso aqui a Meta não vai gostar. Eles vão cortar nosso contrato". Isso não acontece. Eu acho que existem termos da nossa parceria, informações que a gente tem, que são privilegiadas, que a gente não pode usar em reportagens, eu acho que isso é uma coisa do contrato, uma questão de ética. Mas a equipe que cuida de parte de investigação, principalmente o radar, não está envolvida na parceria. Então, eu tenho total liberdade, 100 % de liberdade para fazer o que quiser, nunca teve nenhum problema, não.

## **Pesquisadora**

Você acha que ficou algum aprendizado da pandemia, alguma coisa da pandemia que você destacaria que foi diferencial de outras situações de desinformação para o seu serviço?

## **Entrevistado 5**

Eu acho que a desinformação de ciência e saúde, ela tem umas nuances que são um pouco diferentes de outras desinformações. Porque você desmentir uma coisa com base numa lei que está lá, que está escrita, que está sancionada, que está publicada, e você pedir ajuda para um jurista para entender o que está acontecendo na lei, não é a mesma coisa de você desmentir uma coisa que está no artigo científico. Tem muitas outras nuances que você tem que levar em consideração. Igual eu falei: esse artigo foi publicado, está revisado, quem são os autores, em que eles são vinculados, a que tipo de de de universidade, de instituição, se a instituição tem alguma questão comercial, a fonte que eu vou conversar, como é que é essa fonte, qual que é a formação dela, quais são os interesses dela.

Obviamente, a gente toma muito cuidado com tudo, mas, na ciência e saúde, tem essas nuances que você tem que tomar muito mais cuidado. Obviamente, todo mundo caiu de paraquedas, mas a gente também caiu de paraquedas, porque o Aos Fatos desmente desinformação que existe, a desinformação sobre saúde, ela existe, com certeza, ela é muito viral, mas a gente foca muito em desinformação política, que acaba que é mais viral, que preenche mais nossos critérios, eu acho. Então, quando veio a pandemia, foi uma avalanche de desinformação de saúde, e a gente teve todo um trabalho de montar, criar as nossas relações com as fontes, que a gente sabia que eram boas fontes, que podiam atender a gente, e aprender como ler artigo científico, como as coisas funcionam no mundo científico e tal. Então, eu acho que foi muito cair de paraquedas e se adaptar. Nesse ponto, eu acho que o aprendizado maior da pandemia foi esse, hoje em dia, a gente está muito mais preparado para cobrir saúde do que quatro anos atrás, com certeza, absoluta.

Tem coisa que você aprende muito na experiência. Por mais que você estude, por mais que você saiba como funciona, desmentir uma fake de ciência por semana não é a mesma coisa que desmentir uma fake de ciência por hora. Chegou um momento em que foi muito absurdo. E, em todas as frentes possíveis: checagem de

declaração, checagem de peça de desinformação em rede, esse tipo de coisa. Então, acho que, basicamente, é isso mesmo, que aprender a se calçar melhor para cobrir esse tipo de conteúdo. Hoje em dia, a gente tem mais, até para ver pauta, acho que é mais fácil, você sabendo como funciona.

## Entrevista 6

### Pesquisadora

Percebi, nos conteúdos que eu analisei, que muitos estão relacionados à plataforma em que a informação circulou, principalmente que alguns conteúdos fazem parte da parceria com o Facebook. Mas esses conteúdos não citam se essa informação veio a partir de uma origem robótica, se foi uma programação de bots, se não houve. Por que que essa origem não era falada?

### Entrevistado 6

Primeiro, tem uma diferença dos conteúdos, do tipo de conteúdo, acho que tem uma diferença editorial. Essa checagem de desinformação, é um conteúdo muito pra ser feito o mais rápido possível, pra tentar conter uma onda de desinformação. E para você conseguir confirmar que uma fake, por exemplo, está sendo impulsionada por *bots*, é uma investigação muito mais complicada. Até porque, pra você definir que um perfil é bot... Uma coisa que a gente viu muito, por exemplo, principalmente a partir das eleições de 2018, é que muita gente tinha um comportamento, que eram pessoas reais, mas tinha um comportamento muito similar à coisa de bot, pelo engajamento político com a coisa. Então, classificar um perfil como bot não é tão simples quanto parece. A gente tem algumas ferramentas que permitem classificar, a gente chegou a fazer algumas investigações, mas mesmo quando a gente fazia investigação pra saber, analisando pra entender se bot impulsionou uma coisa, quando a gente ia refinar a base e olhar e tal na lupa, a gente via que várias perfis, que essas ferramentas apontavam como bots, não eram necessariamente bots. E aí, é super complicado.

Então, a checagem de desinformação atendia muito menos essa coisa de investigar a origem e muito mais investigar o conteúdo desinformativo em si. Mas, a gente também tinha outros perfis de outras editorias que eram justamente pra isso. E é muito importante pensar que a pandemia, acho que até um pouco antes da pandemia, o processo eleitoral que veio antes da pandemia, mostrou esse boom de desinformação. Desinformação, você que pesquisa sabe, é uma ferramenta que sempre foi usada pra fins políticos e tal, mas teve uma produção muito intensa e uma distribuição muito intensa, e isso foi criando novas necessidades jornalísticas de como abordar esse tema. Então, esse formato de checagem de desinformação a gente já

tinha há muito tempo, e ele visava atender principalmente a essa necessidade mais imediata, que é conter a circulação da informação falsa. Então, ele precisa ser uma apuração rápida, rápida no sentido assim, precisa ser cuidadosa pra gente conseguir... O quão rápido a gente consegue montar um escopo de provas e investigar o que está sendo reproduzido e tal.

Tem algumas checagens que são mais simples de fazer, ou são mais complexas. Essas de drogas cloroquina, por exemplo, você tinha várias vezes coisas que eram reproduções de artigo, e você estava num momento da pandemia em que você tinha muita produção científica acontecendo e sendo discutida, vou dizer, em tempo real, mas num tempo muito mais rápido que é o padrão da produção científica pela emergência de saúde. Então, tinham coisas que a gente demorava mais tempo pra conseguir entender, de onde vem aquela informação, o que é aquela informação técnica. Nós somos jornalistas, não cientistas, então, você tinha que procurar os cientistas. Vários cientistas que estavam na linha de frente também estavam ocupados com o próprio combate da pandemia, então, você tinha essa questão.

Mas, respondendo bem direto a sua pergunta, eu acho que não tinha essa coisa de necessariamente dizer, porque é muito complexo você comprovar que uma coisa foi impulsionada por bot. Tem muita gente que fala, às vezes, muito mais baseado num senso, numa coisa meio intuitiva, mas não tem, como a gente faz jornalismo, a intuição é só o primeiro passo pra você apurar. Você precisa dar prova. E aí, como esse formato é um formato muito mais focado em conter o fluxo desinformativo, a nossa preocupação era entender se o que estava circulando era falso e, se fosse falso, explicar por quê. E aí, num segundo momento, à medida que a gente ia vendo essas tendências desinformativas ou tendências de disseminação de conteúdo, a gente fazia reportagens à parte, que era justamente pra investigar.

E aí, a gente, nessa época, começou o Radar, que era justamente um projeto pra tentar usar ferramentas tecnológicas pra fazer uma análise mais massiva de conteúdo. Então, o que a gente tinha era essa diferença. Não é que a gente não quisesse colocar, mas é porque o tempo da informação, pra gente, era mais importante desmentir logo do que esperar pra desmentir. Porque é isso. O tempo que se demora pra desmentir também é muito importante pra efetividade da checagem. E aí, eu acho que a gente fez uma escolha que eu acho muito correta, que era, primeiro, desmentir, depois a gente investigava mais a fundo pra entender a origem daquela

desinformação, os disseminadores da desinformação, entender o ecossistema como um todo. Eu acho que são produções de conteúdos complementares importantes que existam, mas acho que eram separadas assim, porque atendem necessidades diferentes também.

### **Pesquisadora**

Então, não era realizada uma apuração nesse sentido de origem, mas havia uma investigação posteriormente, talvez, em um conteúdo mais aprofundado?

### **Entrevistado 6**

Isso. A gente fazia também reportagens. E eu acho que sempre tem uma coisa assim, como você pegou os tweets mais compartilhados... Eu atuei um tempo como diretora de audiência, é uma coisa assim, esses desmentidos, principalmente essas coisas mais esdrúxulas, chamam mesmo mais atenção. Matérias investigativas em que você faz uma ponderação e vai entender, chamam menos atenção do que você falar que o Papa não estava fumando maconha com o presidente da Bolívia, sabe? Ou então essas coisas, sei lá, o cara não morreu por um pneu furado, por um estouro de pneu e sim pela vacina. Essas coisas chamam muito mais atenção. Então, eu acho que a checagem de desinformação tem mais apelo nas redes sociais. Não só nas redes sociais, se fosse um jornal também, provavelmente um público lê mais essa coisa chamativa e aí acho que tem menos apelo ao processo investigativo como um todo, assim.

E o que a gente foi percebendo é que tinha a necessidade de a checagem não dar conta do fenômeno da desinformação como um todo. É isso, ela dá conta de uma parte da coisa. Por exemplo, tem um caso que eu acho muito legal. Foi logo quando começou a pandemia, começaram a surgir muitas receitas de como fazer álcool em gel. Não sei se você lembra que teve uma escassez, ninguém achava mais álcool em gel. Todo mundo podia lavar a mão, mas, de repente, o álcool em gel virou... Tipo, todo mundo quer um álcool em gel em casa. E aí surgiram muitas receitas caseiras de álcool em gel. Tem um interesse escuso por trás pra vender a receita caseira de álcool em gel. Era gente que queria, achava que estava fazendo um serviço público e tal. Então, a gente não fez checagem, por exemplo. A pessoa estava só ensinando uma receita. Não dá pra você dizer falso porque era uma receita, sabe? Às

vezes a pessoa não falava tudo. E aí, a gente fez um conteúdo, um quadrinho. Não sei se foi só um quadrinho, um Explicamos, que era pra falar por que aquela receita caseira não funcionava. Porque, aí, não é uma coisa de verdadeiro ou falso. Mas é um tipo de informação enganosa. Enfim, não é o mesmo padrão que a gente está falando da hidroxicloroquina. Mas é um tipo de informação que não adiantava fazer checagem. O que tinha que adiantar era explicar para as pessoas é que é arriscado você botar álcool no fogão. Você não tem as mesmas medidas. Então, pode não ser eficaz e tal. Enfim, acho que a gente foi percebendo, à medida que o fenômeno da desinformação foi crescendo, que você precisava de abordagens diferentes. A checagem era só uma das frentes.

### **Pesquisadora**

E qual seria a importância para o desenvolvimento do conteúdo saber a origem da desinformação? Saber se é origem robótica ou não?

### **Entrevistado 6**

Eu acho que depende. Por exemplo, quando você fala de desinformação eleitoral, eu acho que entender a origem, não só eleitoral, mas é muito interessante entender a origem para você saber qual é a agenda que tem por trás daquela informação. E acho que a coisa de entender a origem também é interessante, não só para você entender a agenda de quem está impulsionando, mas entender o quanto um conteúdo, um debate não está sendo artificialmente inflado. Então, acho que a origem permite você entender duas coisas. Que é se tem algum interesse por trás de impulsionar aquele tipo de conteúdo. Porque acho que existem desinformações que, tipo essa das receitas caseiras de álcool, podem se disseminar e não necessariamente tem uma agenda, tipo, a indústria da gelatina quer que você faça. É uma coisa só de uma desinformação mesmo que circula, porque as pessoas estão querendo ter uma resposta rápida para um problema desconhecido. Acho que a gente viu vários momentos disso na pandemia. E, às vezes, a gente vê que tem uma agenda, um interesse por trás. Tem pessoas que estão ganhando. Mas acho que é importante diferenciar, não só pegar a origem, mas entender quem impulsiona. Porque, às vezes, uma coisa não tem uma origem excusa, mas ela é cooptada por algum grupo que enxerga algum interesse.

Eu acho que essa dos remédios, por exemplo, da pandemia, é um exemplo bem interessante. Porque a coisa da hidroxcloroquina surge como uma coisa autêntica da curiosidade científica de procurar se existia algum medicamento já fabricado que poderia ser útil para a doença e tal. E, aí, vai virando uma bola de neve que você vê um picareta lá na França que faz um experimento com dados completamente deturpados. E aquilo vai ganhando um discurso político em cima. Então, se você olhar lá no comecinho, a hidroxcloroquina, não é uma coisa que surgiu com uma pauta específica. Mas ela passou a ser... Um grupo político puxou aquele assunto para si e começou a impulsionar aquilo. Então, às vezes, saber quem foi o primeiro, pode ter sido um Zé Ninguém, que não é um cara que tem um lobby. Mas aquele discurso passou a ser interessante para um grupo de interesses. Então, supostamente, médicos que capitalizavam, que começavam a cobrar valores altíssimos por uma receita e tal.

Então, acho que a origem é interessante buscar, mas não necessariamente está na origem o fato mais relevante. Às vezes, está em quem está impulsionando. Às vezes, não está em quem criou. Até uma das dificuldades de legislação mesmo nessa parte de fake news é isso. A gente viu várias coisas assim acontecendo em vários momentos. Uma montagem que surgiu num contexto satírico, que a pessoa fez, claramente, num contexto satírico. Ela tem um perfil satírico. Aí, alguém vai, pega aquela postagem e começa a compartilhar como se fosse verdade. E aí, não interessa, às vezes, saber a primeira pessoa que fez, para você falar: "isso aqui foi um contexto satírico". Aquela pessoa não necessariamente é culpada de alguma coisa ou ela tem uma agenda.

Acho que é importante investigar, mas nem sempre é possível. Eu acho que teve vários momentos em que a gente não conseguia descobrir a origem. Em muitos momentos, era muito difícil descobrir a origem. Até porque, muitas vezes, essas coisas surgem em grupos privados de mensagem. E aí você não tem como dar 100%. Você consegue, às vezes, saber que a primeira vez que apareceu em tal rede social foi tal. Mas e se a pessoa que tiver publicado primeiro apagou o post? E se quem começou a criar a peça foi num grupo de Telegram que ninguém tem acesso? Então, também, acho que tem algumas dificuldades para a gente dizer com 100 % de certeza a origem de uma coisa. Acho que a maioria dos casos é muito difícil pegar exatamente a origem. Mas dá para você entender quem são os principais grupos que estão impulsionando.

Você consegue ver, por exemplo, isso estava mais em grupo de tal partido ou de partido X ou de partido Y. Isso tinha uma audiência, os posts tinham tal engajamento. Mas, a partir do momento que fulano compartilhou, isso passou a ter um engajamento 100 vezes maior. Então, acho que isso também é importante. Descobrir a origem, às vezes, é muito difícil porque não necessariamente as coisas começaram num espaço público.

### **Pesquisadora**

Dos 10 conteúdos que analisei, três foram produzidos a partir da demanda da parceria com a Meta. Além desse critério, de analisar os conteúdos da parceria, quais outros critérios vocês utilizavam para selecionar os fatos que seriam checados? Eu sei que existe a metodologia de Aos fatos, mas como o repórter já olhava para aquilo e falava: "isso aí está na cara que é checável". Mais de olhar, bater o olho e saber.

### **Entrevistado 6**

A gente sempre faz a rotina, pelo menos até quando eu estava, mas acho que não deve ter mudado. Os repórteres que entram fazem uma ronda e a gente usa a plataforma do Facebook, mas usa outros. A gente tem o radar, que tem o monitoramento. A gente acumulou um monitoramento de vários grupos públicos, Telegram, de WhatsApp. A gente tem o canal da Fátima, que recebe demanda e tal. E aí, a partir de tudo isso, a gente vê o que está... Porque tem uma preocupação, que acho muito importante, que, às vezes, não é nossa: "isso aqui é claramente falso, então vamos fazer". Não é por aí. Porque, às vezes, uma coisa é claramente falsa, mas ela está circulando em um grupo muito pequeno. Então, você pode checar e dar uma visibilidade a uma coisa que não tinha atração, que ia circular em um grupo muito pequeno e não ia avançar.

A gente viu isso muito com o discurso antivacina na pandemia. Enfim, já tinha movimento antivacina no Brasil, mas era um movimento muito, muito, muito localizado, uma galera muito específica. E aí, ele ganhou uma força. No começo, a gente vê algumas coisinhas antivacina muito pontuais. Então, não valia a pena a gente fazer nenhuma checagem, porque não tinha um discurso... Até você começar a ter uma adesão política de dizer que vacina era mal e tal, até então, você não tinha um discurso amplo na sociedade sobre desconfiança de vacina. Então, a gente fazer uma

checagem de vacina lá em março, por exemplo, você já tinha gente falando, atribuindo as vacinas à criação do vírus, por exemplo, mas eram grupos muito minúsculos, assim, insignificantes. Era você trazer uma desconfiança ao público que não existia naquele momento. Então, a gente não fazia checagem disso. Mas, a partir do momento que isso vai virando, que a gente foi tendo a proximidade da vacina, que você começa a ter curiosidade, começou a ter a amplificação desse discurso, aí, vale a pena você checar, né?

E, aí, eu acho que isso é um pulo do gato. E, aí, acho que a gente não olha: "está na parceria do Facebook, então, vamos checar". Não. A parceria do Facebook nos proporciona, além de financiamento, uma base de dados que a gente pode cruzar com outras bases de dados para entender qual é a relevância daquele conteúdo. Então, o que a gente olha dentro daqueles critérios lá. O que é relevante publicamente e tal, porque a gente não checa fofoca. Porque é isso, é uma coisa da vida privada e tal. Mas, para além desses critérios de checagem, tem, e acho que também está lá nos critérios, que é essa preocupação com entender se o negócio está disseminado ou não. Se a gente não vai estar tirando um assunto que está numa bolha. E acho que essa é a principal preocupação quando a gente faz a reunião de pautas, depois da ronda, e vai definir o que a gente vai checar.

E aí, é claro que a gente, às vezes, define um escopo de dez coisas. Dez é um número aleatório, sinceramente, não sei. Mas, define um número X de pautas para fazer e várias vezes vai encontrar dificuldade, da gente descobrir que tal coisa é uma meia-verdade. Ou, enfim, é uma coisa que está em investigação ainda. Quando começou a guerra na Ucrânia, é uma situação de guerra que você ainda não tem muita informação oficial. Então, é coisa que você nem consegue checar porque está muito em andamento, você não tem nem de onde tirar aquela informação.

Então, às vezes, acontece isso. Às vezes, uma coisa é relevante, vamos guardar isso aqui para, à medida que for surgindo informação, a gente conseguir checar, a gente bota de novo aqui para a fila. Mas é um pouco isso. A principal preocupação, eu acho, para além de estar dentro daqueles critérios, é olhar e entender o quão grande está isso aqui, o quão disseminado está essa questão. E aí, às vezes, não necessariamente é só audiência. O engajamento é importante, mas, às vezes, a gente vê uma coisa que não está no engajamento, uma coisa que a gente vai percebendo.

No começo, em 2018, por exemplo, o Facebook era um ótimo termômetro do que está circulando, viralizando. Aí, a gente foi vendo mais de 2020, 2021, o WhatsApp, por exemplo, e o Telegram viraram lugares muito mais importantes para você pegar o começo de tendência desinformativa. No WhatsApp, por exemplo, você não tem dado de engajamento. Você tem lá aquela "encaminhada várias vezes", mas que é, encaminhada oito vezes, se eu não me engano, né? Já aparece. Então, não é um número. Mas a gente começou a perceber que a gente precisava monitorar vários grupos, grupos públicos, para conseguir entender em quantos grupos está disseminado esse negócio. E aí, teve que pensar, repensar um pouco essa coisa do parâmetro de engajamento. Tem outros parâmetros de engajamento. Mas, basicamente, é isso.

### **Pesquisadora**

Você falou, por exemplo, fofoca é uma coisa que vocês não vão checar de jeito nenhum. Tem alguma outra coisa que vocês vão olhar e falar: "Não checaríamos". Opinião, por exemplo, o que está um pouco relacionado à fofoca. Porque eu sei que está lá na metodologia falando.

### **Entrevistado 6**

Opinião não é checável, né? Assim, a gente consegue checar quando você tem um fato. Se você falar: "ah, eu gosto da seleção brasileira". Não tem o que checar. No caso da fala de políticos, às vezes, a gente consegue checar algumas coisas. Aquele selo que a gente tem, quer dizer, agora não tem mais, mas a gente tinha, antigamente, que era o "Contraditório". Que era menos uma checagem, mais para mostrar uma mudança de discurso, quando isso é relevante. Sei lá, se a pessoa falar: "Eu torço para o Flamengo". Depois ela falar: "eu torço para o Vasco". Isso não é de interesse público. Se um representante troca de time, pode ser importante para a família dele, ou para os amigos, mas não é de interesse público. E acho que essa é uma coisa importante.

A gente não checa opinião e, também, a gente olha muito, que o Aos Fatos, a metodologia preza muito por olhar o que é de interesse público. Porque, acho que esse é um guia importante. Todas as agências de checagem sofrem com isso, tem uma responsabilidade muito grande, mas tem uma equipe pequena. Tem meses

menos noticioso, dá para você checar algumas coisas, às vezes, que são mais caricatas, mas que estão provocando algum debate público. Mas a gente sempre foca muito no interesse público. Então, entre checar se tem aspirina num biscoito importado da Índia, ou se as vacinas estão matando bebês, é mais importante checar se as vacinas estão matando bebês, se a gente tem menos braço. Então, tem muito essa preocupação de olhar o que é interesse público, e, às vezes, isso importa muito no filtro, entendendo que tem um número limitado de braços, de pessoas para fazer as coisas.

E, também, por isso que a gente conversou lá atrás. Tem a preocupação de fazer checagem, mas também é importante investigar quem são os atores desse sistema de desinformação. Acho que, às vezes, a gente tem que equilibrar um pouco entre isso, entre fazer a checagem e essa parte mais investigativa, que também é superimportante.

### **Pesquisadora**

Dentro da própria checagem, para a produção desse conteúdo, quais critérios são observados? Como é montado, como é produzido esse conteúdo?

### **Entrevistado 6**

Tem uma estrutura para a checagem, uma estrutura básica, acho que está dentro da estrutura jornalística, não foge muito. Tem alguns elementos diferentes. Diferente não, mas que complementam na questão do jornalismo, que é a presença do selo. Mas tem muita essa preocupação de ter primeiro que resumir, no primeiro parágrafo, a gente sabe que muita gente fica só no primeiro parágrafo, então, que o primeiro parágrafo seja um resumo de por que a gente está checando aquilo, por que aquilo é falso. Então, qual a relevância daquela checagem, seja porque ela está sendo muito disseminada, ou por outro motivo, e qual é o objeto da checagem, e por que ele é falso. Aí vem o selo, a gente tem sempre essa preocupação de mostrar a peça desinformativa, para a pessoa ter essa referência, sempre coberta com alguma coisa para que ele também não poder ser usado para disseminar a desinformação. E, aí, tem o desdobramento explicando, destacando quais foram as fontes utilizadas, qual o processo que a gente fez para verificar aquela informação. E, aí, sempre na estrutura

final, você deve ter visto, tem uma lista das fontes que foram utilizadas, que foram citadas na matéria.

E acho que tem essas duas preocupações, de explicar claramente o que está sendo checado, o que é falso, e, também, de mostrar quais foram as fontes e processos percorridos pelo repórter ou pela repórter para desvendar, ara desmentir aquela afirmação.

### **Pesquisadora**

Dentro lá da estrutura do Aos Fatos, havia algum momento de avaliação daquilo que era produzido, da forma como foi produzido, do formato como ele foi proposto? E depois da repercussão que teve a publicação daquele conteúdo, havia algum momento de avaliação?

### **Entrevistado 6**

Acho que as próprias reuniões de pauta funcionam um pouco nesse sentido, de você ir recalibrando, vendo o que a gente poderia ter feito melhor na cobertura, o que teve de erro, não somente erro, mas o processo poderia ter sido melhor, seja para a gente entregar a checagem mais rápido ou para esclarecer melhor. Acho que tinha muito... A gente desenvolveu, a partir de 2021, que fui eu que participei da criação do núcleo de audiência, e seu objetivo também era esse, não só ter uma relação melhor com quem estava lendo, mas conseguir acompanhar melhor esse feedback das pessoas. Acho que é muito relevante você conseguir ver. Às vezes, nos comentários, você percebia que as pessoas falavam: "o que você estava falando não era verdade". Quando você lia o comentário, você percebia que talvez não tenha ficado tão claro uma explicação que você deu. Então, na próxima vez, para a gente explicar melhor tal ponto, a gente tinha essas reuniões na própria reunião de pauta, esse processo de reavaliar.

E, com a criação do núcleo de audiência, tinha muito essa preocupação de estar dando esse retorno para os repórteres, para os editores, como estava sendo a reação da audiência a uma matéria. E acho que isso também era importante para ter essa reavaliação.

**Pesquisadora**

Então, isso acontecia cotidianamente?

**Entrevistado 6**

A gente não tinha uma reunião de: "ah, hoje a gente vai avaliar". Mas tinha muito essa preocupação de, constantemente, nas próprias reuniões de pauta diária, estar revisando o que a gente estava fazendo.

**Pesquisadora**

Você, quando trabalhava como verificadora de fatos, você acha que essa forma de atuação profissional promoveu alguma mudança nas suas ideias ou na sua forma de agir? Você viu, você pôde constatar alguma mudança?

**Entrevistado 6**

Perder um pouco de fé na humanidade. Não, mentira. Acho que tem uma coisa importante, que é você entender melhor os bastidores da produção de conteúdo nas redes sociais. Eu acho que trabalhar com desinformação te dá uma noção melhor de como funciona. Acaba que você precisa entender para entender como uma informação ou uma desinformação amplificou. Você precisa entender como funciona uma rede social, quem são os atores, como diferentes atores atuam, como os atores performam e promovem conteúdos. Não, necessariamente, um assunto que está em voga, ele foi criado, surgiu espontaneamente, tem processos que são de indução da pauta pública. Então, acho que isso foi um conhecimento muito importante, de entender melhor o que está por trás dessa disseminação de conteúdo em redes sociais.

Até estava lendo um texto... Tem aquele Reuters Institute, eles têm uns bolsistas, eu não lembro agora o nome da jornalista, mas ela fez uma sobre transparência. Uma coisa que eu achava muito interessante do processo da metodologia da checagem é você explicar muito bem como que você chegou naquele conteúdo. Esse texto é muito interessante, porque ela fala que acha que a transparência não é a bala de prata que vai salvar o jornalismo. Mas, de certa forma, achei que foi muito legal experimentar esse processo de produzir um conteúdo preocupado em explicar a metodologia para o leitor. O texto, depois eu posso te

passar, é muito legal, porque ela desmonta um pouco o poder que a transparência tem em consertar as relações.

E, aí, eu acho que isso também é um outro ponto. Acho que é mais uma angústia do que um aprendizado. Que esse movimento de desinformação quebrou, mostrou, aumentou essa cisão entre público e veículo de comunicação. Uma coisa que a checagem, por si, não resolve. Na minha visão, não está aí a solução. Não sei onde está, mas tem alguma coisa que precisa ser feita para reestabelecer. A gente tem uma relação quebrada e a gente sendo alvo das coisas. Aumentou essa angústia de que existe essa questão.

E tem outra coisa, que acho que é um aprendizado bem importante, muito como consequência desses ataques que a gente sofria, foi ter uma maior preocupação com segurança da informação. Foi uma coisa que a gente ficou desenvolvendo muito no Aos fatos, e que eu acho que era importante que todo mundo soubesse. E até um pouco que consequência desses ataques sofridos por jornalistas, você começa a ter mais lugares discutindo segurança dos jornalistas, segurança da informação e tal. Então, isso foi um aprendizado colateral, um pouco como resultado dos ataques, de preocupar mais com, de ter um gerenciador de senhas, ter mais preocupação com o que está aparecendo nos meus perfis, nas redes sociais, como proteger o conteúdo que estou fazendo para não ser hackeado, que eram coisas que eu sabia que existia, mas não tinha essa preocupação efetiva de implementar coisas, de tomar medidas. Foi muito um aprendizado daí.

### **Pesquisadora**

Você acha que, de alguma forma, a sua atuação como verificadora de fatos, permitiu que você repensasse a sua própria atividade profissional de jornalista?

### **Entrevistado 6**

Eu acho que, nesse sentido que eu falei. Quando se trabalha com desinformação, você é muito exposto ao lixo, aos extremos dos discursos. Eu acho que é importante também entender que alguns extremos, eles estão em grupos pontuais, não são o que a maioria das pessoas pensam. Eu lembro muito uma fala do Chico Buarque, que está numa entrevista, e ele fala assim : "Você sai na rua, as pessoas te adoram, não sei o quê, aí você vai na rede social, a pessoa chama você

de desafinado, quer te matar, e tal". Eu acho que teve um pouco essa coisa de trabalhar com desinformação, você percebe o buraco grande que existe nessa relação entre jornalismo e público, a quebra que existiu, essa relação conturbada. Vendo os extremos, você consegue perceber que o meio também está meio confuso. Eu acho que mudou um pouco essa minha visão. Eu conseguia olhar um pouco mais para o público, como na produção de jornalismo, entendendo que precisava ser feito alguma coisa mais para se pensar nessa relação com as pessoas.

### **Pesquisadora**

Você consegue ver alguma coisa que você propôs, uma nova forma de atuação na sua área, uma nova forma de fazer o seu serviço como consequência da sua atuação profissional?

### **Entrevistado 6**

Eu acho que a criação do núcleo de audiência teve muito a ver com isso, dessa dificuldade de fazer com que as pessoas confiassem na gente. Quando eu falo de relação abalada, eu acho que é essa relação de confiança. E acho que a desinformação, essa circulação de desinformação, em parte, foi propiciada pelas redes sociais, mas em parte, também, foi propiciada por uma relação que já estava estremecida entre a imprensa e o público, dessa relação de confiança.

Acho que a gente está vendo um momento, esses momentos de polarização, e tem gente teórica que vai falar muito melhor do que eu, e acho que a gente vive num questionamento de instituições como um todo, e a imprensa é uma dessas. Mas o que eu acompanhei de perto foi isso, ver a deterioração dessa relação da confiança das pessoas na gente. E aí eu acho que focar em audiência, tentar entender a audiência, e olhar, e pensar, repensar o jornalismo a partir da troca da audiência, acho que é uma consequência muito de ter trabalhado com desinformação por tanto tempo.

### **Pesquisadora**

Teve alguma outra proposta da qual você participou, que você acha que ocorreu por conta da sua atuação profissional? Da sua percepção adquirida com a atuação profissional? Se não tiver, não tem problema não.

**Entrevistado 6**

Acho que teve menos uma proposta, uma coisa específica, mas teve sempre esse esforço, durante um tempo, quando eu fui chefe de redação, essa preocupação de como explicar melhor as coisas. A gente foi percebendo, foi refinando esse entendimento de quem era o nosso público, o quanto que ele sabia de tal assunto. E também, eu acho, de tentar encarar assuntos difíceis. Na pandemia, a gente precisou encarar, foi um aprendizado e tanto, e a gente manteve um pouco, foi uma coisa que eu tentei manter também, a gente continuar encarando assuntos difíceis para explicar de forma mais fácil, detalhada e tal, acho que foi uma consequência um pouco disso.

Tem uma outra coisa, eu acho, que dá pra falar também. Foi criar o braço de vídeo do Aos Fatos. Isso foi uma briga minha muito grande, porque é muito difícil fazer produção de vídeo. Quando você tem uma equipe pequena, tem várias questões, e aí eu acho que foi um pouco essa percepção, a gente produzia só texto, e eu tinha essa visão muito clara de que a gente tinha que estar produzindo vídeo, porque a gente foi vendo, com a chegada do TikTok, tinha muito mais produção de desinformação lá, e a gente não estava lá. Se eu botar um link lá no TikTok, de texto, ninguém vai ver. Acho que foi consequência disso, de perceber que a gente tinha que estar onde a desinformação está, onde o público está, essa preocupação mesmo de olhar pra audiência. Para conseguir tentar dali capturar as pessoas e cativar as pessoas, para que a informação de qualidade chegue a mais gente.

**Pesquisadora**

E a receptividade dessas novas ideias e formas de atuação era boa no Aos Fatos, eles aceitavam bem, topavam, abraçavam mesmo as ideias?

**Entrevistado 6**

Eu acho que a parte legal de estar numa empresa menor, porque é um pouco mais fácil isso. Tem um desafio grande, que é de conseguir viabilizar, no sentido de que você tem pouco braço, não tem como crescer muito, tem limitações de crescimento. Mas eu acho que, tudo que eu queria fazer, eu consegui fazer lá. Então, não tenho muito o que reclamar nesse ponto. Acho que sempre tem questões internas para poder conseguir, justamente porque a gente é uma equipe pequena, conseguir encaixar todo novo projeto, como dividir direitinho as tarefas, pra ninguém ficar

sobrecarregado e tal. Tem esse desafio, mas acho que, estando num lugar menor, tem essa facilidade de ter a cadeia de aprovação de uma nova ideia muito menor. Então, acho que isso é uma vantagem, uma coisa legal de estar num espaço como esse.

### **Pesquisadora**

Tem mais alguma coisa que eu não perguntei? Alguma que você gostaria de falar, algum destaque para algum procedimento que você acha que foi importante, que ocorreu na pandemia e que eu não perguntei?

### **Entrevistado 6**

Eu acho que a gente tinha uma equipe de repórteres muito jovens, e a pandemia foi muito legal pra gente, para eles fazerem uma rede melhor de contatos. Eles foram obrigados a aprender meio que na vida, na experiência. Agora acho que tem uma equipe um pouco mais experiente, mas a gente chegou com uma equipe muito nova e passou por uma transformação grande. O Aos Fatos era um veículo focado em cobertura política, de desinformação, mas com esse foco de política. Ainda é o foco principal, mas a gente teve que falar mais sobre ciência e foi uma experiência muito importante da pandemia, de perceber o quanto a gente não sabia de ciência. Não só de um assunto específico. A ciência tem descobertas de cada área, mas acho que o procedimento científico como um todo foi um aprendizado muito importante, de entender todas as etapas de produção de conhecimento, de validação de fonte, de consolidação de um conteúdo, quando que você pode falar que uma coisa está comprovada ou quais são os processos.

E esse, inclusive, acho que foi um dos principais desafios da pandemia. A gente teve inúmeras discussões sobre isso. Se alguém fala que a hidrocloroquina cura Covid, quando a gente vai poder dizer que isso é falso. Durante muito tempo, a gente colocava como insustentável. Não era insustentável, agora não vou lembrar. Mas, dependendo do tipo de conteúdo, a gente não colocava como falso, porque era uma coisa em processo de discussão. No começo, a hidrocloroquina, você não podia dizer, você nem podia dizer que ela funcionava nem podia dizer que ela não funcionava, justamente porque estava em pesquisa. As pesquisas estavam em andamento. Você não podia dizer que era falso nem podia dizer que era verdadeiro que ela curava.

Então, a pandemia foi um aprendizado, e acho que tem muita coisa para aprender ainda, de como lidar, como explicar para as pessoas a incerteza. No momento, o que as pessoas querem é certeza. Acho que esse foi um dos grandes desafios da pandemia. Que era de entender, de ter essa preocupação de ficar monitorando os estudos, para saber: agora a gente tem um escopo de estudos suficientes, que consolidou, falando, não, a hidrocloroquina não cura, não tem nenhum efeito contra a COVID. Porque, teve um monte de gente já assumindo que era verdade, mas também era incorreto se a gente falasse que, não, hidrocloroquina não serve para nada. Porque durante muito tempo era uma interrogação, não era recomendado. Mas também tem isso, não pode dizer: "se é uma interrogação, então toma". Não, não é isso. Então, como explicar?

Isso foi um desafio muito interessante. Foi muito angustiante também, porque estava todo mundo no meio da pandemia. Mas foi um aprendizado muito importante, de comunicação de incerteza, eu acho. Porque a coisa do selo, a gente tenta dar clareza e objetividade, mas, na pandemia, a gente percebeu não a limitação da objetividade, mas tinha um outro passo anterior, que era como comunicar isso de forma a não reforçar um discurso perigoso que estava incitando a automedicação ou a medicação descontrolada. Então foi um desafio grande.

### **Pesquisadora**

A gente sabe que nos meios tradicionais tem algumas coisas que cerceiam a produção de notícias. Alguns critérios comerciais, políticos, força editorial dentro de cada meio. E aí as agências de checagem surgem para serem um pouco mais independentes, saindo desse contexto dos jornais tradicionais. Só que, ao mesmo tempo, a atividade precisa ser financiada. Então, por exemplo, tem a parceria com o Facebook que financia uma parte das checagens. Tem outros tipos de formas de coletar recursos também que as agências participam para poder sobreviver. Você acha que, de alguma forma, esse cenário pode interferir na produção das checagens? Que esses também são fatores comerciais e políticos que interferem na produção das checagens?

## Entrevistado 6

Eu acho que as agências de checagens surgiram tanto para uma demanda, mas, no momento, surgiram várias outras iniciativas de jornalismo independente. A gente está dentro de um contexto de jornalismo independente que começou a florescer muito ali, acho que a partir de 2015, você começa a ver um florescimento muito grande de iniciativas de jornalismo independente, online. Acho que essa permissão de você conseguir fazer tudo online democratiza muito a capacidade de projetos se financiarem. Então, tem esse contexto importante, de não olhar só para checagens, mas entender que é um movimento do jornalismo como um todo, de ter mais projetos independentes. Uma preocupação que a gente tinha muito no Aos Fatos, é uma coisa que me fez continuar lá enquanto eu continuei. Eu não saí por isso, só para ficar claro. Era essa preocupação de o financiamento não interferir na linha editorial. Então, o Facebook não podia dizer para a gente: "não é para checar isso". Tanto que você pode ver que o Aos Fatos tem várias matérias batendo no Facebook, criticando, criticando a atuação da Meta de combate à desinformação.

Então, a gente já teve pequenos enfrentamentos com algumas redes sociais disso. "Ah, conseguiu o financiamento, quer interferir. Ah, não é para falar disso". Não, a gente nunca teve essa limitação. Eu acho que o fato da importância do tema e das redes tentarem querer limpar o próprio nome investindo nisso, dá uma liberdade que você tem um poder de barganha. Se eles pararem de investir, você tem uma coisa para barganhar. Então, isso garante um pouco a liberdade de, mesmo sendo financiado, por exemplo, por uma rede social, você pode falar mal dessa rede social, né?

Por enquanto, funciona. Não consigo predizer o futuro, mas eu acho que, por enquanto, tem funcionado. Pelo menos, o que eu acompanhei de Aos Fatos, a gente tinha essa preocupação muito grande de liberdade editorial independente da fonte de financiamento. Tem uma preocupação, no Aos Fatos, que a gente tinha desde o começo. Isso foi esbarrando em coisas, mas aos trancos e barrancos conseguindo, que era pensar em projetos próprios que virassem fontes de receita. Hoje, o Aos Fatos, por exemplo, tem o Escriba, que é uma ferramenta de transcrição que foi construída dentro do Aos Fatos. É um pouco essa tentativa de ter projetos próprios, que eu acho que é um dos futuros, assim, acho que do jornalismo, de você tentar diversificar a receita. É que quanto mais independente você é, quanto menor a equipe,

mais difícil é você pensar em diversificação de receita sem isso afetar a própria produção, de tempo. Mas eu acho que é um dos caminhos, que é um caminho estratégico e interessante do Aos Fatos que vai permitindo ter mais liberdade ou a persistência da liberdade editoria. Mas é um desafio mesmo. Acho que é uma questão. Acho que, por enquanto, está bem resolvido.

## Entrevista 7

### Pesquisadora

Todos os conteúdos que eu analisei não citam a origem da desinformação, só a plataforma em que a desinformação circulou, mas não citam, por exemplo, se foi um processo iniciado por humanos ou se teve a participação de bots. E aí eu queria saber por que que isso acontece.

### Entrevistado 7

Vamos separar aqui em duas coisas. O Aos Fatos tem os *debunkings*, aquelas matérias que a gente faz mais focadas em uma peça de desinformação específica e a gente vai desmentir aquela peça de desinformação. Então, dessa que você me mandou aqui no e-mail, por exemplo, essa "Não é verdade que o STF afasta Bolsonaro de ações para o controle da pandemia", é um *debunk*. Porque ela desmente uma desinformação específica que estava circulando nas redes sociais. Nesse caso, é mais importante a rapidez no desmentido do que descobrir quem que é, por quê? Porque a gente tem parcerias com as redes sociais, com o Facebook, por exemplo, que a gente envia o nosso desmentido para eles e eles marcam todas as informações, eles colocam um aviso dessa peça de desinformação, eles colocam um aviso falando que: "olha, essa peça foi checada pelo Aos Fatos e que provou que isso é falso". Nesses casos, a gente não consegue dizer muito sobre a origem, porque, um, a gente não vai muito a fundo nisso nessa hora, porque demora, demanda muito tempo. E dois, porque é muito difícil fazer isso, porque redes sociais mexem com perfil falso, mexem com o WhatsApp, que não tem muita transparência nesse sentido, com o Telegram, que são multiplataformas.

Então, a gente, muitas vezes, você vai ver uma peça de desinformação, alguém desmentiu, que estava circulando no Facebook, estava circulando no Instagram, estava circulando no WhatsApp, e a gente não sabe dizer quem foi o criador. A não ser que a peça de desinformação seja assinada, a peça de desinformação seja um vídeo com uma pessoa falando. Nesses casos, o vídeo em que a pessoa está falando, a gente até tenta achar a pessoa, mas também é complicado, pensa que pode ser uma pessoa que gravou um vídeo mentindo na cara dura e mandou para o grupo de amigos, aí o grupo de amigos mandou para o grupo

de amigos, aí o outro grupo de amigos colocou no Facebook, aí do Facebook foi para o TikTok. Então, é muito difícil quando são pessoas não públicas.

E o uso de *bot* é ainda mais difícil de falar, porque a gente não tem uma metodologia 100 % eficaz para descobrir se uma pessoa é *bot* ou não. Aquele PegaBot, por exemplo, ele é uma ferramentinha até boa, só que é isso, ele não dá 100 % de certeza. O PegaBot, por exemplo, fala que o meu Twitter é bot, porque eu não tweeto muita coisa, eu só retweeto essas coisas, entendeu? Tem uma coisa ali que não dá para você ter certeza. É uma ferramenta boa, mas não é uma ferramenta 100 % eficaz. E quando a gente vai fazer matérias de *bot*, essas coisas assim, é muito complicado.

Geralmente fica para o radar, que é o núcleo do Aos Fatos mais voltado a dados. E, aí, usa raspagem de dados, análise de visualização, análise de compartilhamento. A gente vê que uma publicação tem poucas visualizações, mas 20 mil compartilhamentos no Facebook. Isso é uma dica de que, por exemplo, tem alguma coisa estranha aí, que está sendo disseminada de uma maneira inorgânica. Mas é isso assim, tudo isso são indícios que o radar usa. Nessas matérias, o radar procura indícios para mostrar que pode ser. Porque é muito difícil você determinar com certeza que *bots* estariam sendo usados; maneiras inorgânicas para compartilhar conteúdo, assim.

Então, é mais ou menos por isso. E também, quando a gente não acha o personagem principal, voltando ali para o *debunking*, a gente não achou o autor do vídeo, não sabe quem que é. A gente geralmente borra a cara dele para isso, para se resguardar de algum processo judicial e tal. Enfim, nunca aconteceu, mas é o protocolo, isso. Espero que eu tenha respondido.

## **Pesquisadora**

Eu só não entendi essa última parte. Você falou que quando é alguém que dá para ver o rosto, vocês não colocam para se resguardar, é isso?

## **Entrevistado 7**

Isso. Quando a gente vê uma pessoa e a gente não consegue identificá-la, aí a gente vai usar a foto dela para ilustrar e acaba borrando o rosto dela por isso. Porque como a gente não sabe quem que é, a gente não pede outro lado. Então, ela não vai

ficar sabendo. A gente borra para não ter problema... Enfim, essas coisas. Mas quando a gente acha, a gente pede outro lado e aí dá o rosto dela, por exemplo.

### **Pesquisadora**

Então, esse rastreamento seria até realizado, mas em matérias específicas do Radar, seria isso? Qual seria a importância que você vê de se conhecer, teria alguma importância de se conhecer essa origem, de se procurar essa origem?

### **Entrevistado 7**

Eu acho que depende da desinformação, igual eu te falei. Todo dia aparecem centenas de peças de desinformação novas nas redes sociais. Na época da pandemia era muito difícil. Eu lembro que na pandemia, por exemplo, mais especificamente, tinha muito desinformador usando peças de desinformação para ganhar visibilidade. Então, a gente conheceu Maria Emília Gadelha, a gente conheceu aquela médica, esqueci o nome dela, mas tinha uma outra médica também. Aí tinha o Loyola, tinha... É isso, são médicos que usaram a desinformação para se alçar financeiramente, participar de eventos, aparecer no congresso, essas coisas. Por exemplo, apareceu o Loyola pela primeira vez, a gente desmentiu, nem citou o nome dele. Aí apareceu pela segunda vez, a gente: "tá, peraí. Esse cara tá querendo, né?". Aí a gente começa a citar o nome dele, começa a pedir o outro lado. Porque são os personagens da desinformação. O personagem da desinformação é importante a gente ter em mente, saber o nome, estar no radar. Isso, assim, porque essas pessoas vão estar sempre mentindo ou usando a desinformação para um ganho pessoal

Nos casos em que a peça de desinformação não tem autoria. Deixa eu ver aqui, por exemplo.

### **Pesquisadora**

Tem essa daqui do Dória, só falou que estava circulando no Facebook.

### **Entrevistado 7**

É, por exemplo. Igual eu te falei, não sei se valia a pena fazer essa análise de *bot*, porque é isso, é um personagem público, estava circulando uma coisa... Peças de informação causam prejuízo, sabe? A gente pode falar que pode prejudicar a

imagem de uma pessoa, pode prejudicar a integridade de uma pessoa. Na época da pandemia, estava prejudicando o combate à própria pandemia. Então o mais importante, nesses casos, sempre é tentar desmentir o mais rápido possível com a maior eficácia possível. Mostrar para as pessoas que: “olha, não, isso é falso, não acredita nisso”. Então descobrir a origem fica em segundo plano. Como eu te falei na última vez, não sei se realmente é necessário sempre. Eu acho que em alguns casos específicos é importante. Aí fica para o lado dessa análise maior. Casos específicos, eleição. Está aparecendo muita peça de desinformação sobre um candidato específico. Aí é interessante ver se está rolando bot, porque além disso é crime, crime eleitoral, ver isso certinho.

Ah, na pandemia vamos supor que estava rolando, começasse a rolar muita peça de desinformação sobre uma vacina específica. Estavam falando muito sobre a CoronaVac. É importante ver quem está disseminando isso, se é uma propaganda, vai que tem outros interesses por trás. Mas é isso, é uma coisa muito difícil de fazer e uma coisa muito difícil de ter certeza que acontece. Então ela acaba ficando relegada a discursos desinformadores específicos e mais abrangentes. Realmente eu acho que essa análise seria muito mais importante para grandes discursos desinformativos, quando várias peças de desinformação falam a mesma coisa ou coisas parecidas sobre uma pessoa específica, um item específico, uma marca específica.

## **Pesquisadora**

Entendi, é uma desinformação mais arquitetada. Dos dez conteúdos que eu analisei, três tinham relação com uma demanda de parceria com a Meta. Que é uma parceria que a maioria das agências faz como uma fonte de financiamento. Além dos conteúdos dessa parceria que circulam nas redes sociais, quando vocês vão checar alguma desinformação, o que você olha e fala: “isso e eu vou checar”? Qual é o critério que você usa para falar: “isso é altamente checável”. Eu sei que na metodologia do Aos Fatos tem explicando o que é checável e o que não é, mas você, como repórter, quando você olha assim, já vê o que vai checar. Em relação à pandemia, o que era mais checável?

## Entrevistado 7

Geralmente, é igual a metodologia do Aos Fatos está falando, é realmente bem aquilo. A gente tem viralização, relevância e também a gravidade. Eu, inclusive, sou a pessoa que faz a ronda. Todo dia, 9 horas da manhã, eu chego antes de todo mundo, abro as ferramentas, Facebook, dou uma olhada no Twitter, dou uma olhada na Fátima, vejo as peças de desinformação que estão circulando e separo elas de acordo com esses critérios. Por exemplo, eu vou pegar o de ontem aqui. Ontem eu peguei 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 peças de desinformação que eu achava que daria para serem desmentidas. Aí eu pego essas 9, dou uma analisada e geralmente coloco para o chefe de reportagem, cinco, seis peças de desinformação que eu acho dessas aqui as mais interessantes de fazer. Aí, a gente acaba fazendo três, duas. Já teve dia que a gente fez quatro, dependendo da demanda e tudo mais.

Mas, a relevância é a maior. É o maior critério, no sentido de... Qual que é a pauta que está circulando essa semana? Quais são os assuntos que estão circulando essa semana? Ah, essa semana está tendo muita coisa sobre vacinação infantil, por exemplo. Está tendo uma discussão sobre vacinação e sobre combate à pandemia, também, lá no cenário internacional que a nossa ministra de saúde foi lá fazer. Eu acho que é hoje, inclusive, a reunião. Além disso, está tendo conflito, o conflito entre Israel e Hamas ainda está acontecendo. Entrou a história do lêmen, dos Houthis. E a gente sempre tem ataques ao presidente Lula. Lula sempre foi um alvo de desinformação quando Bolsonaro era presidente e agora, quando Bolsonaro não está mais em evidência e agora, todo mundo se volta para o Lula. Então, peças de desinformação que são relacionadas aos assuntos da pauta da semana, aos assuntos que estão circulando, que estão sendo noticiados, que as pessoas estão procurando, geralmente é o primeiro critério.

Depois vem viralização. Uma peça de desinformação está circulando em vários lugares, está com 100 mil visualizações no TikTok, 2 mil compartilhamentos no Facebook, está rolando no WhatsApp, aí eu também coloco. Eu sempre coloco, do lado da peça de desinformação, a viralização para a gente entender o que está maior e o que está menor. E lembrando que a viralização é uma coisa muito complicada de se calcular com exatidão. A gente calcula o que a gente consegue ver. Por exemplo, tem peças de desinformação que não circulam no Facebook, no Instagram, porque são violentos ou relacionadas a sexo mas ficam muito grandes no WhatsApp. Então,

a gente recebe várias vezes na Fátima, pessoas mandam e-mail falando. A gente tem que ter essa noção, também, de que redes sociais diferentes têm viralizações diferentes e diferentes maneiras de verificar isso.

E, aí, a terceira é a gravidade. Peças de desinformação graves, sei lá, na época da pandemia. Vídeos de pessoas que teriam morrido por causa da vacina. É grave por quê? Porque faz a pessoa que acredita na peça de desinformação acreditar em uma insegurança da vacina, em um perigo causado pela vacina e pode fazer com que as pessoas não se vacilem. Ela é perigosa, ela é grave, é uma peça de desinformação grave. Então, a gravidade acaba, às vezes, colocando a relevância e a viralização para baixo. Porque, é mais importante desmentir uma desinformação grave que está circulando até menos do que uma peça de desinformação menos grave por causa disso, porque ela é grave. Deixa eu lembrar um exemplo além dessa da pandemia. Ataques pessoais muito diretos. A Janja, por exemplo, é muito alvo disso. Teve uma peça de desinformação que estava circulando que ela estaria pelada em cima da bancada da cozinha. Ela estava sendo criticada. Aí, a gente tem altas discussões em relação ao conservadorismo, tratar a mulher como se ela fosse objeto. E tem o negócio de atacar a Janja pessoalmente. Estavam chamando ela de puta, estavam chamando ela de inúmeros nomes relacionados à sexualidade. E aí a gente desmentiu o mais rápido possível, porque era isso. Era alguém atacando a integridade física e a imagem da primeira dama, é uma coisa mais grave de se fazer. Então a gente acaba fazendo antes das outras peças de desinformação. Mas isso, são esses três, geralmente, eu diria, critérios que a gente usa para selecionar o que vai checar.

Ah, e aí tem uma coisa, lembrei de uma coisa. Existe, também, uma coisa que é a dificuldade de se desmentir. A gente tem que publicar coisas. A gente tem uma meta que a gente tem que fazer por mês para desmentir algumas coisas. E é isso, a gente também não pode deixar o site parado, sem nada para publicar. Só para explicar, não é regra, é mais uma coisa de fluxo mesmo. E não é sempre que aparecem peças de desinformação difíceis. O que é uma peça de desinformação difícil? É uma peça de desinformação que vai ter que entrevistar muita gente, que vai ter que conversar com várias pessoas, esperar a resposta de várias pessoas. E aí a gente acaba fazendo assim, vamos supor que são dois repórteres, se tem duas peças de desinformação difíceis, fica uma para cada, a gente pede, faz os pedidos de outro lado, espera a resposta. Enquanto espera, faz uma mais fácil, por exemplo, de

desmentir. Porque não dá para ficar esperando essas coisas. Então tem isso, também, de a facilidade de se checar, também é um critério, mas é um critério contornável e nem sempre evidente também.

Não é sempre que vai ter peças de desinformação difíceis, e quando tem, é como se ela fosse uma peça de desinformação extra. A gente tem três peças de desinformação para desmentir naquele dia, aí ela geralmente é a quarta que fica ali, a gente faz os pedidos, manda e-mail, liga para as pessoas, espera a resposta, enquanto isso vai desmentir outra coisa. Então também tem isso. A pandemia tinha várias peças de desinformação difíceis, mas a última peça: "Não é verdade que o STF afastou o Bolsonaro das ações", eu tive que entrevistar pessoas, porque é isso, a Cecília Mello, especialista em Direito Administrativo, eu até falei com outra pessoa também, só que ela não me respondeu, me respondeu depois, mas se você ver no dia 1º de julho de 2020, vai ter outras peças de desinformação desmentidas, ela só foi uma, é isso, ela só era uma mais difícil, mas ela era importante, que era uma peça de desinformação que se referia ao presidente, essas coisas.

### **Pesquisadora**

E o que não vai ser checado de jeito nenhum? Eu sei que opinião é um consenso geral, que não vai ser checada. Alguma outra coisa que não tem como ser checada, que vocês não vão checar de maneira alguma?

### **Entrevistado 7**

A gente só não checa o que é incheável, o que é opinião, o que não é embasado com dados públicos, por exemplo, o que não dá para saber, o que é insustentável é complicado de checar. Antigamente, a gente tinha esse selo de insustentável para declarações, mas aí a gente acabou tirando ele depois de uma discussão entre os editores sobre a quantidade de selos que o Aos Fatos tinha, e a gente acabou transformando em "Falso", "Não é bem assim", "Verdadeiro", e aí, o "Insustentável" acabou ficando ali no "Não é bem assim", em alguns casos. Mas, geralmente, é isso, opinião e fofoca, fofoca a gente costuma não checar também, a não ser que a fofoca... Não, acho que eu nunca chequei uma fofoca, acho que não, acho que seria isso sim, opinião e fofoca, o resto a gente tenta checar tudo.

## **Pesquisadora**

E quando vocês vão construir o conteúdo lá, como que esse conteúdo é pensado? O que você fala: "isso eu vou colocar, isso talvez não é tão relevante, eu vou deixar de lado". Como que é essa construção do conteúdo depois que já foram selecionados os fatos?

## **Entrevistado 7**

O texto jornalístico, em geral, tem um modelo, a gente tem um modelo que o primeiro parágrafo é o lead, aí o segundo é o sublead, aí tem o tópico frasal. Então, na peça de desinformação, numa checagem, ela também existe, ela é, isso inclusive, quando eu estava no mestrado, eu estava pensando em fazer, porque eu estudava gênero textual, e eu sempre pensei em fazer um artigo defendendo que checagem seria um gênero jornalístico textual, e tudo mais. E eu estudei isso no mestrado, porque eu defendi que o jornalismo em quadrinhos não era um gênero, era como se fosse uma área que tem vários gêneros jornalísticos dentro dela, que o quadrinho, na verdade, não é um gênero em si, ele é uma linguagem.

Na checagem, a gente tem o primeiro parágrafo, a gente vai explicar para a pessoa, resumidamente, igual um lead, por que aquilo é falso. Vamos supor aqui, vou pegar uma peça de desinformação de ontem. Estava circulando a história de que a Aniele Franco teria atribuído as chuvas no Rio de Janeiro ao racismo ambiental e climático. Essa é a peça de desinformação. Aí o lead é: "não é verdade que a ministra da Igualdade Racial, Aniele Franco, disse que a culpa das chuvas seria o racismo ambiental e climático, como afirmam publicações aceitas". Sempre a primeira frase vai ser isso "Não é verdade que...".

A segunda frase e a terceira vão explicar por que aquilo é falso. Ela, na verdade, tuitou que essa expressão seria uma das explicações por trás da tragédia causada pelos enchentes no Rio de Janeiro, uma vez que as zonas mais atingidas eram locais mais pobres e, segundo a ministra, com população majoritariamente negra. Então, a gente explica por que a primeira frase, não é verdade que a ministra da Igualdade Racial, Aniele Franco, disse que a culpa das chuvas seria o racismo ambiental. Esse é o lead. Aí a gente tem um segundo parágrafo que é para a viralização e aí a gente tem o desmentido. Aí no desmentido vai por ordem de tópico frasal mesmo.

De novo um parágrafo explicando a desinformação, aí o segundo parágrafo nesse caso. Qual foi o tweet da Aniele? Aí explica o tweet, mostra o tweet. Aí o terceiro parágrafo era o que ela queria dizer com o tweet. Aí, no quarto, a gente colocou o que aconteceu no Rio de Janeiro, qual foi o desastre. Aí a gente separou um tópico inteiro sobre o que é racismo ambiental, que é uma expressão que as pessoas não conhecem, a desinformação começa também nesse desconhecimento sobre a expressão, e aí os ataques para mostrar também que ela foi atacada por causa disso. Mas geralmente é isso. O primeiro parágrafo, lead, o segundo parágrafo, viralização, a gente coloca a imagem da peça de desinformação, e aí vamos fazer o desmentido maior com tópicos frasais. Aí, cada repórter pensa no que acha que é mais importante para o desmentido. Para mim, que eu fiz essa matéria ontem, eu achava que era importante mostrar primeiro qual foi o tweet verdadeiro para mostrar qual era o argumento. Aí, a gente explica o argumento, mostra que o argumento não estava errado. Então é isso, tópico frasal com base no que é mais importante para o desmentido. Só uma coisa. Quando eu falo tópico frasal, você sabe do que eu estou falando? Se não, eu explico.

### **Pesquisadora**

Pode explicar, por favor, é melhor.

### **Entrevistado 7**

Tópico frasal é o nome que eu dou, pelo menos que eu aprendi. O parágrafo tem um tópico. Nessa matéria, por exemplo, a primeira frase do parágrafo serve como um tópico do próprio parágrafo. Então: "Na manhã de domingo, Aniele Franco publicou o tweet X". Aí eu vou explicar, nesse mesmo parágrafo, o que estava escrito no tweet. Se eu for mudar de assunto, explicar a expressão, aí eu mudo o parágrafo, porque ele não está mais relacionado ao tópico do mesmo parágrafo. É mais ou menos isso. Eu aprendi isso na faculdade, não sei se esse é o nome verdadeiro, mas eu achava que era. Só para explicar. É porque essas coisas de jornalismo, a teoria é um pouco pobre. Cada um chama uma coisa de um jeito, e aí os autores meio que tem briga entre eles. Tem uns que não usam o nome de muita pessoa.

**Pesquisadora**

E aí, antigamente... Hoje em dia, nem sei como é que é. Antigamente, cada meio tinha o seu próprio manual de redação.

**Entrevistado 7**

Sim, exatamente. O Aos Fatos, inclusive, usa o da Folha. A gente usa o manual de redação da Folha para formatação. Então, como que fala, como que coloca o nome dos países, estrangeirismo. A gente usa o manualzinho da Folha.

**Pesquisadora**

Você vê alguma influência comercial e política nos critérios de escolha do que você vai checar? Por exemplo, existe a parceria com o Facebook. De alguma forma, a Meta influencia a escolha do que vai ser checado ou não? Algum outro critério político e econômico que influencia nisso? Porque, na verdade, as agências de checagem surgem para ser mais independentes, mas, de alguma forma, precisam ser financiadas também. Você acha que tem alguma influência?

**Entrevistado 7**

Não existe uma influência direta, porque a gente não recebe nada deles. Eles não mandam para a gente o que eles acham que tem que ser desmentido. Eles não vetam coisas. A gente nunca deixou de checar alguma coisa porque falava sobre o Facebook, por exemplo. A gente, inclusive, tem muitas matérias batendo no Facebook, porque é isso. A gente sempre foi bem específico nisso. A gente recebe para fazer um serviço para eles, mas não é uma empresa contratada para eles. A gente presta um serviço. Por exemplo, ontem, segunda, a gente publicou a matéria "Meta faturou R \$ 3,8 milhões com golpes anunciados no Facebook". A gente sempre bate no Facebook, sempre bate no Instagram, porque é uma área de cobertura nossa falar sobre como as redes sociais aumentam a disseminação das informações, auxiliam nessa disseminação.

Mas, eu falei diretamente, porque a ferramenta do Facebook entrega as peças de desinformação que os próprios usuários denunciaram como possível fake. Então, se a gente usasse só essa ferramenta, a gente só teria as peças de desinformação e os usuários do Facebook determinando como acham que é fake. Só que aí, a gente

teria uma influência indireta da plataforma. Só que isso não acontece porque a gente não usa só ela. A gente tem as nossas ferramentas próprias. Inclusive, é um dos diferenciais do Aos Fatos, a produção de tecnologias para auxiliar no nosso trabalho de checagem. A gente tem a Fátima, o Radar, o monitoramento do Telegram, até o próprio Escriba, que ajuda a gente também, que foi criado, inclusive, para ajudar na checagem do Bolsonaro, porque ele falava muito.

Então, a ferramenta do Facebook é apenas uma das ferramentas que a gente pode usar para procurar peças de desinformação. A gente usa várias outras e acaba fazendo um cruzamento, vendo quais estão mais viralizando. Nos últimos tempos, a gente tem visto peças viralizando muito no TikTok, por exemplo. Então, às vezes, elas nem estavam sendo compartilhadas no Facebook, a gente faz mesmo assim e envia para o Facebook, o que acaba caindo também. Publicações de TikTok acabam aparecendo no Facebook depois, no Twitter, essas coisas. Então, tudo isso para responder que não, não acho que tenha influência, não. E nunca teve. A gente nunca recebeu, isso eu posso falar com absoluta certeza, nunca nenhuma rede social veio falando: "olha, tem que desmentir isso ou não. Ah, não pode desmentir isso, não sei o quê". Nunca aconteceu.

### **Pesquisadora**

Critérios políticos também não. Teve até uma outra pessoa com que eu conversei e ela falou: "olha, a gente até checa a mais coisas de direita, mas é porque é na direita que, em geral, circula mais a desinformação, né? Não que a gente tenha dividido, assim".

### **Entrevistado 7**

Esse critério político, ele fica mais evidente. É inegável que vem mais peças de desinformação contra a esquerda. É inegável, sempre teve mais. Pelo menos é o que mais viraliza, é o que mais aparece para a gente desmentir. Quando a gente está checando um debate, por exemplo. Aí a gente vai pelo critério político de tentar não checar só uma pessoa. Então, nesses casos, a gente tenta, pelo menos, sempre dar o mesmo número de checagens para todos os candidatos principais. Aqueles quatro candidatos que estão na frente das pesquisas. E a gente sempre tenta ter o mesmo número de checagens. Então, é meio complicado, porque se a gente fosse desmentir

tudo que o Bolsonaro falasse no debate, ia dar, sei lá, vamos supor, dez checagens. E, aí, a Simone Tebet nem era tão perguntada e nem falava tanto. Então ela tem o quê? Duas checagens? Aí fica uma coisa meio desbalanceada. Então, a gente acaba optando por fazer isso, sim.

Mas a gente sempre tenta, mas isso não significa que a gente sempre consegue, porque depende do quanto a pessoa fala. Mas deixando claro que, assim, se terminou o debate, tem quatro checagens do Bolsonaro e três do Lula, vamos tentar achar mais uma do Lula para ficar quatro e quatro, para ficar uma coisa mais evidente. Mas isso não é pensado durante o debate, porque durante o debate a gente não sabe o que vai rolar. Então a gente vai desmentindo. Aí, no final, a gente consegue até ver: "tem muita checagem do Lula. Vamos ver se tem mais coisa que a gente não desmentiu, que passou batido". Mas não necessariamente é uma regra. É só para isso, evitar que as pessoas achem que a gente está checando mais um para bater. Se a gente checa mais de uma pessoa: "ah, não, eles não gostam do Bolsonaro, porque eles checam mais do Bolsonaro". O meu gosto não influencia em porra nenhuma no meu trabalho. É isso, eu vou checar se a pessoa falou uma coisa, se está verdade. Se uma mentira é uma mentira, ela vai ser mentira mesmo eu gostando da pessoa ou não. É simples assim, não tem segredo nessa parte.

### **Pesquisadora**

Há algum tipo de avaliação do conteúdo que foi produzido, da circulação? Como se fosse um seminário de avaliação, sabe? Igual você falou: "a gente percebeu que tinha que mudar os selos, que aquele selo Insustentável não se aplicava mais". Existe um momento no qual a equipe para ou que os repórteres se reúnem com os editores para fazer esse tipo de avaliação? Uma avaliação mais sistemática?

### **Entrevistado 7**

A gente sempre faz assim: nada no Aos Fatos sai sem pelo menos duas leituras. Eu vou fazer a matéria, pelo menos dois editores vão ler e vão ver se concordam com o selo ou não. Quando há essa discussão de selo, se uma coisa "Não é bem assim" ou é "Falso", é desse jeito, o repórter propõe, e os editores concordam ou não. Ou quando está muito difícil, a gente joga para a galera. A gente pergunta no grupo geral de edição: "gente, o que vocês acham? Eu acho que não é bem assim por

causa disso, disso. Eu acho que é falso por causa disso, disso". Aí eles decidem. Depois está publicado, muitas vezes é porque já teve a discussão, então a gente não tem mudança. A não ser que, sei lá, se tem um erro na checagem, não é muito comum, mas pode acontecer. Mas eu acho que nunca aconteceu de mudar o selo de tipo "Falso" para "Verdadeiro". Nunca, não me lembro, pelo menos. Só, sei lá, "Falso" virar um "Não é bem assim" ou mudar alguma coisa na checagem, mas ela continuar no mesmo selo, enfim.

Mas a gente tem uma equipe de redes que faz uma análise do que a gente publicou no dia anterior. Então, elas mostram: "olha, isso aqui está muito legal, foi muito bem no Twitter, foi muito bem no Google, rankeou legal no Google". Quais são as frases, as expressões, as palavras-chave que mais reverteram para o conteúdo. Então, é mais uma análise de rede que tem essa análise posterior. E, no final do ano, na verdade, no começo do ano, se referente ao ano passado, a gente sempre tem uma reunião com os repórteres, com os editores, com todo mundo, para discutir o que a gente fez no ano passado. O que a gente achou que faltou, o que foi bem, o que pode melhorar no ano, essas coisas. E aí, tem reunião de feedback. A minha reunião de feedback, inclusive, é hoje.

### **Pesquisadora**

Você acha que o seu trabalho de checar os fatos promoveu alguma mudança nas suas ideias, na sua forma de agir? Você acha que ele contribuiu, de alguma forma, para o seu crescimento, tanto pessoal quanto profissional?

### **Entrevistado 7**

Eu, como jornalista, eu acho que apuro muito melhor. Eu tenho muito mais segurança depois deste trabalho. Vou fazer sete anos aqui no Aos Fatos. Eu sou o repórter de agencia de checagem mais experiente no Brasil, porque é isso. Eu acho que o Aos Fatos foi criado no mesmo ano da Lupa, e eu acho que eu sou a única pessoa que trabalha desde o início na reportagem. Às vezes, eu viro chefe de reportagem, mas eu gosto de trabalho de repórter, então, eu sempre fiquei como repórter. Eu sempre falo que eu sou o mais experiente do Brasil, mas isso é uma piada minha.

Mas eu acho que melhorou muito a minha apuração, no sentido de que eu sei verificar coisas muito melhor do que antes, de ter segurança na apuração, no sentido de descobrir se alguma coisa é verdadeira ou não, achar os dados e tudo mais. E a gente tem uma visão muito mais... Vem na minha cabeça "chata", mas não é essa a expressão. Não é muito mais cética. É uma coisa assim, eu vejo um discurso de uma pessoa, de um político, ele fala alguma coisa, eu falo assim?: "isso aí pode estar falso, não sei se isso aí é verdade". Eu já começo a ter essa ideia, eu começo a duvidar muito mais das falas das pessoas, das pessoas públicas, principalmente.

A rede de desinformação brasileira, principalmente, se você for pensar no âmagio do negócio, a gente começa a ficar triste, porque, como é que as pessoas na época da pandemia, disseminavam desinformação sobre vacina, sabe? Pessoas morrendo, familiares morrendo com a Covid e "Ah, não, cloroquina funciona, cloroquina cura". E, aí, as pessoas tomavam cloroquina, as pessoas morriam mesmo assim. Você começava a ficar meio descrente da realidade. Eu e a Amanda, inclusive, a gente fez um livro sobre isso na época da pandemia, 2020. Um livro em quadrinhos sobre como a desinformação transformou uma discussão que era inteiramente científica em briga de time. Tudo parece que pode ter duas versões e não é assim. Ciência ou funciona ou não funciona. Não tem como você falar que "ah, não, os estudos estão mostrando que não funciona mais". Não. Claro que funciona.

A desinformação acaba polarizando muito. E aí tudo fica muito violento, as pessoas brigando pela verdade delas, e aí, a gente fica nesse meio do caminho. Se a gente não tira um pouco do trabalho, não sai do trabalho, para de pensar nisso, fica doido. Porque, é meio triste pensar que as pessoas podem colocar qualquer coisa na polarização.

## **Pesquisadora**

Eu queria só saber se de alguma forma, o fato de você checar fatos fez com que você propusesse novas formas de atuação profissional, e, se sim, como é que isso é aceito? Se isso é bem aceito ou não dentro de Aos Fatos?

## **Entrevistado 7**

O diferencial do Aos Fatos sempre foi criar tecnologias para facilitar o trabalho de checagem. E aí, geralmente, a ideia vem das pessoas. O Escriba foi uma ideia que

nasceu da dificuldade de se checar vídeos e discursos do presidente em tempo hábil, por exemplo. A Fátima também foi uma maneira que eles pensaram de como ajudar os usuários a entender, a checar sozinhos a peça de desinformação.

Como eu sempre fui ligado à ilustração, sempre propus coisas relacionadas à ilustração. Eu, em 2018 ou 2019, propus a gente fazer um guia para ensinar as pessoas a como checar peças de desinformação nas redes, em quadrinhos. a Tai, que é a chefe, superapoiou. A gente vendeu a ideia para a IFCN, o quadrinho saiu, foi traduzido para várias línguas. Aí, nessa questão do quadrinho, eu que cheguei para ela e falei: "olha, eu acho que a gente podia fazer, porque é uma maneira que a gente pode atingir mais pessoas, porque não é todo mundo que gosta de ler uma checagem de vários parágrafos. O quadrinho dá uma amaciada no conteúdo". Aí a gente começou a fazer os quadrinhos, ele foi modificando com o tempo. Inclusive, os quadrinhos que estão hoje, o formato que a gente faz hoje, nasceu por causa da pandemia.

A gente tinha um formato que o quadrinho era mais uma ilustração do texto, então, tinha um resumo em quadrinhos, mas o texto ainda existia. E, aí, o quadrinho hoje, de só o quadrinho com a Fátima narrando, nasceu com a pandemia, porque a Tai falou: "cara, a gente precisa fazer uma coisa assim, me desenha por que eu preciso da máscara". E, aí, a gente desenhou "Por que é importante usar máscaras: Fátima explica", é bem isso. E aí o modelo hoje segue isso, por causa da pandemia. Hoje a gente resume uma explicação em oito quadros desenhados, sem texto, para explicar os assuntos.

Geralmente, a gente tenta pensar em maneiras de ou facilitar o nosso trabalho, ou aumentar o engajamento para fazer com que mais pessoas acessem a checagem. E aí, geralmente, é muito bem-vindo e é, inclusive, fomentado pela própria editoria, tipo: "vamos sempre tentar pensar em coisas novas e tudo mais". A gente está pensando em uma coisa, mas eu não posso te falar, porque ainda não está certo isso, mas quando sair, eu vou mandar para você e falar assim: "olha, era isso que eu estava falando". O Bruno, por exemplo, estudou muito o chat GPT para saber como que ele poderia auxiliar no nosso trabalho, ou, por exemplo, pegar o texto e fazer as palavras-chave para colocar no Google, ou a Fátima GPT veio do chat GPT, a gente usou a inteligência artificial para o chatbot.

## Entrevista 8

### Pesquisadora

Os conteúdos que eu analisei não citam a origem da desinformação, falam a plataforma em que circulou, até por conta também da parceria com o Facebook, mas não se fala muito da origem, se é humana ou se é robótica. Claro que quando é declaração de político, aí a gente sabe que é uma origem humana. Mas, se for uma desinformação geral que está circulando na plataforma, não cita se houve a participação de bots, por exemplo. E aí, eu digo de bots porque na época de 2020, que era a época da pandemia, ainda não tinha muita atuação de inteligência artificial tão forte como a gente está vendo atualmente. Eu queria saber por que não é levado em consideração se houve a presença de bots para espalhar aquela desinformação.

### Entrevistado 8

Então, o principal foco da checagem, dessas checagens diárias, é desmentir, desmentir a desinformação. E a gente precisa fazer isso numa velocidade grande, mesmo assim, não é a mesma velocidade que a desinformação ela é espalhada. Então, o foco das checagens sempre foi desmentir e detalhar o que é falso, o que é contraditório, esse tipo de coisa. Essa parte de *bots*, qual é a origem, é um trabalho mais analítico, que, no caso do Aos Fatos, existe o Radar. Ele fazia pautas mais demoradas, mais analíticas. É uma equipe com repórter, com cientista de dados, com equipe de linguística, que montava a lista de *tags* para rastrear, e aí surgiam essas matérias. Mas, checagem do dia a dia, checagem de discurso, todo esse tipo de coisa, o foco é desmentir o mais rápido possível. E você fazer uma análise dessas, se a origem é de *bot* ou é humana, leva tempo. Então, a gente já tem um *delay* em relação à velocidade da disseminação da desinformação. Se a gente para para pesquisar a origem de cada um, a gente perde o barco.

### Pesquisadora

Você acha que seria importante pesquisar essa origem, mas não numa checagem mais cotidiana, diária, seria isso?

**Entrevistado 8**

Isso. No dia a dia, não. Para a checagem do dia a dia, o mais importante é o desmentido. O que interessa para o público é saber se aquilo é verdade ou não.

**Pesquisadora**

E qual que é a importância, então, nessas matérias mais aprofundadas, de se saber se a origem é robótica ou humana?

**Entrevistado 8**

Acho que a importância seria observar como a desinformação está sendo aprimorada e como a gente tem que combatê-la ou minimizá-la. Combater é meio difícil, mas minimizar. Então, é importante saber a origem. Por isso, eu acho que entra no campo mais analítico, é um público mais específico também. Serve, ainda, para cobrar as plataformas. Ok que as agências de checagem têm vínculo com o Facebook, por exemplo. Mas, mesmo assim, o material delas serve para embasar diversas coisas. Então, é importante ter esse material analítico com a origem.

**Pesquisadora**

Quando estavam sendo realizadas as checagens da pandemia, quais os critérios eram considerados para escolher os fatos que iam ser checados?

**Entrevistado 8**

Bom, em relação à desinformação que circulava nas redes sociais, na internet, sem ser discurso político, discurso do Bolsonaro, por exemplo. Então, o presidente sempre ia ser checado. Mas, em relação à desinformação na internet, um ponto importante era o número de interações, número de compartilhamento, esse tipo de coisa.

**Pesquisadora**

Então, quando tinha muito compartilhamento, essa com certeza seria checada?

**Entrevistado 8**

Isso. Muito compartilhamento, muito comentário, número de interações. Óbvio que a gente checava outras coisas que ainda não estavam tão virais, mas o principal critério era se estava disseminando demais.

**Pesquisadora**

E o que não era checado de jeito nenhum?

**Entrevistado 8**

O que não é checado de jeito nenhum é a teoria da conspiração. Pior que eu não lembro nenhum exemplo agora, mas se é muito teoria da conspiração, você sabe que é uma mentira, é tão fantasiosa, isso não dá para checar. Mas, de resto, tudo a gente checava. Lembrei agora, por exemplo, que a Covid foi trazida por alienígenas, um papo desse jeito. Isso a gente não checava.

**Pesquisadora**

Existe uma parceria com a Meta, que os conteúdos são checados a partir de uma demanda do Facebook. Algumas pessoas com quem eu conversei, me explicaram que a própria plataforma define quais conteúdos têm potencial de desinformação e, aí, a agência analisa e vê quais checagens serão feitas dentro daqueles conteúdos. No jornalismo tradicional, por exemplo, há muita influência comercial e, também, critérios políticos. Jornais que são, por exemplo, mais de direita, então vão dar um enfoque dessa forma para uma reportagem. As agências de checagem nascem para serem mais independentes, mas ainda precisam de financiamento para sobreviver. Então, eu queria saber se você notava que havia algum critério comercial ou político que influenciava nos conteúdos que iriam ser checados, no que seria escolhido e na forma como seria checado.

**Entrevistado 8**

Não, porque a agência tem uma metodologia de monitoramento. Então, todos os dias, o repórter que entrava no primeiro horário, ele fazia uma varredura. Ele entrava na plataforma da meta, que só os checadores têm acesso, que é lá onde chegam os *posts* que os usuários denunciam como desinformação. Então, nessa

plataforma, não tinha coisa que a equipe da Meta que considerou como desinformação. Não, é aquele post que você viu, achou desinformativo, foi lá nos três pontinhos e denunciou. O primeiro repórter entrava nessa plataforma, olhava quais eram as desinformações que estavam mais recorrentes, que tinham sido denunciadas. Ele entrava nos grupos de WhatsApp que eram monitorados, nos grupos de Telegram. Ele também entrava nas redes dos principais sites desinformativos, que inclusive foram investigados, acho que foi... Eu não lembro agora onde, mas teve aquela investigação, acho que foi do STF. E, a partir desse monitoramento, eram selecionadas as desinformações para serem checadas naquele dia, eram selecionadas aquelas que a gente tinha que ficar de olho, que iam ficar para depois. Então, acho que nesse critério, apesar de ter a dependência financeira da Meta, ela não influenciava em nada na produção, no trabalho.

### **Pesquisadora**

E na hora que ia ser construído o conteúdo que ia ser checado, o que era levado em consideração? O que era necessário?

### **Entrevistado 8**

A principal questão é desmentir o fato central e depois explicar. Então, por exemplo: “a cloroquina funciona para a Covid-19”. Essa era uma postagem bem recorrente. Toda vez a gente tinha que buscar os estudos mais recentes, ver o que estava sendo pesquisado, conversar com especialistas e aí fazer o conteúdo explicativo. Então, começar: “ainda não existe evidências científicas de que a cloroquina cura a Covid-19 por causa disso ou daquilo. O estudo X fez testes com X pessoas e não viu resultado. O estudo Y fez isso”. Explicar porque é falso. Era essa estrutura. Sempre com documentos que embasem o desmentido.

### **Pesquisadora**

Existia algum fato que, com certeza, você olhava e falava: “ah, isso aí vai ser checado”?

**Entrevistado 8**

Por exemplo, essa sai um pouco da Covid, mas começar a tomar banho molhando a cabeça gera infarto. Precisava ali do cardiologista pra explicar. Eu entrevistei acho que dois ou três cardiologistas, mas é aquela que você olha e sabe que é falso. Voltando pra Covid, usar máscara faz mal pra saúde porque você inala o dióxido de carbono. Você também, de cara, já via que era falso, porque antes da Covid, o pessoal da área da saúde já usava máscara, inclusive durante cirurgias, cirurgias que demoram seis, doze horas, várias horas, e essas pessoas não estavam morrendo por causa do uso de máscara. Talvez seria uma informação que, pela nossa experiência, a gente já via que não tinha nem pele, nem cabeça, né?

**Pesquisadora**

Havia algum um momento em que vocês paravam e avaliavam o conteúdo que foi produzido? Como se fosse um seminário de avaliação com a equipe?

**Entrevistado 8**

Não existia um período fixo. Tipo, toda semana vamos nos reunir para avaliar o conteúdo. Não, mas nós tínhamos reuniões de pautas diárias, então a gente começava com reuniões de pauta e nessas reuniões era conversado sobre o caminho da checagem. “Voltou cloroquina”, então vamos explicar, precisa ter pesquisa atualizada, é melhor explicar, dar mais detalhes sobre isso, sobre aquilo. Então, a gente sempre ia aprimorando isso nas conversas, nas reuniões de pauta e dependendo de caso a caso.

**Pesquisadora**

Era uma coisa mais cotidiana mesmo?

**Entrevistado 8**

Isso, exato.

**Pesquisadora**

Você acha que trabalhar com a checagem de fatos promoveu alguma mudança nas suas ideias ou nas suas formas de agir?

**Entrevistado 8**

Nas formas de agir, acho que não. Acho que a período de checagem, eu trabalhei como checadora por três anos praticamente, o seu instinto de pesquisa, ele fica bem mais apurado e você fica bem mais desconfiado. Então, numa pauta comum, que não tem nada a ver com checagem, automaticamente a gente vai checar tudo com mais primor, com mais detalhe. Mas, assim, mudar o modo de pensar, acho que não.

**Pesquisadora**

Você disse que você ficou mais detalhista na apuração, não só enquanto você fazia checagem, mas na sua vida?

**Entrevistado 8**

Sempre. Exato. Se eu faço uma entrevista com você, você fala um monte de coisa, mas eu não vou colocar todas as suas declarações, só porque você é especialista e falou. Tem coisa que eu vou checar. Mesmo eu sendo especialista, eu posso ter errado, né?

**Pesquisadora**

E você acha que, de alguma forma, seu trabalho de checagem, além de uma apuração mais cuidadosa, permitiu a você repensar a sua própria atividade profissional como jornalista e até propor novas formas de atuação?

**Entrevistado 8**

Acho que o que eu refleti muito foi sobre, por exemplo, jornalismo declaratório. O quanto o próprio jornalismo, às vezes, contribui, mesmo que seja de modo pequeno, para a desinformação. Pega lá e joga uma aspa do ex-presidente. E aí, ok, que no texto pode ter alguma explicação, mas já está lá no título. Então, acho que eu refleti muito sobre essa atuação, sobre esse jornalismo declaratório e o quanto os jornalistas, muitas vezes, não têm escapatória, porque eles querem fazer diferente, mas o editor está ali cobrando o caça-clique. Então, eu refleti sobre isso.

**Pesquisadora**

De alguma forma, isso fez você propor novas formas de atuação, tanto de apuração, formatos, ou pensar em alguma outra coisa mesmo, tanto enquanto você estava checando fatos quanto agora que você trabalha em outras frentes?

**Entrevistado 8**

No Aos fatos, sempre tudo foi muito criterioso. Então, não tinha esse negócio de jornalismo declaratório, de caça-clique. E onde eu estou agora, no Observatório do Clima, é uma organização que também, durante o governo Bolsonaro, também trabalhava bastante com checagem. Tem um projeto lá chamado Fake Book, só que com foco em checagem de questões ambientais. Então, não havia necessidade de propor coisas diferentes, porque os lugares onde eu trabalhei não seguiam essa linha que eu critico, que é a linha, às vezes, do jornalismo declaratório, colocar ali uma notinha muito superficial, uma matéria superficial.

Vou dar um exemplo de um lugar que eu trabalhei no passado, e eu vi um texto, neste ano, falando sobre os distritos de São Paulo onde o ar era mais poluído e onde o ar era menos poluído. E aparecia Marilac, no extremo sul de São Paulo, como menos poluído. Para mim, para eu que conheço, é óbvio, porque é uma área onde a maior parte é rural, é mata. Mas a matéria não explicava isso, por exemplo. Só falava que no centro tinha mais carros, mais ônibus. Enfim, os lugares onde eu trabalhei, aos fatos, os últimos lugares, agora onde eu estou, não seguem essa linha mais superficial, declaratória, por exemplo. Então, o meu foco, quando eu quero sugerir novas coisas, é sugerir, tipo, "para formatar essa matéria, acho que fica legal o gráfico, fica legal isso", esse tipo de coisa, mas não de mudança no estilo de conteúdo, no tipo de apuração. Isso não porque são lugares bem criteriosos.

**Pesquisadora**

No Aos Fatos, você que esteve lá dentro, eles aceitam bem as mudanças, procuram se adaptar e procurar a novas realidades que sejam mais adequadas ao momento?

**Entrevistado 8**

Sim. O Aos Fatos, na liderança da Thai, a Thai é bem exigente e ela é uma pessoa bem atenta. Então, ela constrói uma equipe que tem essa visão de sempre aprimorar o trabalho, sempre acompanhar as tendências, as tendências tecnológicas. A Fátima, que é a robózinha checadora, agora ela já trabalha com inteligência artificial. Quando eu saí, em novembro de 2022, ela ainda não estava tão avançada desse jeito. Mas, quando veio 2023, que a inteligência artificial deu um salto bem grande, a Fátima também deu esse salto junto. Então, de fato, é um lugar bem mente aberta, que acompanha as coisas e que tenta colocar isso em prática na redação.

**Pesquisadora**

Você acha que verificar fatos durante o período da pandemia trouxe algum diferencial para você? Caso sim, qual foi? Ou você acha que foi só mais um período como os outros?

**Entrevistado 8**

Não foi um período como os outros. Foi um período muito pesado. Eu cobri toda a pandemia e cobri duas eleições. A municipal e a nacional em 2022. Então, eu tive três anos bem intensos, porque cobrir a eleição na área de informação é uma loucura. E a pandemia, principalmente no início, no primeiro ano e em 2021, também foi uma grande loucura. Acho que, de ponto positivo, que eu tenho, que eu tiro, essa parte de ser mais criterioso, de sempre rechecar e rechecar, o exemplo que eu dei de não acreditar em tudo que o especialista fala na entrevista, de checar alguns pontos. Não é checar toda a entrevista, é checar alguns detalhes. Isso vem desse trabalho de checagem, também, porque, às vezes, é um dado que não foi bem explicado ou confundiu com alguma coisa. Isso não quer dizer que o especialista seja desinformador. Não. Às vezes, deu uma escorregadinha ali em alguma coisa. E até pra voltar e perguntar; "é isso mesmo esse tipo de coisa?" Então, acho que ponto positivo é ser mais criteriosa e olhar com mais atenção as coisas.

E aí, tem os pontos negativos, porque é um desgaste psicológico, um desgaste mental muito grande trabalhar com checagem.

**Pesquisadora**

Você diz desgaste em que sentido? Você tem que fazer essa apuração mais profunda, então te desgasta mais mentalmente? Ou eu entrevistei outra pessoa que falou que até as pessoas vão atrás de você, que acham que você ao invés de estar dando informação, está dando opinião. Então tem esse perigo também dos ataques e tal. Seria cansativo em que sentido?

**Entrevistado 8**

Pra mim, é cansativo. Tem o desgaste mental, porque é um volume grande de desinformação, é coisa negativa o tempo todo. E, às vezes, você entrava no perfil ou no site, você via aquele monte de absurdo, aquele monte de teorias, então é uma carga muito pesada, eu acho. Você consumir todos os dias aquele monte de coisa. Tem gente que fazia: "tomar chá disso é bom pra covid". É uma pessoa boa que ela só está replicando uma coisa que ela ouviu falar, que ela acredita. Mas aí, tem os grupos mais intensos, que são esses grupos que atacam, que falam que é opinião, que é partidário, todo esse tipo de coisa, e eles sempre postavam muitas coisas que aumentavam essa carga de negatividade. Então, tinha esse cansaço mental de ficar o tempo todo vendo um monte de coisa ruim, os ataques, e também que era um volume grande, tinha que checar as coisas, ia aparecendo mais e nunca acabava. Tinha uma pressão muito grande, porque você não pode errar. Acho que juntava tudo, era um compilado. Perseguição, excesso de postagens negativas, volume de desinformação, volume de trabalho, medo de pressão pra não errar, todo esse tipo de coisa.

**Pesquisadora**

Tem mais alguma coisa que eu não perguntei que você gostaria de acrescentar? Acho que passamos pela maioria das coisas.

**Entrevistado 8**

Acho que passou pela maioria das coisas. A única coisa que eu queria complementar, uma coisa bem frustrante do trabalho da checagem, é que quem acredita muito numa teoria, você pode fazer o melhor trabalho possível que a pessoa não vai mudar. Ela vai continuar acreditando, porque aquela é a teoria dela. Por isso, alguns jornalistas falam que o trabalho de checagem é enxugar gelo. Eu discordo um

pouco. Acho importante ter, é melhor ter do que não ter. Se não tivesse, acho que seria bem pior. Mas tem essa frustração, tem os polos. Quem está aqui no meio, ali no meio na corda bamba, pode dar atenção para a sua checagem e entender. A vacina não é perigosa. É importante tomar. Mas quem está aqui super anti-vacina, você pode mostrar todas as evidências, que ela vai continuar dizendo: "não, a vacina vai te matar e pronto". Então, acho que o público que a checagem atinge ainda é bem limitado.