

A TRANSPARÊNCIA COMO CONDUTA PARA O JORNALISTA

TRANSPARENCY AS A CONDUCT FOR THE JOURNALIST

LA TRANSPARENCIA COMO CONDUCTA DEL PERIODISTA-CHECKER JOURNALIST

Marlise Viegas Brenol[i]

RESUMO

O fenômeno contemporâneo contemplado pelo termo *fake news* (DOURADO, 2016; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) impôs ao campo jornalístico, na busca de autolegitimação, ampliar ou enfatizar condutas de prestação de contas (CRAFT, HEIM, 2008; FENGLER *et al.*, 2015) na produção da notícia, antes restritas a espaços organizacionais como coluna do editor ou ombudsman. Em ano eleitoral, como foi 2018 no Brasil, tornou-se mais relevante a atuação de uma imprensa qualificadora do debate público. A verificação de discurso político é uma das estratégias do campo do jornalismo evidenciada na cobertura eleitoral. Este artigo tem como objetivo analisar o produto da atuação do jornalista verificador de discursos políticos por meio da análise de conteúdo acerca da cobertura de entrevistas com presidencialistas, ao longo do ano de 2018, e antes do pleito que elegeu o presidente Jair Bolsonaro, no website Aos Fatos. Como resultado, evidenciamos um padrão de conduta de transparência na amostra de textos analisados. A conclusão aponta o jornalista verificador como aquele capaz de trazer à tona não apenas dados públicos, mas também o próprio método de trabalho por meio de hiperlinks de remissão a fontes de origem, visibilizando estratégias de orientação não apenas sobre o que ler, mas também como ler e conferir a notícia.

Palavras-chave: Fake news. Jornalismo. Democracia digital. Transparência. *Fact-checking*.

ABSTRACT

The Fake news contemporary phenomenon (DOURADO, 2016; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) imposed to the journalistic field, in the search for self legitimization, enlarge or emphasize roles of accountability (CRAFT, HEIM, 2008; FENGLER *et al.*, 2015) in the news production previously restricted to organizational spaces as the editor's column or the ombudsman. In an election year, as it was 2018 in Brazil, it becomes even more relevant the performance of a qualifying press for public debate. The verification of a political discourse is one of the strategies of the field of journalism evidenced in the electoral coverage. This article aims to analyze the product of the performance of the verifying journalist in political discourse through the content analysis about the coverage of interviews with presidential candidates, throughout the year of 2018, and before the election that elected President Jair Bolsonaro, on the website "Aos Fatos". As a result, a pattern conduct of transparency was identified in sample of analyzed texts. The conclusion indicates that the verifying journalist is able to bring up not only public data, but also the working method itself through hyperlinks of reference to the origin sources, making visible strategies of guidance not only to what to read, but also how to read and check the news.

Keywords: Fake news. Journalism. Digital democracy. Transparency. *Fact-checking*.

RESUMEN

El fenómeno contemporáneo de las noticias falsas (DOURADO, 2016; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017) impuso una reacción del campo periodístico, con el fin de utilizar estrategias de legitimación. Los periodistas están asumiendo o poniendo de relieve acciones de rendición de cuentas (CRAFT, HEIM, 2008; FENGLER *et al.*, 2015) en la producción de artículos previamente publicados en espacios organizacionales como sitio editorial o ombudsman. En época electoral, como lo fue 2018 en Brasil, se vuelve más relevante para la prensa estimular el debate público con contenido calificado. La verificación del discurso político es una de las estrategias del campo del periodismo observado en el periodo electoral. Este artículo tiene como objetivo analizar el producto de la actuación del periodista verificador de discurso político a través del análisis de contenido sobre las entrevistas a candidatos presidenciales, a lo largo de 2018, y antes de la elección que eligió al presidente Jair Bolsonaro, en el sitio web. Como resultado, se identificó un patrón de conducta de transparencia en la muestra analizada. La conclusión indica que el periodista verificador es capaz de llevar a los lectores no solamente datos públicos, sino también el propio método de trabajo a través de hiperlinks de referencia a fuentes de origen, haciendo viables las estrategias de orientación no sólo sobre qué leer, sino también cómo leer y consultar las fuentes de información.

Palabras-clave: Noticias falsas. Periodismo. Democracia digital. Transparencia. Verificación de datos.

INTRODUÇÃO

As eleições brasileiras de 2018 foram marcadas pela ampla circulação de desinformação em mídias sociais e também pela adoção de estratégias de autolegitimação da imprensa profissional como reação (FOSSA; MULLER, 2019). Em meio à circulação de informações fabricadas com mentiras por grupos de interesse, há ainda a desinformação provocada pelos próprios candidatos, quando no uso do seu poder de voz e persuasão distorcem fatos a seu favor, ou ainda, quando falas fragmentadas dos candidatos são descontextualizadas e ressignificadas.

Este artigo tem como objetivo analisar o produto da atuação do jornalista verificador de discursos políticos por meio da análise de conteúdo de uma amostra do site brasileiro *Aos Fatos*[1]. O recorte de pesquisa selecionou a cobertura de entrevistas com presidentiáveis, ao longo do ano de 2018, e antes do pleito que elegeu o presidente Jair Bolsonaro, no site *Aos Fatos*. Analisamos por meio dos textos de conteúdos publicados no site *Aos Fatos* a conduta adotada pelos jornalistas da agência de verificação na cobertura de discursos políticos. O estudo visa contribuir para a discussão sobre a reconfiguração e a delimitação de funções assumidas pelo jornalista no ambiente da democracia digital, alargando e evidenciando condutas profissionais de prestação de contas. Identificamos, por meio da observação empírica, uma conduta padronizada de verificação ou checagem – usados como sinônimos neste estudo – de discursos políticos assumida por jornalistas, visando direcionar e alimentar o debate público.

Para cumprir o objetivo deste artigo de identificar um padrão de conduta de prestação de contas por meio do estudo dos textos jornalísticos, observamos a amostra a partir de três categorias: tema, espaço e links de origem. A partir do método de análise de conteúdo (BARDIN, 1977; MORAES, 1999), o estudo evidenciou um padrão de adoção de links de origem como regra, apesar de demonstrar tratamentos levemente enviesados – e não justificados – para as temáticas e para o espaço de cada candidato.

O estudo procede uma análise de conteúdo da cobertura de entrevistas dos presidentiáveis no programa de televisão *Roda Viva*, no canal brasileiro da TV Cultura, produzida pelo site *Aos Fatos*, autodesignado como uma *plataforma de fact-checking em busca da verdade na política*, com a proposta de combater as *fake news* e a desinformação.

As *fake news* são simulações de notícias ou outros tipos de conteúdo disseminados com intenções de desinformar ou construir uma narrativa de pós-verdade, impulsionados por recursos tecnológicos. Há nuances e tons variáveis entre os tipos de *fake news* circulantes e há origens políticas, econômicas e até mesmo humorísticas por trás, ou seja, a generalização não colabora com a interpretação dos casos. Apesar das *fake news* potencialmente distorcerem ou manipularem o discurso político autoral, este artigo analisa a verificação de falas de políticos em respostas a uma entrevista jornalística, ou seja, mesmo quando o autor do discurso tem autenticidade e autoridade no lugar de fala também pode potencialmente gerar desinformação como veremos a seguir.

VERIFICAÇÃO DE FATOS, JORNALISMO E ELEIÇÕES

A prática de verificação dos fatos no jornalismo ganha novos contornos no espaço de excesso de informações que leva à desinformação (BASTOS, 2012; WARDLE; DERA KHSHAN, 2017; WOLTON, 2007). Os sites e aplicações de redes sociais digitais têm se constituído como um ambiente de circulação e distribuição de informações de diversas fontes, estabelecendo uma dinâmica diferente de acesso à informação, à notícia e ao jornalismo. Uma pesquisa sobre o hábito de consumo de notícias por jovens aponta escolhas incidentais, ou seja, acesso a notícias na rede social, sem contexto e sem hierarquia (BOCZKOWSKI; MITCHELSTEIN, 2017).

Uma das consequências do modo incidental de consumo de informações é a perda da identificação de origem da informação. O leitor não necessariamente acessa o jornal para ler a notícia, ele é alcançado

por informações em aplicativos de mídias sociais e mensageiros. Em meio a notícias produzidas por veículos jornalísticos profissionais estão as *fake news*, termo que ganhou visibilidade nas eleições norte-americanas de 2016 por meio do então candidato Donald Trump. Na época, Trump se referia a notícias dos veículos tradicionais como a CNN do grupo *Turner Broadcast* como notícias falsas. Nesse sentido, Carlson (2018), em estudo sobre as eleições americanas e a desinformação no Facebook, aponta que as *fake news* se tornaram um termo condensador de questões relativas à erupção de barreiras dos canais jornalísticos tradicionais, notícias direcionadas por métricas de audiência e a crescente influência das mídias sociais na circulação das notícias. O próprio campo vem reivindicando para si a autoridade de “*gatekeepers* apropriados para a sociedade democrática” (CARLSON, 2018, p. 2), com um discurso moral contra *fake news* capaz de revelar a própria ansiedade dos jornalistas sobre questionamentos emergentes no seu papel social.

As *fake news* trazem especificidade ao estudo da desordem informacional (WARDLE; DERA KHSHAN, 2017), que engloba diferentes tipos de notícias sem atributos de verdade objetiva para prejudicar o entendimento do leitor, provocando uma circulação massiva de conteúdos falsos, distorcidos e intencionais por meio de aparatos tecnológicos. Os textos jornalísticos, identificados por Carlson (2018), apontam para um enfrentamento do campo em relação à responsabilização dos criadores de notícias falsas e também um posicionamento em relação às plataformas que fazem circular as fakes e as recompensam financeiramente pela audiência, constituindo mídias sociais.

Nesse contexto, Singer (2020) aponta para um crescimento do papel de verificação para jornalistas em iniciativas de *fact-checking*, visando como norma fundamental a avaliação do valor “verdade” dos fatos, com julgamento atribuído por valoração dos fatos e depoimentos. Uma segunda delimitação do autor para esse grupo de profissionais está relacionada à adoção de parâmetros de transparência

[1]O site brasileiro Aos fatos pode ser acessado pelo link <https://www.aosfatos.org/>.

relacionados a prestações de contas, signatários de um código de princípios estabelecido em 2016 por uma organização internacional chamada Rede Internacional de *Fact-Checking* (IFCN), a qual estabelece parâmetros de independência política como não vinculação a partidos políticos, de prestação de contas organizacionais sobre financiamento do veículo, formato de exibição de métodos de apuração e fontes acessadas, bem como espaço aberto para correções dos leitores.

Apesar de adotar parâmetros claros, a questão da avaliação da verdade, mesmo com métodos objetivos de verificação, tem sofrido críticas pela adoção de selos de classificação de verdade ou mentira, com nuances variáveis entre os veículos. Lim (2018), em estudo comparativo entre dois veículos de *fact-checking* americanos, identificou que os veículos coincidem pouco em discursos verificados e quando coincidem na escolha da pauta, tendem a discordar na valoração da verdade. Esse fato se deve, entre outros fatores, à ausência de um padrão de julgamento entre os veículos e à ambiguidade dos discursos políticos, dificultando o trabalho da avaliação da verdade e ampliando a subjetividade na escolha de selos.

A atuação das agências de verificação dos fatos, segundo Dourado (2017), potencializa a argumentação sobre temas de interesse público ao dar mais transparência a informações políticas e provocar um incremento na fiscalização da política. O efeito da verificação dos fatos sobre o comportamento eleitoral, entretanto, não pode ser verificado diretamente com efeito de causalidade (WINTERSIECK, 2017) e nem mesmo o alcance e circulação das verificações se compara à propagação das *fake news*.

A DES-ACREDITAÇÃO DA INTERNET

Esse cenário compõe uma desilusão em relação à perspectiva de uma internet que permitisse relações mais horizontalizadas, discursivas e liberais tal idealizada pelos mais otimistas como uma concretização da clássica noção esfera pública. Pelo contrário, a visibilidade como característica sobreposta à

discursividade predominou no século XX e se complexificou com a introdução da era digital no século XXI.

A era de predomínio da visibilidade da imagem em relação ao argumento, conhecida pelo domínio da chamada comunicação de massa centrada na potência da televisão generalista e aberta, se estabeleceu em um sistema dominado por uma lógica de publicidade comercial e propaganda, ditando a escassez de espaços e de pautas temáticas.

No Brasil, na política, há um fato ilustrativo desta era para o jornalismo: a edição da Rede Globo do debate eleitoral dos então candidatos à presidência Luiz Inácio Lula da Silva e Fernando Collor de Melo. Anos mais tarde, a própria Rede Globo em texto editorial no Jornal Nacional admitiu o “risco” tomado pela edição na televisão em 1989 (PORTAL IMPRENSA, 2015). Também no programa Dossiê da Globo News em 2011, José Bonifácio de Oliveira Sobrinho, o Boni, admite em entrevista ao jornalista Geneton Moraes Neto, que houve manipulação prévia do debate (MORAES NETO, 2011). A edição do debate precedeu a chegada do acesso à internet comercial que viria a reconfigurar as dinâmicas socioculturais da comunicação e informação.

A internet introduziu novos atores na disputa de poder, como as grandes empresas de tecnologia. A comunicação em redes informáticas alçou a manipulação de conteúdos a voos mais altos, com novos contornos e outro tipo de controle social e tecnológico. Com a internet entraram em disputa pelo poder cultural e político nacional corporações multinacionais, com fronteiras geográficas diluídas. Se por um lado, apresenta-se espaço para múltiplas e independentes fontes e contraposições de discursos, por outro lado, a circulação e distribuição dos conteúdos está concentrada em poucas empresas (em especial Facebook e Google), independente do poder e controle de Estados nacionais.

Esse contexto então

erodiria as existentes instituições democráticas e causaria a perda de uma histórica oportunidade de usar

as novas mídias para estender e aprofundar o processo de democratização entre indivíduos, organizações, instituições e Estado (JAMBEIRO, 2007, p. 111).

No ambiente de desconfiança, com informações falsas circulando ao lado de notícias objetivadas em fatos verificáveis, se sobressai um tipo de cobertura jornalística apoiada em ferramentas e políticas de transparência pública digital. As políticas de transparência digital foram implementadas na esteira dos desafios da virada do século em relação ao fluxo de informação na internet.

O Estado passou a sofrer pressão para abrir os sistemas e bancos de informação ao acesso universal do cidadão, em nome da efetivação do direito de acesso a informações públicas para a prática da cidadania, inclusive com pressão de empresas de mídia, reivindicando o papel social de fiscal do poder e garantidor da democracia, de iniciativas cívicas de ONGs, como atores de controle social e da própria comunidade científica, na reivindicação de dados públicos para a prática de pesquisa.

A TRANSPARÊNCIA COMO RE-ACREDITAÇÃO DA INTERNET

O ambiente digital da internet está estruturado nas características que o constituem, como hipertextualidade, interatividade, multimidialidade e outros. Essas características conformam atributos para operacionalizar um valor democrático caro às sociedades contemporâneas: a transparência. Nesse aspecto, a internet permite aos governos se deixar ver por meio da publicização de atos e ações do governo, ao mesmo tempo em que permite a prestação de conta de diferentes atores, inclusive do jornalismo, ao se deixar ver pela publicização do método de trabalho e fontes.

A transparência é precedida nos estudos da teoria política pela noção de publicidade trabalhada desde autores clássicos, na perspectiva de Kant como uma plataforma moral para o direito e para a política e na perspectiva de Bentham para quem a publicidade é uma forma de evitar o abuso do poder político (GOMES; AMORIM; ALMADA, 2018). A

transparência pública digital está contida na acepção da democracia digital, ou seja, na compreensão de que os princípios da democracia e os princípios constitucionais de um país podem e devem ser potencializados, operacionalizados e mediados com o auxílio de tecnologias digitais de comunicação e informação.

Nesse sentido, “as tecnologias digitais referem-se aos processos de conectividade, digitalização, dataficação, interatividade” (ALMADA et al., 2019, p. 163), entre outros capazes de promover a participação cidadã no debate público, visando a promoção do pluralismo social e o incremento de direitos e liberdades em suas iniciativas.

Esse entendimento tem incluído as políticas de abertura de governos democráticos com instrumentos legais e institucionais para determinar o que pode ser visto, quando e como. Os governos trabalham nas assessorias em painéis de visualização de dados e informações para prestação de contas e nos esforços para se adaptar às demandas impostas pela Lei de Acesso à Informação (LAI), aprovada em 2011 no Brasil.

Nesse contexto, o campo do jornalismo, em especial do jornalismo de dados e investigativo, se destaca como aquele que possui atores capacitados para fazer uso e apropriação de dados públicos, no sentido de fiscalizar o poder público. A prática de jornalismo de dados para investigação é anterior à adaptação dos governos à democracia digital, porém ela foi intensificada com a publicação de portais de transparência e de bases de dados digitais, produzindo trabalhos considerados de referência no campo e gerando impacto e repercussão política (BRENOL, 2019).

Para Gomes, Amorim e Almada (2018, p. 13), a busca ativa por informações públicas coloca o jornalismo investigativo como o ator capaz de produzir “as narrativas que dão sentido aos fatos e explicam antecedentes e consequentes”. As legislações de transparência não se destinam diretamente a aumentar o acesso dos jornalistas à informação ou lhes permitir o direito a receber documentos produzidos por agentes públicos à priori. O jornalista, como

profissional e como cidadão, tem acesso às mesmas portas de qualquer outra pessoa podendo fazer uso das informações a partir do tratamento e interpretação dos dados obtidos.

Nesse sentido, o jornalista se apresenta como competente para acessar instrumentos de transparência como vigilante em relação ao poder público e também competente para adotar atributos de *media accountability* (CRAFT; HEIM, 2009; DOURADO, 2017; FENGLER et al., 2015) e se deixar vigiar por terceiros.

Os mecanismos de *media accountability* ou de prestação de contas pela mídia podem ser identificados como códigos de conduta, guias profissionais e a cultura ético-profissional constituída como é o caso dos princípios da IFCN; também em iniciativas organizacionais como ombudsman, blogs e podcasts sobre bastidores da produção das notícias e outros; e ainda iniciativas cívicas de crítica de mídia, conselhos e mesmo a vigilância das mídias sociais em relação ao trabalho do jornalista, entre outros possíveis e novos atributos que possam se constituir como prestação de conta.

A adoção do vernáculo transparência para o jornalismo é relativamente recente, segundo Craft e Heim (2009). Os autores apontam que o despertar do jornalismo para instrumentos de transparência segue tendência global de relatórios e prestações de contas das corporações financeiras, monetárias e políticas, bem como o desenvolvimento de tecnologias digitais que deixaram mais árdua a realização da vontade de manter o controle e o segredo sobre o fluxo de informações.

Nesse sentido, exigir do repórter a identificação da fonte, a explicação da sua relevância e escolha torna o método transparente e verificável. Contudo, para Craft e Heim (2009, p. 225) os repórteres têm mais aptidão para a conduta transparente, porém fazer cumprir a mesma exigência para o editor “é bastante improvável”, no sentido de que raramente serão publicizadas, por exemplo, as justificativas sobre tomada de decisões em relação a recursos humanos e financeiros

empregados em coberturas.

Kovach e Rosenstiel (2003) defendem a noção de transparência do método de produção da notícia como um elemento central do jornalismo. “A única maneira prática de dizer ao público o quanto sabemos é revelar o máximo possível sobre nossas fontes e métodos” (KOVACH; ROSENSTIEL, 2003, p. 126). Os autores ainda sustentam que a transparência também é uma chave para visibilizar que as motivações do jornalista estão vinculadas ao interesse público.

O PARÂMETRO DE TRANSPARÊNCIA DO MÉTODO NO FACT-CHECKING

A transparência como método de dar a ver o modo de produção da notícia, as razões das escolhas de fontes e mesmo a justificativa da pauta não é uma discussão nova no jornalismo (CRAFT; HEIM, 2009). Porém, esse tema tem sido acionado com mais frequência por diferentes fatores, entre eles, dois ganham destaque: a aprovação as normas e leis que regulamentam ferramentas de transparência pública digital e a elaboração de códigos de condutas de verificação e de credibilidade para o jornalismo, resultando em práticas como a de *fact-checking*.

Portanto, as discussões de transparência vêm sendo incorporadas pelo campo como um atributo da conduta a ser perseguida pelos jornalistas, constituindo um reforço dos valores profissionais. “Ser jornalista implica a partilha de um ethos que tem sido afirmado há mais de 150 anos. Mas ser jornalista implica também a crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade” (TRAQUINA, 2018, p. 132). Traquina (2018) assume como valores do jornalismo industrial, forjado no século passado, a liberdade, a autonomia e a independência em relação a outros estratos sociais, bem como a credibilidade conquistada por meio da verificação e validação das fontes de informação.

Deuze (2005, p. 277) assume o jornalismo como um conjunto de práticas e valores que servem para sustentar um modo mais ou menos naturalizado de “ver e interpretar o mundo” num processo geral de

reprodução de significados e ideias. Para o autor, elementos mais ou menos consensuais como um serviço público, objetividade, independência, atualidade e ética podem dar a ver em conjunto uma ideologia profissional afetada pelos desenvolvimentos contemporâneos na sociedade.

Associados a esses elementos, Deuze (2005) considera como elementos que afetam os valores citados a prática da reportagem multimídia (tecnologia) e as questões relacionadas a decisões editoriais considerando o multiculturalismo contemporâneo (comportamento social). O autor problematiza que a ideologia atravessada pela tecnologia impacta em controle e transparência, no sentido de que quanto mais controle sobre o processo de apuração e narrativa maiores oportunidades de vigilância.

Nos estudos do século XX, a teoria do gatekeeping, predominante na escola jornalística norte-americana e brasileira, aponta o poder de escolha e decisão sobre as notícias para a rotina do jornalista. O conceito de *gatekeeper* parte da premissa de que as escolhas da mídia são capazes de alterar uma realidade social. Talvez seu aspecto mais importante seja o pressuposto de que “assuntos e eventos não cobertos estejam ausentes na visão de mundo da maioria da audiência” (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 16).

A teoria do *gatekeeping* revisitada no século XXI, levando em consideração o acesso à internet e às mídias digitais, suscita outras formas de enxergar as seleções. Os jornalistas capazes de filtrar e identificar informações interessantes para conversação, interações colaborativas foram chamados de jornalistas *gatewatchers* (BRUNS, 2005), uma releitura do papel de *gatekeeper* frente ao ambiente do jornalismo em rede (VAN DEER HACK; PARKS; CASTELLS, 2012).

Bardoel e Deuze (2001, p. 6) entendem que o papel do jornalista passou de um “cão de guarda para de um cão-guia”. Canavilhas (2010, p. 392) analisa que o “*gatewatcher*” funciona como um analista de mercados financeiros que aconselha os seus seguidores e amigos a investirem a sua atenção neste ou naquele tema, publicando links para notícias em seus canais.

Observamos, para além destas atribuições, que o papel do jornalista se ampliou e tornou-se ainda mais multifacetado no ambiente digital. Dentre as novas facetas, estão não apenas o papel de observador da rede, no sentido de guiar o leitor para o que ler, mas, como evidencia o estudo empírico a seguir, também de revelador dos métodos digitais de transparência, no sentido de orientar o leitor sobre como ler a notícia e verificar fontes.

ANÁLISE DO SITE AOS FATOS

Nesse contexto, a intensificação nos últimos anos da prática de verificação de fatos e discursos políticos por iniciativas digitais ou por jornais tradicionais evidenciou esse novo papel, em especial, nas coberturas de jornalismo político. A verificação de discursos políticos era pauta recorrente na cobertura de debate eleitoral, de discursos em propaganda política na televisão ou mesmo em planos de governo entregues à Justiça Eleitoral. Porém, os recortes de discurso de homens públicos não circulavam com tamanha penetração e propagação como nos dias de mídias sociais.

Há, nesse sentido, fatores que contribuem para uma conformação de um papel de *gatewatcher* na observação do que está sendo dito e reverberado no espaço de sites de redes sociais para que a verificação factual possa contribuir para uma informação qualificada. Para investigar a conduta deste verificador, analisamos a cobertura do site Aos Fatos, autodesignado como “uma plataforma de *fact-checking* em busca da verdade política”. A nossa observação empírica indica uma prática de verificação de fatos como produto final do veículo. Entendemos a checagem e a verificação de fatos e dados como parte integrante do processo de prática da apuração jornalística.

O ambiente digital atribuiu a essa prática especificidades que a conformam em uma notícia final. A construção da notícia passa pela pauta, apuração, edição e circulação. Cada etapa possui métodos de trabalho específicos, normalmente, a verificação de fatos e discursos reside na fase da pauta, ou seja, no primeiro contato da redação com os fatos, para então desenvolver as narrativas

jornalísticas. Porém, a fragmentação própria do ambiente fractal da internet possibilitou que parte do processo se transformasse em produto final e pudesse provocar uma resposta do campo a conteúdos falsos.

O site *Aos Fatos* foi criado como um projeto associativo em um modelo comercial de apoiadores estruturados em pessoas físicas e jurídicas e atua desde 2015 no Brasil. No endereço virtual “*aosfatos.org*”, a equipe situada no Rio de Janeiro e em São Paulo divulga o método de trabalho. Segundo o texto, diariamente os jornalistas “acompanham declarações de políticos e autoridades de expressão nacional, a fim de conferir se “eles estão falando a verdade”.

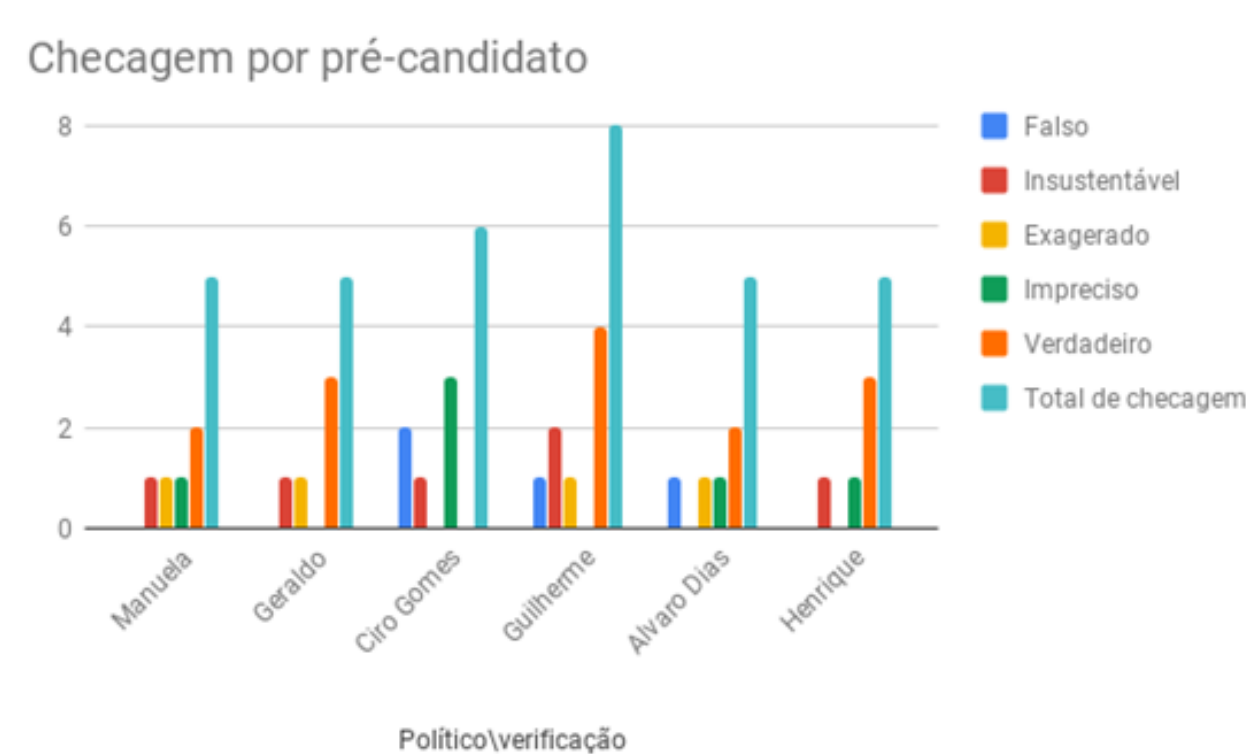
A checagem dessa equipe passa por sete etapas, publicadas no site: 1) selecionar uma informação pública pela relevância; 2) consultar a fonte original para checar a veracidade; 3) procurar fontes de origem confiável; 4) consultar fontes oficiais para confirmar ou refutar a informação; 5) consultar fontes alternativas que possam subsidiar ou contrariar dados oficiais; 6) contextualizar; 7) classificar a declaração em sete categorias ou selos: verdadeiro, impreciso, exagerado, contraditório, insustentável, distorcido ou falso.

A amostra para análise de conteúdo dos produtos resultantes da prática de verificação foi constituída pelos textos publicados após as entrevistas realizadas em 2018 com pré-candidatos à presidência do Brasil no programa *Roda Viva* da TV Cultura. Identificamos seis textos publicados entre maio e julho de 2018, período da pré-campanha oficial. Os políticos entrevistados com discurso conferido pelo *Aos Fatos* foram: Álvaro Dias (Podemos); Ciro Gomes (PDT); Geraldo Alckmin (PSDB); Guilherme Boulos (Psol); Henrique Meireles (MDB) e Manuela D’Ávila (PCdoB). Marina Silva (Rede) e João Amoêdo (Novo) não foram incluídos na verificação do site. Jair Bolsonaro (PSL) não esteve no programa. Percorremos os hiperlinks publicados no texto e os selos carimbados para categorizar e analisar o espaço atribuído a cada candidato, o resultado da verificação, a temática abordada e os documentos consultados.

Espaço atribuído e verificação

A análise foi desenvolvida com base na leitura dos textos e estruturação das informações em uma tabela da ferramenta Excel, da Microsoft. A primeira observação contabilizou quantas declarações de cada candidato foram verificadas, e se houve tratamento isonômico de espaço. Também foram estudadas cada declaração e a atribuição dada a elas de acordo com as sete categorias de verificação do site Aos Fatos com as nuances entre falso e verdadeiro. O gráfico (Figura 1) mostra o tratamento diferente de checagem por presidenciável. Guilherme Boulos (Psol) teve oito declarações verificadas. Ciro Gomes (PDT) teve seis declarações conferidas. Os demais candidatos tiveram cinco falas checadas cada um.

Figura 1 – Verificação por candidato



Fonte: Elaboração da autora

O pré-candidato com mais declarações conferidas foi também aquele a quem mais foi atribuído o selo “verdade”, sendo 50% das falas de Boulos verificadas e confirmadas. Ciro Gomes (PDT) teve seis declarações conferidas e foi o candidato a quem mais se atribuiu a categoria “impreciso”, carimbada para três falas. A quatro dos sete candidatos foram atribuídos selos de declarações falsas, sendo de Ciro Gomes duas das seis aspas e de Álvaro Dias e Guilherme Boulos, uma cada um.

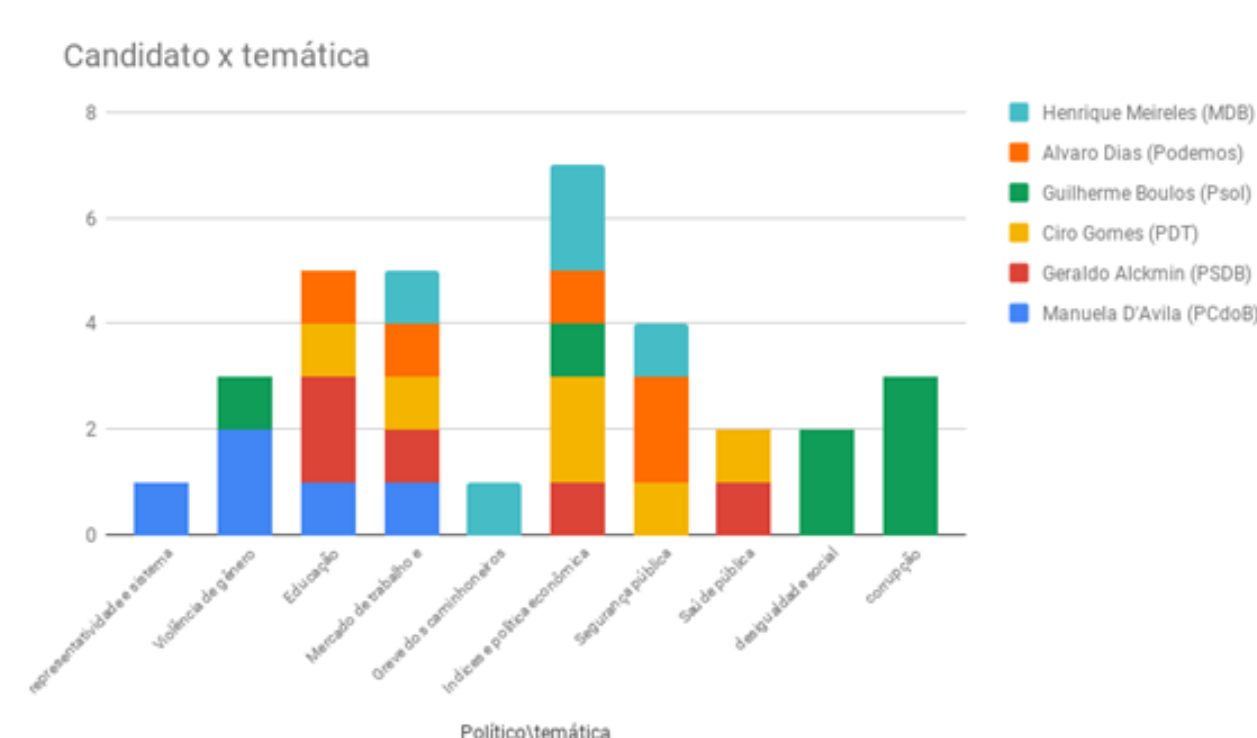
O gráfico ilustra a falta de isonomia de tratamento aos candidatos pelo indicador espaço atribuído, variando de oito a cinco declarações. A escolha da quantidade de falas a serem conferidas mostra-se uma prerrogativa do jornalista já que as regras para a cobertura das entrevistas não foram estipuladas de antemão pelo site ou, pelo menos, não ficaram publicizadas nos textos analisados.

Temática abordada

Entre as temáticas selecionadas

pelos repórteres do site Aos Fatos para verificação se destacam os assuntos relacionados a políticas econômicas (Figura 2), em especial, a abordagem da inflação e da projeção do produto interno bruto (PIB). Entre os candidatos, apenas Manuela D’Ávila não teve uma declaração sobre esse tema conferida.

Figura 2 – Temática por Candidato



Fonte: Elaboração da autora

O segundo tema mais destacado pelos jornalistas na verificação de declarações dos candidatos foi o mercado de trabalho, sendo que Manuela D’Ávila foi destacada pela abordagem do trabalho para mulheres. Álvaro Dias foi destacado pelas questões de segurança pública tratando de dados sobre homicídios e venda de armas no Brasil. A educação, com foco no ensino infantil, foi uma temática verificada no discurso de quatro candidatos: Alckmin, Manuela, Ciro e Álvaro Dias.

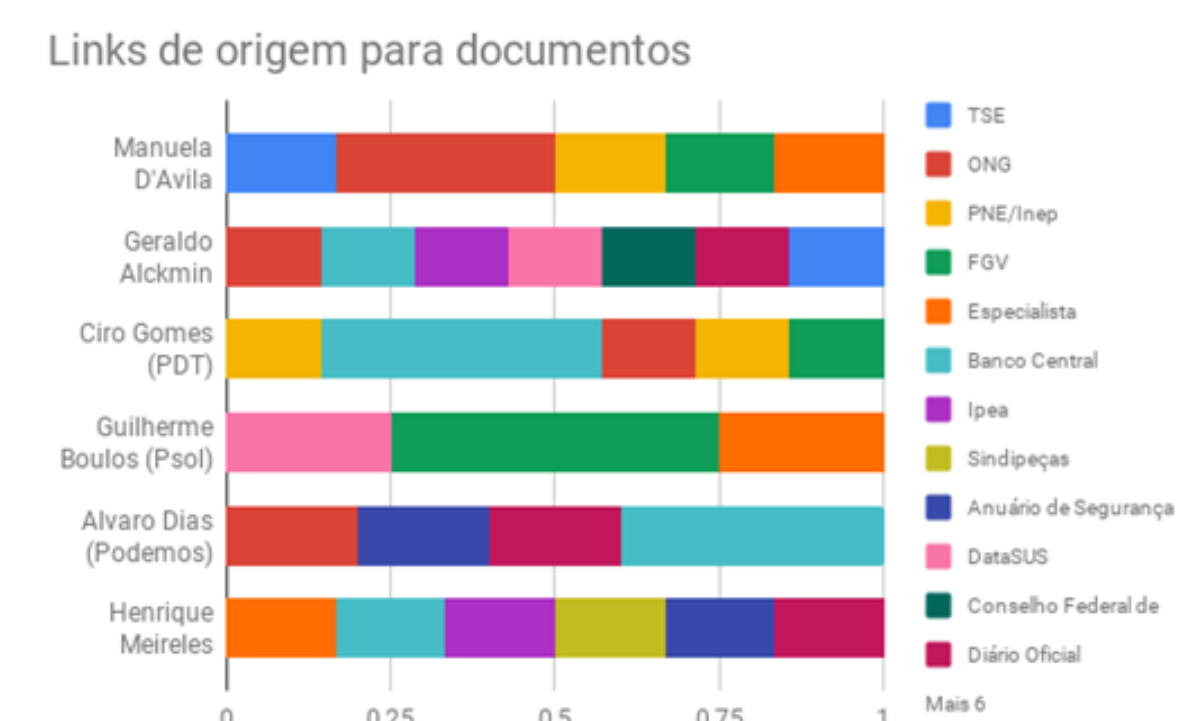
Íntegra e links documentos

Outro indicador de nova atribuição de conduta, como guia de orientação para o leitor, é a adoção de *hiperlinks* para fontes e extensões de conteúdo. A formatação do texto possibilita ao leitor a escolha de refazer o caminho da apuração. Por meio de hiperlinks para íntegra de documentos (Figura 3), como bases de dados públicos, pesquisas e rankings de dados, o jornalista adota uma característica própria do jornalismo digital, a hipertextualidade, para conferir transparência ao método de construção do texto.

Os jornalistas acessaram íntegras de documentos, pesquisas de institutos nacionais e internacionais e portais de transparência e de dados abertos do governo brasileiro. Entre as fontes mais referenciadas com hiperlinks para o leitor conferir estão o portal e os relatórios do Banco Central do Brasil e o Diário Oficial. Cada texto possui entre três e sete links para a íntegra de documentos

consultados. Nem todas as fontes citadas possuem a possibilidade de remissão para a conferência do leitor.

Figura 3 – Links de Origem



Fonte: Elaboração da autora

Outro recurso usado pelos repórteres é a remissão para textos produzidos pelo próprio site anteriormente, assim como links para reportagens do portal UOL, do jornal *Folha de S. Paulo* e do portal *Nexo Jornal*. Observamos ainda pouca diversidade de remissão relacionada a bases de dados públicos, sendo o DataSUS citado duas vezes e o Cage/Rais, base de dados de emprego e desemprego, apenas uma, nem figurando entre os documentos em destaque no gráfico da Figura 3.

Percebemos que as bases de transparência pública não são fontes predominantes de verificação de discursos políticos, tendo os jornalistas recorrido a estudos de instituições internacionais como ONGs, Nações Unidas e instituições privadas como a Fundação Getúlio Vargas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os programas de entrevista com mais de 80 minutos de duração estão disponíveis na íntegra na página do *Roda Viva*[2] na plataforma do *YouTube* e os leitores podem ouvir as declarações. No entanto, a seleção de falas feita pelos jornalistas dá maior visibilidade a partes do discurso e potencializa a pauta do debate público sobre temas de interesse público selecionados. O recurso de contraponto solicitado diretamente para fontes oficiais e assessorias também amplia o agendamento das temáticas selecionadas para verificação

A prática jornalística de verificação de falas de políticos indica um modo de abordagem dos recursos tecnológicos da transparência, situando os jornalistas como sujeitos competentes para a apuração

[2]Disponível no YouTube, página oficial do programa Roda Viva, pelo link <https://cutt.ly/GhRfbLV>

baseada em métodos de conferência de discursos por meio do acesso a bases de dados e íntegra de documentos governamentais disponíveis a partir de implementação de políticas de transparência pública digital. No entanto, o estudo indicou que, nesta amostra analisada, poucas foram as verificações que usaram como fontes primárias e remissões os bancos de dados públicos governamentais.

Acreditamos que fontes em bancos de dados públicos tenham sido menos utilizadas na verificação de discursos em função do tempo da notícia. A validade da verificação de discurso está associada à velocidade da publicação para acompanhar a atualidade da pauta. Por isso, o uso de bases de dados públicos como fonte está mais associado a pautas investigativas. Porém, vale ressaltar que um bom sistema de gerenciamento de dados de saúde e do trabalho poderia atribuir ao *DataSUS* e ao *Caged*, entre outras bases, o atributo de fontes a serem consultadas para factuais de interesse público. A baixa eficiência no gerenciamento de dados públicos e a dificuldade de adaptação dos governos aos preceitos das leis de transparência e de acesso à informação no Brasil impactam diretamente também na qualidade das verificações jornalísticas.

A análise evidenciou que os jornalistas da plataforma *Aos Fatos* assumem a prerrogativa de selecionar, a partir de critérios de interesse público, os temas a serem verificados nos discursos dos políticos. Também assumem como prerrogativa a decisão sobre o espaço atribuído a cada candidato. Podem assim ser considerados gatekeepers de temáticas, não aqueles que definem o que venha ou não a ser publicado, pois tudo está posto, mas aquele que qualifica conteúdos de debate público a partir do método de verificação.

Acreditamos que o ambiente digital permite ao jornalista uma prática de seleção, derivada do *gatekeeping*, com a prerrogativa seletiva baseada em escolher não as notícias a ganharem luz e sim os trechos de discursos a ganharem potencialmente maior destaque e visibilidade no debate público. Essa conduta não está justificada no texto

do site, ou seja, a decisão editorial de por que um candidato teve mais falas verificadas e outro foi mais vinculado a temáticas de emprego e desemprego e não de segurança pública não está explicitada nos textos analisados.

Porém, o padrão identificado em todos os textos analisados foi a conduta de atribuição de link de origem. Essa conduta padrão dá a ver não apenas o papel de *gatewatcher* e de *gatekeeper*, mas de um educador. É o jornalista que orienta o leitor não apenas sobre o que ler, mas também como ler e como verificar o trabalho do verificador. Esta análise empírica está limitada à amostra colhida, mas traz evidências de que a transparência é norteadora da prática de verificação, calçada na prestação de contas estruturada por meio de hiperlinks de denominação de origem da fonte ou da informação.

O que este estudo não pode evidenciar é o quanto a verificação praticada foi efetiva para gerar o debate público sobre as temáticas abordadas. A circulação de notícias depende das novas lógicas de distribuição, seja por meio de cadastro de leitores, notificações por demanda dos usuários ou mesmo da mediação algorítmica imposta por sites e aplicações de redes sociais e de mecanismos de buscas.

Ao jornalista cabe, portanto, um poder limitado, que aciona o ideal de fiscal do poder e a contribuição ao debate público como normatividade e reforço do ethos profissional, adicionando o valor da transparência como prestação de contas ao leitor. Porém, ainda que a verificação de fatos e discursos não seja nova no jornalismo, entendemos que essa prática ganha autonomia no ambiente de excessos proporcionado pela desinformação no ambiente digital.

Acreditamos ainda que este estudo suscita novas questões de pesquisa em transparência na intersecção entre a verificação e a investigação no jornalismo. E nos provoca a problematizar se a conduta de dar transparência ao método de produção da notícia mostra, por meio da atuação das agências de *fact-checking*, um potencial

transbordamento para outros veículos de imprensa, conformando um novo modo de fazer, ver e ser visto.

REFERÊNCIAS

- ALMADA, Maria Paula; CARREIRO, Rodrigo; BARROS, Samuel; GOMES, Wilson. Democracia digital no Brasil: obrigação legal, pressão política e viabilidade tecnológica. **MATRIZES**, v. 13, n. 3, p. 161-181, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/158411>. Acesso em: 04 dez. 2020.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BASTOS, Helder. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 9, n. 2, p. 284-298, 2012. Disponível em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2012v9n2p284>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- BOCZKOWSKI, Pablo; MITCHELSTEIN, Eugenia; MATASSI, Mora. Incidental news: How young people consume news on social media. In: Hawaii International Conference on System Sciences, 50, 2017, Havaí. **Anais [...]**. Havaí: Universidade do Havaí, 2017. Disponível em: <https://cutt.ly/UhTUGOI>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- BRENOL, Marlise Viegas. **Transparência digital e jornalismo**: modalidades comunicativas com uso de dados públicos. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/196380>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching**: Collaborative online news production. New York: Peter Lang, 2005.
- CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: Congresso Internacional de Comunicación, 2, 2010, Salamanca. **Anais [...]**. Salamanca: Universidade de Salamanca, 2010. Anais [...]. Disponível em: <https://cutt.ly/FhRgDv7>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- CARLSON, Matt. Fake news as an informational moral panic: the symbolic deviancy of social media during the 2016 US presidential election. **Information, Communication & Society**, v. 23, n. 3, p. 374-388, 2020. Disponível em <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1505934>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- CRAFT, Stephanie; HEIM, Kyle. Transparency in Journalism: meanings, merits, and risks. In: WILKINS, Lee; CHRISTIANS, Clifford G. (orgs.) **The Handbook of Mass Media Ethics**. New York: Routledge, 2008. p. 231-242.
- DEUZE, Mark; BARDOEL, Jo. Network journalism: Converging competences of media professionals and professionalism. **Australian Journalism Review**, v. 23, n. 2, p. 91-103, 2001. Disponível em: <https://scholarworks.iu.edu/dspace/handle/2022/3201>. Acesso em: 08 dez. 2020.
- DEUZE, Mark. What is journalism? **Professional identity and ideology of journalists reconsidered. Journalism**, v. 6, n. 4, p. 442-464, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884905056815>. Acesso em: 08 dez. 2020.

DOURADO, Tatiana Maria. Fact-checking como possibilidade de media accountability sobre o discurso político?. **Compolítica**, v. 9, n. 2, p. 93-112, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.21878/compolitica.2019.9.2.143>. Acesso em: 08 dez. 2020

FENGLER, Susanne et al. How effective is media self-regulation? Results from a comparative survey of European journalists. **European journal of communication**, v. 30, n. 3, p. 249-266, 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/0267323114561009>. Acesso em: 08 dez. 2020

FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan; MÜLLER, Kauane Andressa. Crosscheck as a legitimization strategy of the journalism field in reaction to fake news. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 3, p. 430-451, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v15n3.2019.1196>. Acesso em: 08 dez. 2020

GOMES, Wilson; AMORIM, Paula Karini Dias Ferreira; ALMADA, Maria Paula. Novos desafios para a ideia de transparência pública. **E-Compós**, v. 21, n. 2, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1446>. Acesso em: 08 dez. 2020

JAMBEIRO, Othon. A re-configuração do ambiente regulador das comunicações na sociedade da informação. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (orgs.). **Políticas de comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p. 99-125.

LIM, Chloe. Checking how fact-checkers check. **Research & Politics**, v. 5, n. 3, p. 1-7, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>. Acesso em: 08 dez. 2020.

MORAES NETO, Geneton. Boni pergunta onde estará o filme que militares arrancaram da moviola na sede da Tv Globo. **Portal G1**, 25 nov. 2011. Disponível em: <https://glo.bo/2ZKqDhi>. Acesso em: 08 dez. 2020.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999. Disponível em <https://cutt.ly/ZhTUCHn> Acesso em: 09 dez, 2020.

PORTAL IMPRENSA. Jornal Nacional faz mea culpa sobre edição de debate entre Lula e Collor. **Portal Imprensa**, São Paulo, 25 abr. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2Z9aVgC>. Acesso em: 08 dez. 2020.

ROSENSTIEL, Tom; KOVACH, Bill. Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. **São Paulo: Geração Editorial**, 2003.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria fidogate-keeping**: construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

SINGER, Jane B. Border patrol: The rise and role of fact-checkers and their challenge to journalists' normative boundaries. **Journalism**, p. 1-18, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1464884920933137>. Acesso em: 08 dez. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular Livros, 2020.

VAN DER HAAK, Bregtje; PARKS, Michael; CASTELLS, Manuel. The future of journalism: Networked journalism. **International Journal of Communication**, v. 6, p. 2923-2938, 2012. Disponível em: <https://bit.ly/3247f1A>. Acesso em: 08 dez. 2020.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 2017. Disponível em: <https://bit.ly/2CnvoFq>. Acesso em: 08 dez. 2020.

WINTERSIECK, Amanda L. Debating the truth: The impact of fact-checking during electoral debates. **American Politics Research**, v. 45, n. 2, p. 304-331, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1532673X16686555>. Acesso em: 08 dez. 2020.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?:** uma teoria crítica das novas mídias. 2ª ed. Porto Alegre: Editora Sulina, 2007.

Artigo recebido em: 11 nov. 2020. | Artigo aprovado em: 09. dez. 2020.

[i] Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Atua como professora de cursos de graduação desde 2009 e atualmente está vinculada à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Brasília (UnB), como professora substituta.
Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-6245-3916>
E-mail: marlisebrenol@gmail.com