

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS  
CURSO DE JORNALISMO

JÚLIA FERNANDES BORGES

**CHECAGEM DE FATOS: O TRABALHO DA INICIATIVA FILTRO FACT-CHECKING NO  
PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES GERAIS BRASILEIRAS DE 2018**

Porto Alegre

2019

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL - PUCRS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN - FAMECOS

JÚLIA FERNANDES BORGES

**CHECAGEM DE FATOS:** A ATUAÇÃO DA INICIATIVA FILTRO *FACT-CHECKING*  
NO PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES GERAIS BRASILEIRAS DE 2018

Porto Alegre

2019

JÚLIA FERNANDES BORGES

**CHECAGEM DE FATOS: A ATUAÇÃO DA INICIATIVA FILTRO *FACT-CHECKING*  
NO PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES GERAIS BRASILEIRAS DE 2018**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivone Maria Cassol  
Área de Concentração: Jornalismo

Porto Alegre

2019

JÚLIA FERNANDES BORGES

CHECAGEM DE FATOS: A ATUAÇÃO DA INICIATIVA FILTRO FACT-CHECKING  
NO PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES GERAIS BRASILEIRAS DE 2018

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como  
requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel  
em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e  
Design da Pontifícia Universidade Católica do Rio  
Grande do Sul.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivone Maria Cassol  
Área de Concentração: Jornalismo

Aprovado em: \_\_/\_\_/\_\_\_\_

BANCA EXAMINADORA

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Ivone Maria Cassol (PUCRS)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Magda Rodrigues da Cunha (PUCRS)

---

Prof. Me. Tércio Saccol (PUCRS)

Porto Alegre  
2019

Dedico inteiramente este trabalho à minha mãe, Rita Fernandes, motivadora e realizadora disso tudo. Meu maior exemplo de vida e que, mesmo com todo o machismo do mundo, sempre me incentivou a ser mais forte e não ter medo só por ser mulher. Esse momento é nosso, mãe!

## AGRADECIMENTOS

Depois de quatro anos e meio, encerrarei o ciclo mais especial e que mais me dediquei, até então, aos meus 22 anos. Descobri em mim a vontade de ser jornalista ainda na escola, mais precisamente aos 14 anos. Desde então, não tive dúvidas do que gostaria de exercer como profissão. Confesso que tive medo em alguns momentos, antes e após ter entrado na faculdade. A Júlia que ingressou no curso de jornalismo, aos 17 anos, em 2015, é muito diferente da que em 16 de agosto de 2019 sairá da instituição PUCRS e Famescos. Hoje sou mais forte e independente, depois de alguns acontecimentos que ocorreram em minha vida no período. Entretanto, uma coisa não mudou: a paixão pelo jornalismo. Ela se modificou sim, conheci ramos da profissão que fizeram eu ter mais certeza de escolha certa.

Não há como eu não agradecer em primeiro lugar à minha mãe, Rita Fernandes, razão desse momento estar acontecendo. Mãe, obrigada por tudo. Isso tudo é por nós. Tenho em ti a minha maior inspiração de vida e sei que sem teu apoio e amor, eu não seria metade do que eu sou. Tudo que aconteceu e acontece em nossas vidas é para nos fortalecer. Obrigada por me ensinar a pensar fora da minha bolha e ter empatia com o próximo. Talvez, a criação que me destes tenha a ver com as escolhas que fiz em minha vida, inclusive na profissão, na qual entrei querendo dar voz às pessoas. É imensurável o quanto sou grata e quanto eu te amo, é um espaço pequeno para agradecer, mas tu sabes que é a realizadora disso tudo. Um milhão de vezes obrigada!

Em segundo lugar, gostaria de agradecer aos meus pais, Jaime Rocha da Silva (*in memoriam*) e Paulo Dias, segundo pai que a vida me deu. Ao meu pai, Jaime, que apesar não estar entre nós há alguns anos, eu agradeço por ter me deixado muito da personalidade dele em mim. Este é um momento muito especial e sei que ele estaria muito orgulhoso. Pai, a música da minha entrada da formatura foi escolhida pensando na bagagem musical que me deixastes. Toca, Raul! Te amo eternamente.

Ao meu pai da vida, Paulo, apesar de deixar de demonstrar algumas vezes, tenho muito amor por ti. Reconheço tudo que fazes por mim, inclusive em revisar esse trabalho. Fora todas as outras vezes que precisei de um pai. Obrigada por tudo, por cuidar de mim e da minha mãe. Todo teu apoio foi fundamental para minha

trajetória. Sempre pude contar contigo e sou muito grata à vida por ter feito que a gente cruzasse os caminhos.

Meus irmãos, Meri Helen e Jamerson Lewis, são outra parte essencial para eu ser quem sou, assim como minha sobrinha Luiza Soares e meus afilhados Giovana e Leo Segala. Incluo nessa lista meu cunhado Vinícius Segala, que foi mais um grande presente da vida. Nunca me faltou amor e apoio de nenhum deles. Aos meus irmãos, não tenho como descrever o amor incondicional. Sempre me cuidaram e fizeram de tudo para que eu estivesse feliz. Obrigada por tudo, eu amo vocês. Meus afilhados, apesar de, talvez, não entenderem a importância desse momento ainda, em razão da idade, sempre me motivaram com alegria e afeto. Lu, tu sabes o quanto eu tento ser um espelho para ti, inclusive demonstrando minhas fraquezas. Agradeço imensamente ao destino por ter me dado uma sobrinha tão para frente e tão sensata. Infelizmente vamos descobrindo aos poucos que por sermos mulheres as coisas são mais difíceis, mas nunca desiste dos teus sonhos. Sempre vou estar aqui para te apoiar! Enfim, eu amo cada um de vocês.

O processo de finalização de faculdade me deixou ansiosa e algumas vezes estressada. Peço desculpas àqueles que sofreram com isso. Principalmente à minha mãe e meu namorado, Lucas Ketzer, outro amor da minha vida e hoje parte da minha família. Lucas, desde 2017 sou mais eu e mais feliz em razão dos nossos destinos terem se entrelaçado. Obrigada por me apoiar tanto e fazer com que eu me sinta a pessoa mais incrível do mundo. Sou agradecida à vida por ter uma pessoa tão incrível do meu lado nesse momento o qual é um dos mais importantes da trajetória. Torço e espero que tu estejas em todos os outros daqui para a frente, inclusive, que compartilhem os momentos importantes. Te amo!

Às minhas amigas, Carolina Bittencourt e Gabriele Rocha, que, infelizmente, me afastei um pouco neste semestre por conta da quantidade de fazeres, eu agradeço pela paciência e por não desistirem de mim. Carol, há quase uma década somos amigas e apesar de distância e vida adulta, cá estamos, sempre unidas e iguais. Tu és a irmã que não tem o meu sangue, mas que a vida me presenteou. Sei que posso contar contigo para tudo e pode ter certeza que a recíproca é totalmente verdadeira. Vou estar muito feliz de estar ao teu lado quando chegar esse momento também e estarei lá, mais orgulhosa do que já sou em relação a ti! Gabi, a vida nos afastou uma vez e o destino nos uniu novamente. Uma vez e para sempre! Minha

amiga de luta, dos bons e maus momentos, obrigada pelos momentos de loucura e os de sensatez. Vivemos momentos importantes e diferentes em nossas vidas, porém é muito bom saber que uma está feliz pela outra sempre, mesmo quando distantes. Gurias, meu amor por vocês é enorme.

Durante a trajetória acadêmica, conheci colegas e professores incríveis. Minha amiga Luana Nyland, que estudou comigo no ensino médio no Marista Graças, porém que tive a oportunidade de me aproximar só na Famecos, voltaria no tempo só para dizer para aquelas estudantes desmioladas serem amigas desde então. Lu, queria muito que tu estivesses na formatura comigo, mesmo não acontecendo, por agora, estou muito feliz pelo teu momento e quando tu te formares, estarei ao teu lado. Tu foste essencial para minha trajetória acadêmica, 'JuAna', como nos apelidou Filipe Gamba, sempre foi inseparável. Nossa parceria transcende a faculdade e eu te quero para sempre na minha vida. Foi ótimo ser tua colega, apesar dos pesares, foi ótimo também ter sido tua colega de trabalho e ter me tornado tua amiga.

No meio acadêmico, tive a oportunidade de ter tido aula com os professores mais incríveis desse universo. Obrigada, Famecos! Dentre eles, queria mencionar especialmente Tércio Saccol. Tércio, tu me fizeste gostar de radiojornalismo, algo que eu considerava impossível. Meu carinho por ti vai muito além disso e das indicações para o mercado de trabalho. Empatia é a palavra que lembro ao ouvir teu nome. Sempre disposto a ajudar em todos os problemas, a ouvir a todos, comigo não foi diferente. Muitas vezes ia na tua sala só para bater um papo e isso alegrava e acalmavam meus dias. Inclusive, peço teu nome em minha banca, porque, mesmo que tu não saibas, tu me deste um norte com referências enquanto eu sentia que não sairia do lugar. Obrigada! À Ivone Cassol, minha orientadora, tenho um carinho enorme e admiração maior ainda. Que mais mulheres possam chegar aonde tu chegou e tenham a tua dedicação com o jornalismo e alunos. Esse trabalho só está finalizado pelo alerta e apoio moral que tive da tua parte. Muito obrigada!

Alguns outros professores também merecem o destaque, apesar de todos terem tido importância na minha vida. Fábio Chelkanoff, Filipe Gamba, Luís Adolfo Lino de Souza, Paula Puhl, agradeço por motivos diferentes cada um por marcarem eternamente. Fábio é o melhor coordenador de curso desse universo, todos os problemas do mundo podem ser resolvidos com seus superpoderes. Gamba,



juntamente com Tércio, a dupla Gambércio, sempre foi atento a tudo e, da mesma forma, sempre ouviu os problemas e deu soluções. Luís Adolfo foi uma das razões por eu ter me apaixonado por diagramação, sempre lembrarei das aulas e das dicas. Por fim, não menos importante, Paulinha, com quem tive oportunidade de estudar uma das coisas que mais gosto: moda. É reconfortante ver profissionais mulheres atingirem lugares e terem sucesso como tu. Tu me inspiras!

Sem querer me estender muito mais, eu agradeço profundamente aos outros professores, que mesmo não citando o nome aqui, por questão de espaço, tenho enorme carinho e gratidão! Obrigada a todos!

Essa conquista é minha e de vocês.

Que a democracia siga firme e forte e que o jornalismo nunca perca sua força como atuante nessa batalha. Vamos à luta e *girl power!*

*“O jornalismo é, antes de tudo e sobretudo, a prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter”.*

*- Cláudio Abramo*

## RESUMO

A presente monografia estuda o fenômeno das *fake news* no Brasil nas eleições gerais de 2018, tendo seu recorte no pleito a governador no estado do Rio Grande do Sul. Da mesma forma, abrange o papel do jornalismo para com a democracia, a crise de confiança acerca da profissão que surge em razão da indústria da notícia e saturação de informação e o surgimento e propagação das agências de checagem no âmbito nacional. Por fim, para análise, foi utilizada a iniciativa Filtro *Fact-Checking* e sua atuação com checagens e combate à desinformação acerca dos candidatos Eduardo Leite, do PSDB, e José Ivo Sartori, do MDB, que foram para o segundo turno das eleições.

**PALAVRAS-CHAVE:** notícia falsa, checagem, indústria da notícia, checagem de fatos, eleição brasileira, crise de confiança, desinformação.

## **ABSTRACT**

This monograph examines the apparition of fake news in Brazil during the general elections of 2018, having the clipping in the election to governor in the state of Rio Grande do Sul. Similarly covers the role of journalism in with democracy, the crisis of confidence about of the career that arises because of the news industry and saturation of information and the emergence and propagation of the agencies of checking in the national scope. Finally, for the analysis, the Filtro Fact-Checking initiative was used and its performance with checks and combat to the disinformation/misinformation about the candidates Eduardo Leite, from the PSDB, and José Ivo Sartori, from the MDB, who concurred in the second round of the elections.

**KEYWORDS:** fake news, checking, news industry, fact-checking, brazilian election, crisis of confidence, disinformation, misinformation.

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b>	Classificação das declarações dos candidatos.....	52
<b>Quadro 2</b>	Relação de checagens de Eduardo Leite no primeiro turno.....	90
<b>Quadro 3</b>	Relação de checagens de José Ivo Sartori no primeiro turno.....	93

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	<b>14</b>
<b>2 O QUE SÃO <i>FAKE NEWS</i></b> .....	<b>16</b>
2.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS .....	17
2.2 NOTÍCIAS FALSAS NO BRASIL .....	20
2.3 AS NOTÍCIAS FALSAS E O IMPACTO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS .....	23
<b>3 A CRISE DA INFORMAÇÃO NO SÉCULO 21</b> .....	<b>27</b>
3.1 JORNALISMO, TRANSPARÊNCIA, ÉTICA E DEMOCRACIA.....	27
3.1.1 A DESCONFIANÇA COM A MÍDIA .....	29
3.1.2 NOTÍCIAS COMO NEGÓCIO .....	31
3.2 EXCESSO DE INFORMAÇÕES E HIPERCONCORRÊNCIA NO JORNALISMO .....	34
3.3 AGÊNCIAS DE CHECAGEM E O JORNALISMO .....	38
3.4 <i>FAKE NEWS</i> E AS ELEIÇÕES 2018 NO RIO GRANDE DO SUL .....	42
<b>4 A ATUAÇÃO DA INICIATIVA FILTRO</b> .....	<b>47</b>
4.1 SURGIMENTO DA INICIATIVA E MANUTENÇÃO FINANCEIRA .....	47
4.2 ATUAÇÃO DO FILTRO <i>FACT-CHECKING</i> .....	49
4.2.1 Procedimento de checagem e etiquetagem.....	50
4.2.2 Números de checagens de Eduardo Leite e José Sartori e os perfis dos candidatos .....	51
4.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS CHECAGENS .....	52
4.3.1 TÓPICO: ECONOMIA.....	53
4.3.2 TÓPICO: SEGURANÇA PÚBLICA .....	62
4.3.3 TÓPICO: SAÚDE .....	71
4.3.4 <i>FAKE NEWS</i> SOBRE EDUARDO LEITE .....	78
4.4 FECHAMENTO DA ANÁLISE.....	80
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>82</b>
<b>APÊNDICE</b> .....	<b>85</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>98</b>
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>99</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Durante o período das eleições gerais brasileiras em 2018, foi notado e bastante falado pela mídia, cidadãos e órgãos públicos, como o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), o fenômeno das *fake news*. Em 2016, o acontecimento e a propagação dessas notícias falsas foram determinantes para a eleição presidencial dos Estados Unidos. No ano seguinte, o Brasil teve, da mesma maneira, influência em seu pleito com o compartilhamento de boatos em redes sociais, principalmente dentro de grupos que tinham a mesma ideologia e aceitavam sem questionamentos àquela informação. Em razão disso, conteúdos do gênero ganharam força, sendo compartilhados milhares de vezes pelos internautas.

A presente monografia visa analisar e compreender o papel de uma iniciativa de checagem para combater as *fake news*. Dentre as várias existentes, a escolhida foi a Filtro *Fact-Checking*, por ser sua primeira atuação, estar presente no estado do Rio Grande do Sul e ter analisado conteúdos relacionados aos principais concorrentes ao Palácio Piratini. Dentro disso, foi escolhido o período do primeiro turno, ocorrido entre agosto e 7 de outubro de 2018, e conteúdos checados e publicados pelo projeto gaúcho no site ([pensamento.org/filtro/](http://pensamento.org/filtro/)) sobre os candidatos Eduardo Leite, do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), e José Ivo Sartori, do Movimento Democrático Brasileiro (MDB), os quais foram para o segundo turno, cujo Leite tornou-se o novo chefe do Poder Executivo do Estado.

Os principais pontos a serem questionados por este artigo são o que é uma informação falsa e de que maneira se propagam, cujos serão abordados no primeiro capítulo, bem como o contexto e distribuição, assim como a criação de empresas que apuram os conteúdos; de que maneira o trabalho do Filtro é realizado e quais as ferramentas utilizadas para isso; qual a capacidade operacional da iniciativa para combater desinformação e quais os resultados da checagem e de que maneira atingem o leitor. As ferramentas escolhidas para responderem a essas indagações são técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, análise de conteúdo e entrevista com a equipe da iniciativa.

Por tratar-se de um tema relativamente novo, apesar de que boatos existem há algum tempo, como referência bibliográfica foram consultados alguns artigos que falam do tema no exterior e, também, autores que tratem sobre ética, pós-verdade,

novos meios de comunicação e o papel da mídia para com a política. Desta maneira, além do entendimento sobre o fenômeno principal a ser pesquisado, serão citados ainda, conforme os autores abordam, a maneira que isso está ligeiramente ligado à comunicação de massa e que há a percepção que é este público, principalmente motivados pelos seus interesses ideológicos, que acaba por disseminar essas informações a fim de ter o resultado cujo esperam.

Será estudado, também, o papel do jornalismo para com a democracia e a crise de confiança que atinge a imprensa mundial. Para entender o fenômeno no Brasil, estudos de hábito do consumo de notícias pela internet e redes sociais são trazidos a fim de se compreender o porquê o jornalista não ter credibilidade e as notícias falsas ganharem espaço.



## 2 O QUE SÃO FAKE NEWS

O termo *fake news*, apesar de parecer relativamente novo, apareceu pela primeira vez em 1890, conforme informa o dicionário norte-americano Merriam-Webster (2017). A expressão, que se popularizou após a eleição presidencial dos Estados Unidos, ocorrida em 2016, de acordo com uma publicação no blog da editora está presente em alguns artigos do século 19 em língua inglesa.

Dentre os artigos, um texto publicado no *'The Buffalo Commercial'* (1891), jornal da época, do estado de Nova York, comentava que “o gosto público não aprecia as ‘notícias falsas’ e as poções de ‘demônio especial’, como as que lhe foram servidas por um serviço noticioso local há um ou dois anos”. Em sua postagem, Merriam-Webster afirma, ainda, após demonstrar alguns exemplos do que podem vir a serem as notícias falsas, que o termo não é exclusivamente ligado a fatos políticos:

*Fake news* são frequentemente usadas para descrever uma história política que é vista como prejudicial a uma agência, entidade ou pessoa. No entanto, como visto na última das três citações dadas acima, não é de forma alguma restrito à política, e parece ter moeda em termos de notícias gerais (2017).

Neste capítulo, além de debater a origem e o significado da utilização das expressões *'fake news'*, *'notícias falsas'* e *'mentira'*, também se busca interpretar o termo *'pós-verdade'*, que foi eleito, em 2016, a palavra do ano pelo *Oxford Dictionaries*, da universidade inglesa de Oxford. O vocábulo, segundo o dicionário, “se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”. Desta maneira, o uso de boatos para afirmar algo é levado mais em conta do que fontes confiáveis que desmintam a informação. Para sustentar esta argumentação são consultados autores entre os quais Bortolotti (2018), Dunker (2017), Filgueiras (2018) e Tiburi (2017).

## 2.1 CONCEITOS FUNDAMENTAIS

Em primeiro lugar, antes da compreensão do fenômeno que motiva esta pesquisa, é necessário também entender o significado dos termos ‘*fake news*’, ‘pós-verdade’ e ‘mentira’. No programa ‘Ponto a Ponto’, da *BandNews*, que foi ao ar em 20 de março de 2017, o historiador e professor Leandro Karnal abordou as principais diferenças entre pós-verdade e mentira. De acordo com ele, o indivíduo adepto a pós-verdade, mesmo tendo acesso a informações variadas, sendo elas falsas ou verdadeiras, sobre determinado tópico, opta por acreditar naquilo em que representa sua opinião sobre o assunto em questão.

Pós-verdade é um pouquinho mais complexo que a mentira simples porque a pós-verdade pressupõe que eu perca a necessidade, ou o nexó e o vínculo, com o real, o factual, o objetivo, e passe a achar que se está na rede é verdadeiro [...] A pessoa que espalha uma mentira sobre o adversário, não é adepta a pós-verdade, é simplesmente um mentiroso (KARNAL, 2017).

Para Bortolotti (2018), o termo *fake news* é um paradoxo, visto que se é falso não é um fato, desta maneira não existe notícia. Porém, como observado nos últimos tempos, mesmo a expressão gerando contradição, ela ganha força principalmente a fatos ligados à política. O acontecimento, que causa vertigens e crises de confiança com a imprensa, ganhou força com o surgimento da rede mundial de computadores.

Ainda de acordo com o autor, outra motivação para o fenômeno é de responsabilidade da imprensa por disputar os cliques dos leitores. Na busca pelos cliques dos internautas, não somente os veículos de jornalismo digital, assim como outros sites que produzem conteúdos, utilizam da espetacularização e sensacionalismo.

A briga pela audiência não é novidade e nem somente exclusividade do universo digital. Um termo famoso para se referir ao mau jornalismo é a “imprensa amarela” que, no Brasil, a expressão é “imprensa marrom”. O conceito surgiu em razão de uma disputa entre dois magnatas da imprensa norte-americana no fim do século XIX: Joseph Pulitzer, dono do *New York World*, e seu adversário William Randolph Hearst, proprietário do *New York Journal*. O termo veio de um

personagem do jornal de Pulitzer - que nomeia o famoso prêmio de jornalismo da Universidade de Columbia, nos Estados Unidos -, um menino que usava camiseta amarela, o *yellow kid* (BORTOLOTTI, 2018).

Ambos os proprietários ganharam notoriedade por notícias que mexiam com os ânimos dos leitores americanos. Em um dos casos, durante os acontecimentos da guerra dos Estados Unidos contra a Espanha, em 1898, tanto o *New York World*, quanto o *New York Journal* aumentavam os acontecimentos ao escreverem notícias a respeito do domínio da Espanha sobre Cuba. À época, os EUA tinham interesses econômicos sobre o país da América Central. Bortolotti (2018) relata que as informações passadas agitaram os cidadãos norte-americanos, que passaram a fazer campanha para que o país entrasse em confronto com o país europeu. As duas empresas mandaram correspondentes, ilustradores e jornalistas para a ilha com o pretexto de cobrir o embate que deveria acontecer.

Um deles, ilustrador, escreveu para Hearst afirmando não ter visto nenhum conflito. A resposta de Hearst ficou marcada na história como exemplo desse tipo de jornalismo: 'Forneça as imagens que eu vou fornecer a guerra' (BORTOLOTTI, 2018).

Um século depois, nos anos 2010, na internet, as *fake news* começaram a ganhar escala quando alguns jovens da pequena cidade de Vales, na Macedônia, passaram a criar estas notícias fraudulentas com objetivo de terem cliques e acessos. Os cliques rendiam lucros, sobretudo quando conseguiam viralizar em plataformas como *Twitter* e *Facebook* (FILGUEIRAS, 2018). A receita era misturar os complexos algoritmos das empresas de tecnologia, que, quanto mais interação, geram mais engajamento, com o sensacionalismo e a polarização. Textos fraudulentos, como um intitulado 'Agente do FBI suspeito no caso do vazamento de e-mails de Hillary foi encontrado morto em um aparente caso de assassinato seguido de suicídio'<sup>1</sup>, tiveram milhões de acessos, este em questão foram cerca de 15 milhões de visualizações. "Em contrapartida, reportagens jornalísticas que

---

<sup>1</sup> A notícia, veiculada na internet em novembro de 2016, foi publicada pelo site americano Denver Guardian e dizia que um agente do FBI havia assassinado a esposa e em seguida se suicidado após ser apontado como suspeito de investigar e vaziar os e-mails de Hillary. De fato, algumas conversas do correio eletrônico da candidata foram violadas e divulgadas naquele ano, porém a história do agente era falsa.

apontavam a possibilidade de sonegação de impostos de Donald Trump eram vistas com desconfiança” (FILGUEIRAS, 2018).

O resultado da eleição presidencial dos Estados Unidos foi construído em cima de notícias mentirosas, que acabou por eleger Trump, mesmo após pesquisas anunciarem vitória de Hillary Clinton com larga diferença. Em 7 de novembro de 2016, um levantamento publicado pela *Reuters/Ipsos* indicava que Clinton se elegeria com 90% de vantagem, enquanto outros, como *FiveThirtyEight* - do estatístico Nate Silver, cujo tinha acertado quem venceria as eleições de 2012 nos 50 estados norte-americanos -, apontava a liderança da democrata com 69,9%, conforme publicado em matéria no jornal Folha de S.Paulo no período.

Além dos algoritmos das redes sociais, o uso de robôs automatizados a responderem *tweets* com *#Clinton* ganharam destaque por propagarem os boatos em relação à candidata. Em uma notícia publicada pelo *New York Times*, após a eleição do candidato republicano em 2016, o sociólogo Phillip N. Howard, do *Oxford Internet Institute* e também um dos pesquisadores do fenômeno dos *chatbots*<sup>2</sup>, “Os chatbots são idiotas que berram alto”. Nesta mesma notícia, Howard também afirmou que o objetivo desta articulação era gerar confusão em relação aos fatos e semear dúvidas em discussões.

Em seu artigo “Com *Facebook*, blogs e *fake news*, adolescentes rejeitam ‘objetividade’”, a pesquisadora Regina Marchi (2012) apontou que a geração atual de jovens opta por ler textos opinativos aos informativos, o que acaba alimentando as bolhas sociais e contribuindo para reforçar ideologias anteriormente construídas. A polarização sustentada por este feito atinge primeiramente os jornalistas que acabam acusados de partidarismo e perdem a confiança do público.

É desgostoso pensar que, de uma para outra, os políticos, que historicamente tinham a fama de mentirosos, parecem ter mais credibilidade do que veículos de comunicação. E o jornalista, o qual deveria ser o mensageiro da verdade, entra na mira da desconfiança (FILGUEIRAS, 2018).

Com as eleições de 2016, além da popularização do termo *fake news*, surgiu também a expressão pós-verdade. Para Dunker (2018), a palavra é associada à

---

<sup>2</sup> *Chatbots* são *softwares* programados para responderem automaticamente conversações. Eles podem responder de acordo com perguntas já planejadas ou utilizarem da inteligência artificial para compreender o emissor. *Chat* vem de conversa e *bot* de robô.

força e à ausência do controle que a internet e as redes sociais trazem. É um momento em que se pula os dados técnicos, detalhes e incertezas de algo e o justifica com a opinião em conjunto, sancionada pela “razão universal”. Ou seja, os fatos perdem valor em relação às opiniões das pessoas, principalmente quando pensada por aquelas que têm raciocínio e posição semelhante.

## 2.2 NOTÍCIAS FALSAS NO BRASIL

No terceiro episódio da websérie ‘Cartas na Mesa’<sup>3</sup>, disponibilizado em 21 de maio de 2018, os jornalistas Caio Túlio Costa e Ricardo Gandour conversaram sobre a desinformação gerada pelas *fake news*. Em resposta a Gandour, que questiona se Costa considera as notícias falsas no Brasil diferente das estrangeiras, ele responde:

Ela é igualmente falsa. Quando eu falo falsa, ou é algo inventado, ou ela é algo distorcido. Eu diria que se há uma especificidade no Brasil é uma capacidade muito grande de vários atores fazerem bem esta distorção. Nós temos uma capacidade de distorcer maior do que de inventar (COSTA, 2018).

Apesar de ter sido apelidada recentemente de ‘*fake news*’, a notícia falsa existe há bastante tempo no Brasil. Assim como a imprensa amarela, citada no capítulo anterior, no País ela comumente chamada de imprensa marrom. A alteração da expressão na língua portuguesa se deu, conforme matéria publicada no dia 18 de abril de 2011, no site da revista Superinteressante, porque em 1959 o jornal Diário da Noite, do Rio de Janeiro, recebeu uma informação de que uma revista chamada Escândalo exigia dinheiro de pessoas por serem fotografadas em momentos constrangedores.

Atuando pelo jornal carioca da época, Alberto Dines (1932-2018) preparava então para sair no dia seguinte a matéria com o título “Imprensa amarela leva cineasta ao suicídio”. Foi quando o chefe de reportagem do Diário, Calazans Fernandes, achou que o amarelo não representava o caráter trágico da notícia e

---

<sup>3</sup> Cartas na Mesa: A websérie, realizada em uma parceria entre Observatório da Imprensa e o curso de jornalismo da ESPM de São Paulo, foi lançada em 9 de maio de 2018. Os seis episódios que compuseram a série, os quais têm duração em média de 30 minutos, foram divulgados semanalmente no *Youtube* e traziam profissionais do Jornalismo para debater sobre questões na área.

recomendou a Dines a substituição pelo termo 'imprensa marrom'. Como resultado, o termo se popularizou e a revista Escândalo acabou fechando.

Esse tipo de jornalismo sensacionalista se proliferou no Brasil também no século XIX. Sodré (2011), questiona se os pasquins, como ficaram conhecidos, podem ser chamados de 'jornal' e 'jornalistas' por trazerem "tremendos foliculários da época" (p.164). "Diferentemente do caso americano, esses pasquins não tinham objetivos comerciais, mas de luta política entre os que defendiam a monarquia e aqueles que a combatiam" (BORTOLOTTI, 2018).

Porém, antes da era da internet, o mais famoso jornal sensacionalista do País, também veiculou notícias inverídicas: Notícias Populares circulou entre 1963 e 2001. A história do jornal está apresentada no livro 'Nada mais do que a verdade - A extraordinária história do jornal Notícias Populares', publicado pela editora Summus Editorial. Uma das inverdades de maior destaque e que volta e meia repercute na internet pelo caráter cômico, é a do Bebê Diabo. Em 11 de maio de 1975, o jornal veiculou em sua capa a manchete "Nasceu o bebê diabo em São Paulo". A ilustração mostrava alguns homens em volta de um carrinho de bebê e os dizeres "bebê com chifres, rabo e falando".

Ao perceber a popularidade que a informação proporcionou ao jornal, passou a trazer todos os dias em sua primeira página novas histórias sobre o inexistente Bebê Diabo. Foram 37 dias documentando e alimentando o imaginário dos leitores. Durante os primeiros 25 dias, a principal manchete do Notícias Populares era essa falsa história.

O NP também fazia 'pegadinhas' em suas manchetes, como em 13 de fevereiro de 1968, a qual veiculou "Desapareceu Roberto Carlos", após um jornalista ter procurado a Jovem Guarda para tentar entrevista com o cantor. Como resposta, foi informado que Roberto Carlos estaria em Nova York e que seria impossível localizá-lo para falar com a edição. No dia seguinte, após repercussão e ter sido pressionado pelos produtores do programa, o jornal colocou na edição seguinte "Acharam Roberto Carlos".

Na contemporaneidade, as notícias falsas ganham destaque por meio das redes sociais. A ferramenta *Google Trends*, utilizada nesta pesquisa como suporte para compreender a relação dos internautas com os termos associados a este fato, disponibiliza dados sobre termos pesquisados em seu site de busca, ambos da

empresa norte-americana *Google*. Ao pesquisar por '*fake news*' no *Trends* até o mês dezembro de 2016, não havia qualquer tipo de citação dos brasileiros em busca pelo termo americano. Por outro lado, ao menos desde 2004 - período mais longínquo disponibilizado para levantamentos de dados pela plataforma -, os brasileiros têm buscado pelos termos 'notícia falsa' e 'boato'. Este último em maior predominância, com preferência de uso inclusive pela mídia brasileira.

Na aba 'notícias' do buscador *Google*, cuja se encontra notícias de diferentes portais a partir do termo pesquisado, ao delimitar a análise desde 2002 - período mais remoto do qual a ferramenta disponibiliza estas informações-, até 2016, com buscas pelo termo 'boato', demonstram-se algumas matérias com manchetes utilizando a expressão. Em destaque, uma de dezembro de 2006, do portal *Globo.com* - hoje *G1.com.br* -, leva o título 'Falso boato fala do confisco da poupança', assinada pela jornalista Maria Angélica Oliveira.

Diferentemente dos anos mais recentes, os quais as notícias falsas circulam pelas redes sociais, há época este tipo de conteúdo foi disseminado por e-mail. De acordo com a reportagem, através do correio eletrônico era repassada a informação de que o Projeto de Lei Complementar nº 137/2004, da Câmara dos Deputados, que propunha limite máximo de gasto mensal dos cidadãos brasileiros e ao mesmo tempo transferia o valor restante para uma 'Poupança Fraternal, a título de empréstimo compulsório, havia sido aprovado e entraria em vigor no ano seguinte. Em busca pela PLP, maneira a qual a proposição de Projeto de Lei Complementar é nomeada, no site da Câmara dos Deputados, sua tramitação aparece em despacho para as Comissões de Finanças e Tributação, de Constituição e Justiça e de Cidadania desde 25 de março de 2004, dois anos antes da disseminação dos boatos.

Outra nota que teve destaque quase 10 anos depois, em maio de 2013, e também se associa em relação à política, foi o boato que anunciava a suspensão de pagamentos do programa social do Governo Federal Bolsa Família. Assinada pelo jornalista Felipe Néri, a reportagem veiculada no portal de notícias *G1* anunciava 'Boato sobre Bolsa Família chegou a ao menos 12 estados'. Em consequência da falsa notícia que se espalhou, milhares de beneficiados pelo programa lotaram as agências da Caixa Econômica Federal e lotéricas com medo de perder o dinheiro que complementa a baixa renda.

### 2.3 AS NOTÍCIAS FALSAS E O IMPACTO NAS ELEIÇÕES BRASILEIRAS

Ao escolher o termo pós-verdade, o dicionário Oxford explica que a escolha se deve ao fato de a expressão ter se popularizado em 2016, não somente por conta das eleições dos Estados Unidos, cuja também popularizou o termo *fake news*, mas também em razão do *Brexit*<sup>4</sup>, a saída do Reino Unido da União Europeia, o qual foi anunciado em junho daquele ano. Ambos os acontecimentos demonstraram que as emoções daqueles que opinaram sobre os assuntos sobressaia-se da razão e de argumentos cabíveis, e acabaram por determinar como sairia o resultado e andamento dos fatos. O episódio pode estar ligado, conforme avalia Hardin (2002), às pessoas confiarem e receberem sem maiores receios ou dúvidas, informações de grupos aos quais se sentem identificados, ignorando, assim, outras fontes com as quais não concordam, mesmo as oficiais de campanha dos candidatos.

Acontecimento semelhante ao que ocorreu nas eleições gerais brasileiras de 2018, quando o então candidato Jair Messias Bolsonaro, do Partido Social Liberal (PSL), conseguiu se eleger presidente da República com 55,13% dos votos válidos. O candidato cresceu no percentual com uma campanha baseada pelas redes sociais, principalmente pelo aplicativo de troca de mensagens *Whatsapp*, em que seus eleitores divulgavam em grupos notícias falsas sobre outros partidos a fim de angariar mais votos para o atual chefe da República.

De acordo com matéria da jornalista Almueda Barragán, que foi publicada em 19 de outubro de 2018, no *El País*, o então candidato de extrema-direita ganhou força contra Fernando Haddad, do Partido dos Trabalhadores (PT), com quem disputava o segundo turno, por fabricar notícias e pelo fato de que cerca de seis a cada 10 brasileiros utilizam o aplicativo *Whatsapp*. O que significa aproximadamente 120 milhões de usuários ativos, segundo dados da empresa *Facebook*, que detém os direitos sobre a plataforma.

Dentre as notícias que circularam a favor de Bolsonaro, algumas ganharam destaque por beneficiarem sua candidatura. O 'kit gay' foi o que mais se destacou. Várias foram as vezes em que a autoria do 'kit', que supostamente foi criado para incentivar que crianças e jovens se tornassem gays, foi desenvolvido por Haddad.

---

<sup>4</sup> A expressão *Brexit* é a união das palavras inglesas *Britain* (Bretanha) e *Exit* (saída). O termo identifica o processo de saída do Reino Unido da União Europeia iniciado por meio de referendo em 23 de junho de 2016.



Em algumas entrevistas, dentre elas a sabatina realizada pelo Jornal Nacional em 28 de setembro de 2018 – assim como fez com os outros candidatos -, Bolsonaro mencionou o livro ‘Aparelho Sexual e Cia’, de Zep, pseudônimo do suíço Phillipe Chappuis, lançado no Brasil pela Companhia das Letras.

A obra em questão é narrada por um personagem de 10 anos que levanta dúvidas sobre assuntos relacionados à sexualidade e às mudanças que acontecem na puberdade. Em um trecho é abordado a homossexualidade que foi deixada para que o candidato do PSL não apenas dissesse que fazia apologia à ‘ideologia de gênero’, como também fazia parte do ‘kit gay’. Batizado desta maneira pela bancada evangélica da Câmara dos Deputados, o Escola sem Homofobia, criado em 2011 pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) e por meio de um convênio firmado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), visava levantar o debate da homossexualidade, transsexualidade e bissexualidade entre jovens.

Segundo matéria do *Huffpost* Brasil, publicada em 29 de agosto de 2017, com material composto por três vídeos e guia de orientação aos professores, o principal objetivo da proposta era reconhecer a diversidade sexual e falar sobre o preconceito. No entanto, este conteúdo foi barrado no mesmo ano pelos setores mais conservadores do País e do Congresso Nacional. A ligação ao nome do candidato petista é porque na época ele era o ministro da Educação do governo Dilma Rousseff (2010-2016). De fato, conforme matéria a demanda surgiu do Ministério Público e do Legislativo. O livro em questão, apesar de ser adquirido pelo MEC e distribuído em algumas bibliotecas de escolas públicas, não fazia parte da iniciativa e muito menos era leitura obrigatória. No meio da campanha, conforme apresentado na reportagem do *El País* (2018), o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) ordenou que os vídeos de Bolsonaro que falavam sobre a distribuição dessa obra fossem retirados pois geravam desinformação e prejudicavam o debate político.

Outra notícia falsa que ganhou destaque, no período da campanha eleitoral, sugeria que Haddad, caso eleito, legalizaria a pedofilia. Uma imagem, que circulou pela internet, mostrava uma menina com a boca tapada por uma mão masculina e os dizeres “Um projeto de lei torna a pedofilia um ato legal. O sexo com crianças a partir de 12 anos deixaria de ser crime”. Junto ao logotipo da campanha do candidato petista é mencionado o projeto de lei (PL) 236/212, apresentado pelo senador centro-direitista José Sarney (PMDB-AP), cujo em seu texto propõe a

redução do consentimento sexual de 14 para 12 anos. O PL se encontra parado justamente por ser polêmico, todavia não menciona a legalização da pedofilia. Da mesma maneira, de acordo com a reportagem de Barragán para o El País (2018), Fernando Haddad nunca esteve ligado aos trâmites do projeto, visto que nunca ocupou um cargo legislativo.

Para os autores Van Prooijen, Krouwel e Pollet (2015), no artigo “Extremismo político prevê a crença em teorias de conspiração”, ideologias políticas extremas, tanto da esquerda como a da direita, foram responsáveis por tragédias humanas no século XX, como o comunismo e o fascismo, respectivamente. Antes de eleger um representante de extrema-direita em 2018, o Brasil, desde 2002, elegeu presidentes com pautas mais posicionadas à esquerda. Luiz Inácio Lula da Silva, do PT, foi o quinto presidente eleito desde o processo de redemocratização em 1985, em 2002, e reeleito em 2006, posteriormente sendo substituído pela colega de partido Dilma Rousseff. Dilma foi eleita em 2010 e reeleita em 2014, não concluindo o segundo mandato por ter sofrido o processo de *impeachment*<sup>5</sup> em 2016.

A mobilização para que o processo ocorresse ganhou força na internet após ter sido promovida por grupos políticos de direita como Movimento Brasil Livre (MBL) e o VemPraRua (LERNER, PENTEADO, 2018). Partidos políticos, artistas, grupos conservadores e militaristas, alguns a favor da intervenção militar, assim como mídias assumidamente a favor da direita, também se declaram a favor do *impeachment*.

Ainda em 2016, e desde então, conforme estudo realizado por Ortellado, Gallego e Ribeiro (2018), o comportamento online de brasileiros que demonstravam interesse no ativismo anticorrupção e ao combate ao crime se tornou confuso e difícil de distinguir das pessoas interessadas em partidos e políticos posicionados à direita. Por outro lado, os que se identificavam aos grupos de direitos humanos e movimentos sociais progressistas se unificaram com aqueles que se vinculam a partidos e políticos de esquerda.

O campo antipetista se vê essencialmente como anticorrupção (o PT sendo o caso mais extremo de corrupção que tomou o Estado brasileiro) e o campo da esquerda se vê como guardião da justiça social (ORTELLADO, GALLEGO, RIBEIRO, 2017).

---

<sup>5</sup> Em 31 de agosto de 2016, o Senado brasileiro aprovou com 61 votos favoráveis - sendo 20 contrários-, o processo de *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff. Dilma foi condenada sob a acusação de ter cometido crimes de responsabilidade fiscal.

No Rio Grande do Sul, campo de pesquisa para esta análise, os candidatos a governador que foram para o segundo turno se mostravam simpatizantes às pautas de direita. Eduardo Leite, do PSDB, e José Ivo Sartori, do MDB, receberam 35,9 por cento e 31,11 por cento, respectivamente, dos votos válidos. O candidato do PT, Miguel Rosseto, ficou em terceiro lugar, garantindo 17,76 por cento dos votos. No segundo turno, Leite foi eleito com o percentual de 53,62, contra os 46,38 de Sartori. Como candidato à presidência, 63,24 por cento dos gaúchos votaram em Bolsonaro, e 36,76 por cento em Haddad, no segundo turno.

Regressando às eleições gerais brasileiras anteriores, notava-se, ainda, a simpatia ao PT no estado. Em 2010, no segundo turno, Dilma recebeu 56,05 por cento dos votos válidos contra José Serra que teve percentual de 43,95. No mesmo ano, Tarso Genro, do PT, foi eleito ainda no primeiro turno, com 54,35 por cento dos votos. Em 2014, Dilma recebeu no segundo turno a porcentagem de 51,64 contra os 48,36 de Aécio Neves, do PSDB. Para chefe do Palácio Piratini, mantendo o estigma de nunca ter reeleito um governador, Genro foi derrotado por Sartori que obteve 61,21 do percentual, contra 38,79 do candidato petista.

Para Pinheiro-Machado e Scalco (2018), que publicaram a pesquisa “Da esperança ao ódio: Juventude, política e pobreza do lulismo ao bolsonarismo”, realizada no Morro da Cruz, uma das maiores periferias de Porto Alegre, “Havia ódio na esperança e parece haver esperança no ódio” ao se referirem à mudança da simpatia e confiança, as quais, anteriormente, estavam depositadas no PT e passaram a ser de Bolsonaro.

### 3 A CRISE DA INFORMAÇÃO NO SÉCULO 21

Este capítulo busca abranger a crise da informação que vem se tornando pauta recorrente nas redações, não só as brasileiras, como também as estrangeiras. No sexto e último episódio de 'Cartas na Mesa', ao lado do também jornalista Carlos Eduardo Lins da Silva, Eugênio Bucci (2018) disserta sobre a importância da confiabilidade para a profissão:

O jornalismo é uma profissão que só existe na base da confiança. É a confiança entre o repórter e a fonte. A confiança entre o leitor e o veículo. A confiança entre o editor e o diretor do jornal. Nós conversamos e contamos para outras pessoas o que é que nós conversamos com outras pessoas. Isso estabelece uma teia de confiança. A confiança é tudo no jornalismo. Por isso que se diz que a credibilidade é o grande patrimônio do jornalismo.

Ainda neste tópico é preciso considerar como os novos meios de comunicação bem como o excesso de informação interferem para que a confiança na mídia fique estremecida. A fim de compreender esta relação, autores como Guareschi (2002) e Moretzsohn (2002) colaboram com suas reflexões. Outro ponto relevante a ser citado é o papel do jornalismo na sustentação da democracia. A defesa do direito à informação é realizada por Esteves (2003), Gentilli (2002) e Pereira (1979).

Por fim, o surgimento das agências de checagem, seu papel e como se assemelham ao jornalismo, também é abordado neste capítulo. Soma-se ainda a utilização das *fake news* na campanha eleitoral de 2018 e o trabalho de checagem feito em torno das manifestações dos candidatos ao governo do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite (PSDB) e José Ivo Sartori (MDB), concorrentes na referida disputa.

#### 3.1 JORNALISMO, TRANSPARÊNCIA, ÉTICA E DEMOCRACIA

Para abrir este tópico, cabe destacar uma das frases presentes no livro 'Imprensa: Um compromisso com a liberdade' (PEREIRA, 1979):

Sem liberdade de imprensa não há democracia. As liberdades de pensamento e de expressão, tanto fala como escrita, são inseparáveis direitos fundamentais. Unidos eles constituem a garantia e a defesa das outras liberdades em que se baseia a Democracia. (p.41)

Publicada na época do Governo Figueiredo - último período da ditadura militar antes da redemocratização em 1985, quando ocorreu o 'Diretas Já'<sup>6</sup> -, a obra em questão aborda o papel da imprensa para democracia. O autor apontava então a importância da atribuição das fontes para que o jornalista permanecesse com credibilidade junto à opinião pública. De acordo com sua análise, naquele contexto, e que talvez se possa enxergar resquícios até hoje, ao não se identificar a procedência de uma informação, abria-se espaço para a manipulação.

Quase uma década depois, em 1988, com a promulgação da nova Constituição Federal, foi publicado no capítulo V, a qual se refere à Comunicação Social, a seguinte norma:

Nenhuma lei conterá dispositivo que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística em qualquer veículo de comunicação social, observado o disposto no art. 5º, IV, V, X, XIII e XIV. (CF 1988, art. 220, § 1º)

A fim de combater a censura, que havia atingido não somente a mídia, como também artistas brasileiros, após o Ato Institucional nº 5 (AI-5), em 13 de dezembro de 1968, a Constituição destacava no segundo parágrafo que “é vedada toda e qualquer censura de natureza política, ideológica e artística”. Assim, diferentemente do que ocorria na época da ditadura, quando veículos eram censurados ao anunciarem notícias de interesse público, mas que não agradavam ao governo ditatorial, a imprensa ganha liberdade de expressão. Durante o período, conforme o Memorial da Democracia<sup>7</sup> (2016), foram cerca de mais de mil e cem matérias sobre política censuradas pelo regime militar. Para denunciar a censura sofrida, alguns jornais publicaram receitas de pratos alimentícios ou poesias no local onde deveriam estar as notícias vetadas.

A Constituição de 1988, que começou a ser escrita em 1987, permitiu que o presidente da República voltasse a ser eleito pelos cidadãos, depois de mais de 20 anos de ditadura e eleições indiretas para estes cargos. Em 1979, o governo já notava descontentamento da população em não poder eleger seus líderes e no ano seguinte, então, publicou uma emenda que liberou a eleição direta para

---

<sup>6</sup> 'Diretas Já' foi um movimento em 1984 que levou o povo brasileiro às ruas solicitando o fim da ditadura militar e o poder de voto para escolher seus representantes políticos.

<sup>7</sup> O Memorial Democracia é um museu virtual no qual está reunido um acervo sobre o período da ditadura militar até os dias atuais. É possível encontrar fotos, músicas e notícias que marcaram a época.

governadores. Sete anos depois, em 1986 ocorreram as eleições para formação do Congresso Nacional, quando foram eleitos 559 senadores e deputados que integraram a Assembleia Constituinte e elaboraram durante um ano a Constituição promulgada em 1988.

O ano de 1985 registrou o último presidente a ser eleito de forma indireta, José Sarney, e, em 1989, Fernando Collor seria o primeiro representante da República a chegar ao cargo com voto popular depois do período ditatorial. Além da questão de poder de votos, os direitos como liberdade de expressão e de imprensa foram garantidos na carta.

De acordo com Pereira (1979, p.27), além da liberdade de expressão, surge também a necessidade do direito à informação “resultante de duas causas principais: as diversas formas de sonegação, envolvendo a ação do Estado, quase sempre acompanhando regimes totalitários ou autoritários”. Em um contexto mais contemporâneo, Guareschi (2002, p.107) diz “nem sempre o acesso à comunicação significa que ela seja democrática. A comunicação, entendida como um serviço público, é para estar à disposição de todos”.

Um dos pontos levantados pelo autor para justificar seu argumento (escrito bem antes da supremacia da internet) é que o progresso das comunicações acaba gerando limitações, além de informações confusas e falta de entendimento sobre as questões éticas em aspectos micro e macro. “De um lado, a comunicação instantânea em todos os pontos do planeta, através do satélite, do fax, telefone celular, internet, forma um mundo cada vez mais uno e, por outro, cada vez mais dividido” (GUARESCHI, 2002, p.107).

### 3.1.1 A DESCONFIANÇA COM A MÍDIA

Na década de 1990, a internet já era usada para difusão informações jornalísticas. Antes da criação do *World Wide Web* (*web* ou *WWW*), “porém os serviços oferecidos eram direcionados para públicos muito específicos e funcionavam através da distribuição de *e-mails* [...]” (PALACIOS, 2002, p.2).

De acordo com o Palacios (2002), inicialmente, os veículos reproduziam o conteúdo do jornal impresso para seus respectivos sites. Esta conjuntura se modificou, no fim dos anos 1990 e inícios dos anos 2000, com projetos, tanto empresariais, quanto editoriais, voltados exclusivamente para a internet. Na segunda

década do século XXI, em 2016, conforme pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil atingiu o número de 116 milhões conectadas à internet.

Uma pesquisa da *Advice Comunicação Corporativa*<sup>8</sup> em parceria com a *BonusQuest*<sup>9</sup>, realizada em 2016, apontou que 78% dos brasileiros se informam pelas redes sociais. Os portais de notícia também têm predileção, sendo utilizados como fonte de informação para 90% daqueles que responderam à consulta. Dentro destes dados, as redes sociais mais utilizadas para busca de informação são o *Facebook*, para 60% dos que responderam; o *Whatsapp*, para 11%; *Twitter*, para 5%, e *Linkedin*, para 2%. Vinte e três por cento dos voluntários afirmaram não utilizar redes sociais como fonte de informação. Dentre estes, 42% admitiram ter compartilhado notícias falsas em algum momento.

Ainda dentro da análise Pesquisa Consumo de Notícias do Brasileiro, o jornal, tanto o impresso como o online, foi apontado como o meio de informação mais confiável. Mesmo os portais de notícias sendo utilizados como fonte de informe por 90% dos pesquisados, a confiança é de 65%, sendo que 18% têm total confiança e 1% desconfia da veracidade dos fatos relatados.

O *Edelman Trust Barometer 2019*<sup>10</sup> - barômetro de confiança, em tradução livre -, outro estudo, realizado entre 19 de outubro e 16 de novembro de 2018, com 33 mil pessoas, de 27 países, sendo um deles o Brasil, apontou que a confiança na mídia está abaixo do adequado e baixou um ponto em relação ao ano anterior. A pesquisa, cujos primeiros dados são de 2001, demonstra que, desde 2007, empresas têm mais credibilidade em relação à mídia e ao governo perante os brasileiros. De 2018 para 2019, o governo ganhou no Brasil 10 pontos de confiança, porém se manteve na marca da desconfiança.

---

<sup>8</sup> Agência de comunicação estratégica, a *Advice Comunicação Corporativa* atua no Brasil, com sede em São Paulo.

<sup>9</sup> Pertencente ao grupo Limite Consultoria e Pesquisas, a *BonusQuest* é voltada para o mercado de pesquisas em relação ao avanço da tecnologia mobile, à mudança dos hábitos comportamentais com a utilização dos telefones e à expectativa das empresas por velocidades nas respostas.

<sup>10</sup> Décima nona edição da pesquisa anual de confiança e credibilidade realizada pela agência de pesquisa Edelman Intelligence. O estudo reuniu pessoas da faixa etária 25-64 anos, com nível superior e renda familiar um quarto maior em sua faixa etária de cada país. Outro critério utilizado é ler ou assistir mídias de notícias algumas vezes por semana, bem como acompanhar notícias políticas.

Um dos apontamentos para a desconfiança, conforme Filgueiras (2018), é a priorização insana para que a matéria seja a primeira publicada na internet. A dedicação de mais tempo para a apuração, e assim mais precisão nas informações, poderiam alterar o cenário. Para a autora, outro ponto relevante para esta conjuntura tem relação com histórico gosto cíclico dos leitores em relação ao consumo do jornalismo. Ora a predileção é por textos opinativos, ora por informação imparcial, nos quais existe uma linha tênue para a compreensão a qual é necessário deixar claro do que se trata. “A confusão entre ambas pode se tornar mais uma arma contra nosso trabalho”. (FILGUEIRAS, 2018).

### 3.1.2 NOTÍCIAS COMO NEGÓCIO

O atual processo industrial de fabricação de notícias pode ser outro motivo para a falta de confiança. Assim, antes mesmo da apuração, o jornalista pensa em seu prazo de entrega e elabora mentalmente os textos possíveis a partir do que a pauta sugere (DARNTON, 1995, p. 96 apud MORETZSOHN, 2002, p. 74).

As grandes redações brasileiras fornecem, em todas as editorias, exemplos diários de notícias fabricadas de acordo com a busca pela informação capaz de ganhar destaque, ainda que com muitos malabarismos verbais e/ou visuais, coerentes com a nossa “sociedade do espetáculo”.

Na editoria de esportes, por exemplo, conforme a autora, as manchetes são fabricadas para acirrar a rivalidade entre os torcedores. Da mesma forma acontece em outras editorias. Um caso da política que ganhou notoriedade, em 1994, foi que ao considerar a cobertura da campanha eleitoral fraca, a Folha de S. Paulo enviou outro correspondente para acompanhar o candidato Luís Inácio Lula da Silva. Esse, com a missão de obter um fato relevante, publicou um comentário informal de Lula durante uma janta em que se referia ao então presidente Itamar Franco de “filho da puta”. A manchete ganhou destaque “gerando as consequências de praxe: indignados pedidos de retratação, ameaças de processo judicial, desmentidos - e mais e mais ‘notícias’”. (MORETZSOHN, 2002, p.75).

Outro aspecto relevante a ser levantado, como escreveu Esteves (2003, p.187), é a realidade social na qual o público acaba por promover convicções partilhadas de um mesmo pensamento, bem como a vontade de um grande número



de pessoas com ideias semelhantes, assim como mencionado no capítulo anterior, ao se referir à pós-verdade. Por vezes, opiniões contrárias e extremistas, acabam por anular as opiniões neutras e independentes (ESTEVEVES, 2003, p. 210 e 211).

Em sua análise sobre o comportamento de massa das pessoas, o autor aponta que em momentos semelhantes a estes é preciso estar atento à degradação das estruturas comunicacionais, principalmente em relação ao processo de discussão pública se tornar mais dependente dos mais atuais dispositivos de comunicação (ESTEVEVES, 2003, p.225). Isso poderia enfraquecer o papel da imprensa perante o público, o que pode provocar novamente uma censura.

No contexto atual, no qual o presidente Jair Bolsonaro é alvo de polarização por parte dos brasileiros, aqueles que o apoiam parecem se voltar contra veículos de comunicação que trazem matérias negativas sobre o governo do político do PSL. Logo após ser eleito, em novembro de 2018, conforme matéria do Estadão, Bolsonaro vetou a participação de alguns jornalistas de uma coletiva de imprensa, dentre eles, repórteres das empresas Estadão, a Folha de S. Paulo e O Globo, sob alegação de que “não havia espaço” - a entrevista aconteceu em sua casa.

Outro momento mais recente, em março de 2019, fez com que a jornalista Constança Rezende fosse exposta nas redes sociais após Bolsonaro publicar em sua conta no *Twitter* um relato deturpado ao qual associava à repórter. Na época, ele afirmou que Constança queria arruinar a vida de seu filho Flávio Bolsonaro, também do PSL, - eleito senador em 2018 pelo estado do Rio de Janeiro -, e provocar seu *impeachment*.

A profissional teve uma conversa em inglês exposta em que falava sobre o caso de Fabrício Queiroz<sup>11</sup> e que isso poderia provocar a ruína do senador. Como resultado, a jornalista do Estadão foi perseguida virtualmente e recebeu ofensas em suas contas. Como protesto, a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) publicaram uma nota em que repudiavam o ataque de Bolsonaro à imprensa.

Entrando na questão ética da atitude de Bolsonaro, é possível se dizer que o presidente pratica a ética da responsabilidade, mesmo que moralmente pareça se

---

<sup>11</sup>Ex-motorista e ex-assessor de Flávio Bolsonaro, Fabrício Queiroz levantou suspeitas ao movimentar R\$ 1,2 milhão de maneira atípica, de acordo com relatório do Conselho de Atividades Financeiras (Coaf). Depósitos e saques foram atrelados ao senador Bolsonaro, bem como a primeira-dama do País, Michele Bolsonaro, que recebeu um depósito de R\$ 40 mil de Queiroz.

enquadrar na ética da convicção, conceitos de Ribeiro (2000, apud COSTA, 2009, p.108). A ética da convicção consiste no indivíduo que compartilha uma opinião bem-intencionada e caso ela tenha más consequências, ele não se responsabiliza por elas, por acreditar que não é o agente precursor. Por outro lado, na ética da responsabilidade, o sujeito tem consciência dos defeitos humanos e entende que sua ação pode gerar reações plurais (COSTA, 2009, p. 109).

Dentro do jornalismo a principal questão ética se dá em razão da imparcialidade ou a falta dela. Um veículo, por exemplo, publica além de notícias gerais, opiniões de colunistas, o que faz ele trazer parcialidade. O adjetivo ‘imparcial’ vem do latim *impartialis*, derivado de *pars, partis*, que significa ‘parte, facção, porção, quinhão, partido’. “Diz-se de alguém que se abstém de tomar partido ao julgar, ou alguém que julga sem paixão (juiz, júzo imparcial), que não sacrifica a verdade ou a justiça a considerações particulares” (COSTA, 2009, p.156).

Da mesma forma, Costa relembra que a objetividade integra o modelo ideal para atuação no jornalismo. ‘Objetivo’ vem do latim *objectivus*, decorrente de *objectus*. O atributo está relacionado ao comportamento de pôr adiante, representa o que está no espaço da experiência sensível. O substantivo feminino ‘objetividade’,

[...] fixa a qualidade, caráter ou condição do que é objetivo; ou a qualidade do que dá, ou pretende dar, uma representação fiel de um objeto (a objetividade da ciência); caráter daquele que age rápido, que não perde tempo em lucubrações<sup>12</sup>; é a característica do que não (o intelecto cognitivo humano) passível de por ele ser conhecida ou transformada. Para arrematar, Antônio Houaiss<sup>13</sup> inclui no seu dicionário que a objetividade é a “qualidade do que é imparcial” e dá o exemplo: “A objetividade de uma notícia” (COSTA, 2009, p.156).

O jornalismo seguindo o conceito da objetividade é, então, transparente e transmite a realidade dos fatos. Independentemente de parcialidade ou não, o propósito é somente relatar o público a verdade dos acontecimentos. Gilles Gauthier, que escreveu constantes justificativas sobre a assertividade na imprensa, acredita que nenhum argumento ontológico, psicológico, pragmático, epistemológico ou ético se mantém ao defender a inexistência da transparência no jornalismo. “O

<sup>12</sup> Plural de lucubração. O mesmo que elucubrações, meditações e vigílias.

<sup>13</sup> Antônio Houaiss (1915-1999) foi filósofo, crítico literário, tradutor, diplomata e ministro da cultura no governo de Itamar Franco, entre 1992 a 1993.

fim da objetividade no jornalismo soe traria o fim do próprio jornalismo, no entender de Gauthier” (citado por COSTA, 2009, p.156).

### 3.2 EXCESSO DE INFORMAÇÕES E HIPERCONCORRÊNCIA NO JORNALISMO

Não é novidade que no Brasil vigora o modelo econômico capitalista e que a maior parte dos brasileiros não é dono do próprio negócio, portanto, exerce suas funções para outros, podendo ser o Estado ou para proprietários dos meios de produção. Estes meios de produção podem ser terras, indústrias, ou organizações de serviço, na qual a informação se junta, bem como a saúde, educação, contabilidade, etc. (GUARESCHI, 2013).

Os jornalistas brasileiros trabalham em sua maioria para alguma empresa, seja ela privada ou pública e que têm seus interesses. Influenciada pelo modo de produção capitalista, “os meios de comunicação transformaram-se também em meios de produção da comunicação” (GUARESCHI, 2013, p.62). Inserida neste sistema mercadológico, a mídia também produz mercadoria (notícia<sup>14</sup>), com finalidade de obter lucro, algumas vezes, subordinando a informação à política editorial da organização. Dentre os conceitos da notícia, Marcondes Filho (1989, p.13) a classifica como:

A informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais, sensacionais; para isso, a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo.

Se por um lado, a imprensa é fundamental para a democracia, por outro, grande parte das informações oferecidas estão sob interesse dos grupos que as controlam. Com o aparecimento da internet, todos os meios de informação tiveram que se reinventar para sobreviver à crise que a multiplicação da informação em tempo real e individualizada causa. Além de atingir a credibilidade da imprensa, outro problema ocasionado é a organização de um modelo eficiente de monetização

---

<sup>14</sup> Concepção muito bem sustentada por Cremilda Medina na sua obra **Notícia, um produto à venda**, Editora Summus, 1988.

que até então não parece ter sido encontrado. “Nenhum dos modelos vigentes traz garantia de rentabilidade” (RAMONET, 2013, p.53).

A indústria da informação, como é chamada a priorização e metas da criação de notícias de maneira que se tenha um grande número de produções, pode ter como uma das consequências a desinformação (SERVA, 2005, p.124). A necessidade de imediatismo e aceleração, pode ocasionar muitos erros e às vezes até o esquecimento de informações que contextualizam e dão outro sentido à notícia (RAMONET, 2013, p.57).

Os erros, que algumas vezes trazem também informações que não condizem com a clareza dos fatos, acabaram gerando desconfiança no público, chamada por Ramonet de ‘insegurança informativa’. Neste conceito, sendo tudo muito rápido e saturado, quando o leitor recebe uma informação, não sabe se ela será desmentida em seguida ou dias depois, pois o excesso informativo gera pouca confiabilidade.

No entendimento de Leão Serva (2005), o grande número de notícias propagadas em busca de atenção dos leitores pode superar a capacidade de processar os informes. Outro problema da saturação das notícias, é a possível perda de alguns dados importantes, bem como “alterar a sua compreensão de tal forma que se caracterizará como ‘deformação’ da informação - e se ocorrer sistematicamente, pode ser caracterizada com ‘desinformação funcional’” (2005, p.124).

Se o jornalismo segue os preceitos do capitalismo, segundo Duarte (2002, p.24), seu produto mercadológico são os textos. “Essa busca incessante do novo, aliada à rapidez com que a ciência se traduz no contexto tecnológico e à velocidade com que esses textos são produzidos [...]”

Com o objetivo de estar à frente da concorrência, a dinâmica mercantilista, da mesma forma que a obsessão em aumento da produtividade e rentabilidade dos jornalistas, tem como consequência a elaboração e checagem de informações realizadas de maneiras insuficientes. Na compreensão do autor Pascual Serrano (2013, p.156), é necessário que os profissionais da área entendam que não deve haver competição. “Podemos trabalhar para publicar os textos o quanto antes, mas sempre entendendo que o objetivo é a maior divulgação possível de conteúdos”.

Para Bonville e Charron (2016, p.348), os jornalistas cobiçam o reconhecimento profissional, sendo eles prestígio, notoriedade, credibilidade, acesso

às autoridades, etc. Enquanto alguns são caracterizados como ‘grandes’ profissionais prestigiados, outros são operários da produção e seguem longe dos holofotes. A concorrência pelos ‘furos’ e ‘grandes sacadas’ não se dá somente com jornalistas de outras empresas e, sim, também com colegas da mesma organização.

Precisando de aportes para sobreviver, as empresas disputam, principalmente na internet, por tempo e atenção dos leitores a fim de que possam vender para os anunciantes.

O financiamento publicitário leva as empresas jornalísticas a concorrerem em dois mercados simultaneamente: competem para atrair a atenção dos consumidores e para entrar nos orçamentos publicitários dos anunciantes (BONVILLE e, CHARRON, 2016, p.349).

Os autores Bonville e Charron (2016) trazem o conceito de hiperconcorrência para definir a intensidade de concorrência vivida nos últimos tempos pelas empresas jornalísticas. Passa-se, então, para além de concorrer pelo interesse e disposição dos leitores, a uma competição para tais feitos. Neste contexto, uma empresa inova em algum ponto e rapidamente a ação pode ser replicada pelos concorrentes. Enquanto nas regras habituais da concorrência a inovação deve ser bem avaliada antes de ser aplicada, para não correr o risco de se tornar um insucesso, “nos mercados *hiperconcorrenciais*, a constância na inovação é, ao contrário, uma condição de sobrevivência” (p.358).

Por natureza, a informação jornalística é um produto perecível, visto que, notícias e acontecimentos tem certa temporalidade e se renovam todos os dias. Mesmo assim, em sua maioria, o discurso jornalístico traz mensagens diferentes sobre fatos recorrentes, conhecidos pela população como crimes, assuntos políticos, acidentes, catástrofes naturais, entre outros. Desta maneira, ao reproduzir os mesmos conteúdos de empresas concorrentes, os jornais são incitados a utilizarem manchetes ‘exageradas’ para dar maior importância às notícias (BONVILLE, CHARRON, 2016, p. 361-62). No entendimento de Duarte (2000, p.25), “a construção dos textos segue à lógica do mercado, buscando sempre oferecer novas séries de produtos que se apresentem como novidades”

Os jornalistas passam então a ‘caçarem’ cliques dos internautas, que agora não demonstram tanta fidelidade e *zapeiam* pelos portais de notícias. A responsabilidade que antes era da empresa jornalística de chamar a atenção do

público, passa a estar como uma das funções dos profissionais de jornalismo. (BONVILLE, CHARRON, 2016, p.366). Os produtores de conteúdo se preocupam não somente com o que escrevem, mas também com o que pensa e quer o público. (p.369)

Atualmente podemos ver que o público além de informações de interesse público, parece ter fascínio por notícias sobre famosos e ‘fofocas’. Mas isso já era trabalhado antigamente pela mídia, como demonstra o jornalista Juremir Machado da Silva em seu livro ‘A miséria do Jornalismo’. Em 2002, ele escreve:

Sensacionalista e circular, o clip-jornalismo pretende encarnar uma época de pressa e de falta de tempo. Por trás dessa assertividade pseudo-sociológica, abriga-se a refutação do pensamento, o repúdio à reflexão, a rejeição do intelectualismo, o esvaziamento da função educativa da imprensa. Na era do lúdico, somente o gozo fácil justifica o investimento (SILVA, 2002, p.43).

Na época, Silva fez uma crítica sobre o que ganhava destaque na mídia, que pode ser percebido nos dias atuais de maneira muito semelhante. Enquanto temas considerados de interesse público demoravam a serem repercutidos, por exemplo, pautas culturais, manchetes como a respeito da gravidez da Xuxa (case citado pelo jornalista) eram replicadas de maneira veloz. Caso semelhante e atual que podemos observar é a gravidez de Kate Middleton<sup>15</sup> que teve repercussão mundialmente e ganhou destaque sobre outras pautas nacionais.

Roxo e Melo (2018) evidenciam que o entretenimento algumas vezes pode imitar o estilo jornalístico. As *fake news* se apropriam do estilo noticioso, o que faz mais leitores acreditarem naquilo que foi escrito. Ainda usando o exemplo de Kate Middleton, pessoas que simulam o texto jornalístico, porém trazem notícias falsas, divulgaram, em 2018, que a duquesa estaria esperando o quarto filho. A informação repercutiu e chegou inclusive aos portais de notícias de famosos como Caras e Purepeople, que após divulgarem uma ‘suposta gravidez’, anunciaram que um representante da realeza do Reino Unido havia desmentido a informação.

Portanto, conforme Wolton, o receptor nunca foi passivo, mas agora ganha o termo de ‘receptor-ator’, quanto mais se informa, mais crítica e negocia (2009, p.16-

---

<sup>15</sup> Duquesa de Cambridge é casada com o príncipe William. Kate engravidou três vezes e todas as gestações tiveram acompanhamento da imprensa e grande repercussão em escala mundial, chegando inclusive às redações brasileiras.

18). “A informação tornou-se abundante; a comunicação uma raridade. Produzir informações e a elas ter acesso não significa mais se comunicar”.

Ainda de acordo com o autor o principal desafio no cenário de saturação de informação é “distinguir as lógicas e organizar a convivência entre elas” (WOLTON, 2009, p.82-83).

Quanto mais tudo é visível e interativo, mais é preciso evidenciar as diferenças entre jornalista, expert, tecnocrata, acadêmico, político... Num mundo onde tudo ‘comunica’ e circula, é imperativo respeitar as três grandes lógicas que estruturam as relações com o mundo: informação, conhecimento e ação.

### 3.3 AGÊNCIAS DE CHECAGEM E O JORNALISMO

Nos primórdios do jornalismo, o jornalista exercia essencialmente a função de publicista, de quem as pessoas esperavam orientações e interpretações políticas. Um exemplo brasileiro de meados do século passado foi Carlos Lacerda, que montou sua própria empresa jornalística - Tribuna da Imprensa, em 1950. Com o impresso, expressou posições políticas e chegou a governador de Guanabara - antigo Distrito Federal, que em 1975 se juntaria ao estado do Rio de Janeiro. Segundo Lage (2001), os leitores de seus artigos ficaram conhecidos como ‘lacerdistas’.

Com o passar do tempo, as técnicas de redação sobre a notícia e a reportagem mudaram e foi se entendendo a importância dos títulos, das notícias em primeira mão. “O jornal que publicasse primeiro o relato de um fato de interesse público seria lido em lugar dos concorrentes e ganharia pontos na preferência dos leitores em geral para as próximas edições”. (LAGE, 2001, p.11). A notícia deixa de ser apenas recreação e se torna essencial na vida das pessoas, ganhando grande relevância.

O papel do repórter é captar, investigar, redigir e transmitir a informação. Para isso, depois de ter sua pauta montada, ele deve realizar a apuração dos dados para elaborar a notícia. A checagem dos fatos é um dos primeiros ensinamentos recebido nas faculdades de jornalismo, pois a investigação dá suporte à credibilidade para com o leitor. Além de indivíduos como fontes, é recomendável e essencial a pesquisa a fundo.

Se a fonte A dá uma versão, a fonte B outra e a fonte C uma terceira, deve haver uma quarta versão que corresponda ao que realmente aconteceu. Frequentemente, essa versão mais completa ou correta está disponível em algum lugar, pode ser investigada e recuperada (LAGE, 2001, p. 133).

Com a internet, o jornalismo se tornou ainda mais abrangente. Uma das características deste meio é que a tecnologia nos permite acesso à informação de maneira muito mais fácil e rápida. Além do mais, não é necessário investir muito dinheiro para ter acesso. Hoje basta ter um celular com conectividade à internet e recebemos notícias de qualquer lugar do mundo.

Por um lado, esta tecnologia ajudou e permitiu que jornalistas independentes não necessitem de veículos tradicionais para divulgar as notícias. Por outro, abriu brecha para o surgimento de informações propagadas por qualquer usuário da internet. “Nunca na história das mídias os cidadãos contribuíram tanto para informação” (RAMONET, 2013, p.86).

O *fact-checking* - em português, checagem de fatos -, surgiu em 1991 quando o jornalista Brooks Jackson, então na redação da CNN em *Washington*, recebeu o encargo de checar os anúncios de TV dos candidatos à presidência dos Estados Unidos na época, Bill Clinton (Democrata) e George Bush (Partido Republicano). Em seguida, Jackson criou a *Ad Police*, primeira agência de checagem de propaganda eleitoral. Outras iniciativas passageiras foram criadas na década de 1990, principalmente no meio acadêmico. Apenas em 2003, o jornalista Brooks Jackson, juntamente com a fundação americana *Annenberg Public Policy Center*, lançou o primeiro site de checagem de fatos, o *FactCheck.org*.

Mas, a checagem de fatos ganhou força somente em 2008 com a campanha presidencial norte-americana, quando o *Fact Checker*, do *Washington Post*, e o vencedor do prêmio Pulitzer *PolitiFact*, do *Tampa Bay Times*, foram criados. No Brasil, em 2010, durante as eleições gerais a Folha de São Paulo criou o ‘Mentirômetro’ e o ‘Promessômetro’ para avaliar as falas dos candidatos à presidência. O primeiro avaliava a veracidade das declarações classificando-as como ‘verdade’, ‘não é bem assim’, ‘aumentou e distorceu’ e ‘mentira’. O segundo verificava a possibilidade de realização das promessas feitas pelos políticos em ‘possível’, ‘há limitações’, ‘difícil de cumprir’ e ‘impossível’.

O trabalho de *fact-checking* se popularizou no País quatro anos depois, em 2014, também no período das eleições brasileiras à presidência da República, com o



blog 'Preto no Branco', do jornal O Globo, e o projeto Truco, da Agência Pública. Algum tempo após o fim do pleito, ambos os projetos foram descontinuados, todavia, a iniciativa Truco retornou e segue hoje mesmo em períodos fora das eleições. Outros projetos e agências de checagem foram surgindo, como a Lupa, da revista Piauí, Aos Fatos e a Filtro *Fact-Checking*, essa última é objeto de análise desta pesquisa no quarto capítulo.

Para além de informações em tempo real, que, de acordo com Wolton (2006, p.63), "é o reinado de 'estar presente', onde tudo não é senão olhares", as agências de checagem têm a característica de se dedicarem mais tempo à apuração e também de expor os métodos e fontes de como chegaram a veracidade dos fatos. Salvo em análises de discursos em tempo real, em debates, por exemplo, quando, quase simultaneamente, a pesquisa é divulgada. Diferentemente da atuação do jornalismo tradicional que busca dar a informação antes do concorrente - como apresentado no item anterior.

Atualmente, conforme dados colhidos no site do projeto *Reporters' Lab*<sup>16</sup>, há cerca de 160 projetos ativos de *fact-checking* espalhados pelo mundo e outros 67 inativos, sendo que o site não aponta o projeto do Filtro *Fact-Checking* em seu mapa. De acordo com o *First Draft*<sup>17</sup> (2017), hoje são três as principais atividades realizadas. Em primeiro lugar, o próprio *fact-checking*, termo que estamos mais familiarizados, o qual seleciona uma citação de alguém que cause influência ou ganhe destaque na sociedade e a partir daí checa o grau de veracidade da informação. Geralmente, esta prática é realizada com investigação em bancos de dados oficiais e com especialistas. Este tipo de checagem é comumente aplicado em discursos políticos.

O segundo exercício é o *debunking*, que traduzido para o português, significa desmistificação. Neste é examinado a autenticidade de conteúdo o qual não é realizado por fontes oficiais ou que tem fontes anônimas. Como é o caso de boatos que surgem em mídias sociais e que tivemos o exemplo no Brasil recentemente durante as eleições, da propagação de conteúdo sobre candidatos no *WhatsApp*.

---

<sup>16</sup> Centro de pesquisa de jornalismo da *Sanford School of Public Policy at Duke University*, A iniciativa tem como foco principal checagem de fatos e pesquisas de confiabilidade na mídia e em outros tópicos.

<sup>17</sup> Iniciativa jornalística criada pelo Centro Shorenstein de Imprensa, Política e Políticas Públicas da Universidade de Harvard, com objetivo de combater a desinformação.

Por último, está a realização de *verification*, ou verificação - no português. Esse está ligado principalmente ao fato de examinar conteúdos digitais, como foto ou vídeo, e apontar que pode ter sido manipulado. Nota-se que o papel, bem como o surgimento, das agências de checagem está fundamentalmente ligado às redes sociais. Para Del Bianco (2004, p.133), as tecnologias digitais fazem com que se torne necessário uma reconfiguração na prática de produção de notícias.

Sem dúvida, as novas ferramentas digitais colaboram para reestruturar o exercício da profissão, a produção industrial da notícia, as relações entre as empresas de comunicação com as fontes, a audiência, os concorrentes, o governo e a sociedade. [...] Embora as mudanças sejam abrangentes há uma tendência corrente em estudá-las como se fossem de caráter meramente operacional. Ressaltam-se como um dos seus efeitos, a readaptação legitimadora das rotinas produtivas e de linguagens às exigências da instantaneidade e da visualidade do jornalismo online.

Sendo as redes sociais as principais plataformas de disseminação das *fake news*, alguns sites como o *Facebook* e o *Google* criaram parcerias com as agências. Em 2017, o *Google* estreou um selo de verificação dos fatos, o qual é exibido nos resultados das buscas por notícias em que foram checadas por alguma iniciativa. Outra ação da empresa foi a modificação de algoritmos de busca para impedir a disponibilização de conteúdos falsos e/ou enganosos gradualmente.

De maneira semelhante, o *Facebook*, em parceria com a Aos Fatos, Lupa e com o serviço de *fact-checking* da *Agence France Press* (AFP), tenta reduzir o alcance de postagens de conteúdo falso. Segundo dados da empresa, nos Estados Unidos, o mecanismo reduziu cerca de 80% da entrega orgânica de postagens com informações tidas como enganosas.

Após o anúncio das duas plataformas, e ao receber pressão por parte dos usuários, o *Twitter* também comunicou que controlaria as notícias falsas. Em cooperação com Aos Fatos, o microblog desenvolveu o perfil Fátima - *@fatimabot*. A robô envia mensagens aos usuários que compartilham notícias falsas em suas contas com um link que leva à checagem da informação realizada pela agência.

Em 2017, a Rede Internacional de *Fact-Checking* (IFCN - na sigla em inglês)<sup>18</sup> criou um código de princípios que dá um selo de verificação para agências

---

<sup>18</sup> A International Fact-Checking Network é uma unidade do Instituto Poynter dedicada a reunir verificadores de fatos em todo o mundo.

de checagem que cumprem os requisitos. É necessário seguir cinco compromissos principais para ser um membro verificado da organização. “Acreditamos que a verificação de fatos não partidária e transparente pode ser um instrumento poderoso de jornalismo de prestação de contas” (IFCN, 2017). A averiguação é realizada por outros membros de agências checadas ao redor do mundo.

Para serem aferidas, as agências devem apresentar, em primeiro lugar, ‘organização’ tendo registro legal ou status organizacional, bem como link que permite acesso a checagens realizadas nos três meses anteriores. O primeiro princípio analisado é a ‘imparcialidade e apartidarismo’ - no qual são averiguados 10 links de fatos apurados que demonstrem que não há ligações partidárias nem viés políticos dos jornalistas e da iniciativa. O segundo ponto é a ‘transparência das fontes’, que avalia as informações das agências sobre suas fontes.

O terceiro compromisso é em relação à ‘transparência de financiamento e organização’, no qual é avaliado de que maneira o projeto se sustenta e que isso seja listado publicamente. Em penúltimo lugar, a ‘transparência da metodologia’ exige que as agências exponham em alguns momentos suas metodologias para realizarem o *fact-checking* para que o público possa compreender de onde e como chegaram naquelas informações. Por último, a ‘política e correções aberta e honesta’ examina o tratamento das organizações com correções e também exige que isso esteja aberto ao público.

Atualmente, são 64 membros verificados pelo IFCN. Na lista, hoje há apenas a Aos Fatos das agências brasileiras verificadas. Os projetos Lupa e Truco também já integraram a lista, porém atualmente estão com seus certificados expirados, já que a última checagem sobre seu cumprimento dos princípios foi realizada pela última vez em 2018.

### 3.4 FAKE NEWS E AS ELEIÇÕES 2018 NO RIO GRANDE DO SUL

Antes mesmo do período eleitoral de 2018, muitas análises foram publicadas na mídia sobre o possível impacto das notícias falsas nas eleições. Um dos exemplos é de março daquele ano, quando o Estadão publicou um artigo de Luiz Augusto Filizzola D’Urso, presidente da Associação Brasileira dos Advogados Criminalistas (Abracrim) e especialista em cibercrimes, em que disserta sobre as

possíveis influências e reações geradas pelas *fake news* e também alerta para a maneira como elas repercutem.

O grande problema é que tais notícias falsas têm se utilizado do compartilhamento irresponsável de muitas pessoas na rede, que estão disseminando notícias mentirosas, sem verificar previamente sua veracidade. Inclusive, há casos que o compartilhamento é realizado após o indivíduo ler apenas a manchete, desconhecendo por completo o conteúdo compartilhado (D'URSO, 2018).

Conforme apresentado no último item do capítulo dois, em nível nacional é sabido que as notícias falsas beneficiaram Jair Bolsonaro para se eleger presidente. Todavia, este estudo pretende se aprofundar nas eleições para governador no Estado do Rio Grande do Sul e entender se as notícias falsas que circularam acerca dos principais candidatos Eduardo Leite, do PSDB, e José Ivo Sartori, do MDB - os quais foram para o segundo turno.

Para compreender o cenário de 2018, é necessário relatar brevemente a trajetória política no Estado. O Rio Grande do Sul é apontado como o único estado brasileiro, dentre os 26 mais o Distrito Federal, que nunca reelegeu um governador desde a promulgação da Emenda Constitucional nº 16, de 1997. A modificação permite a reeleição de chefes do poder Executivo.

Foram seis governadores que tentaram a reeleição desde então. Antônio Britto (MDB), em 1998, Olívio Dutra (PT), em 2002, seguido por Germano Rigotto (MDB), em 2006, Yeda Crusius (PSDB), em 2010, Tarso Genro (PT), em 2014, que foi substituído por José Ivo Sartori, eleito naquele ano, mas que foi derrotado em 2018 para o concorrente Eduardo Leite.

Segundo o texto 'Um tabu na política brasileira' publicado por Marcos Queiroz (2018), jornalista e analista político, especialista em Processo Legislativo, no blog Congresso em Foco<sup>19</sup>, o fato dos gaúchos nunca terem reeleito um governador, é um traço cultural e que se mantém desde a República Velha<sup>20</sup>.

Além da conjuntura local, a história pode justificar a constante renovação no governo do estado. A consciência política do Rio Grande do Sul é forjada nos conflitos civis vividos ao longo dos

---

<sup>19</sup> Veículo digital jornalístico que faz uma cobertura do Congresso Nacional e dos principais fatos políticos.

<sup>20</sup> Período compreendido desde a proclamação da República em 1889 até a Revolução de 30, a qual depôs o 13º presidente do Brasil, e o último deste intervalo de tempo, Washington Luís.

tempos, no qual a Revolução Farroupilha é o evento mais conhecido e que influenciou culturalmente a formação da identidade do povo gaúcho.

Em entrevista para o Nexo antes da eleição de 2018, na reportagem 'Por que os gaúchos nunca reelegeram um governador' - assinada por Ricardo Chapola -, os professores de Ciências Políticas da UFRGS Paulo Peres e Rodrigo Gonzáles analisaram os possíveis motivos do Estado não reeleger governadores. Para Peres, para além da explicação cultural dos gaúchos polarizarem as opiniões, como o caso do Grenal<sup>21</sup>,

Outra 'explicação' um pouco menos folclórica, mas igualmente sem fundamentos empíricos sólidos, é a suposta tradição oposicionista da cultura política local. Ou seja, o gaúcho é um opositor incorrigível na esfera política, vide os eventos da assim chamada Revolução Farroupilha, contra o governo imperial, e a revolta federalista, já na Primeira República, contra o governo de Floriano Peixoto (2018).

O professor traz também a hipótese, a qual considera mais procedente, da dificuldade financeira que o Rio Grande do Sul e que nenhum governador até então conseguiu resolver. Um estudo realizado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) e publicado em 2018, demonstra que o Rio Grande do Sul arrecada 2,3 vezes menos do que sua dívida externa. De acordo com a última atualização publicada da dívida, em 2017 se somava R\$ 67 bilhões. Só para o governo federal, o estado deve cerca de 89% deste valor.

Como resultado, faltam recursos no caixa do governo do Rio Grande do Sul para pagar seus servidores públicos e a solução encontrada por Sartori, desde seu primeiro ano de governo em 2015, foi parcelar os salários. Em abril de 2018, GaúchaZH publicava 'Governo Sartori: parcelamento de salários chega a 28 meses', onde apontou o menor valor pago aos servidores, em agosto de 2017, de R\$ 350. Uma das alternativas do então governador foi começar a pagar quem recebia menos antes dos demais.

Ainda para a reportagem da Nexo, o professor Rodrigo Gonzáles, semelhante ao seu colega, indica a polarização como um dos principais motivos para a rotatividade no cargo.

Isto se deve a uma tradicional polarização na política do estado, que vem desde as revoltas armadas de 1893 e 1924, e, no pós-guerra, adquiriu uma dinâmica em que, de um lado, havia o bloco do PTB e,

---

<sup>21</sup> Clássico do futebol gaúcho entre os times Grêmio e Internacional, os dois principais do estado.

de outro, todos os adversários. Essa polarização foi substituída pelo bipartidarismo forçado entre Arena e MDB e, depois da redemocratização, por uma nova polarização entre direita e esquerda, que, desde a década de 1990, vem sendo entre PT em um polo e os partidos conservadores no outro (2018).

Outro ponto levantado por Gonzáles é a questão de alianças eleitorais. Após a vitória de um candidato, a oposição ganha força na Assembleia Legislativa. “Isso fez com que, mesmo que os resultados de alguns governos tenham sido razoáveis, eles em geral não fossem reconhecidos” (2018).

O Rio Grande do Sul, assim como o resto do Brasil, em 2018 teve a internet como um forte canal de divulgações de propostas. Para Maia (2011, p. 61-62), apesar da tecnologia oportunizar o debate e ela abre espaço para que comunidades políticas se criem. Desta forma, “muitos grupos negam a tolerância e o respeito a outros indivíduos e grupos da sociedade e não vivem de acordo com os ideais da cidadania democrática”.

Nesta eleição, pela primeira vez, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) divulgou uma cartilha orientando os candidatos e também eleitores do que era permitido ou não no meio digital. Dentre as alterações relativas à propaganda eleitoral no digital, o órgão anunciou novas regras sobre o impulsionamento de conteúdo em mídias sociais e em outras plataformas, controle de gastos nas campanhas feitas pela Internet e proibição do uso de perfis falsos e robôs. Responsabilização pela remoção de conteúdo e direito de resposta pelo mesmo meio utilizado para divulgar o conteúdo infringente, também integram a lista.

Sobre a permissão de impulsionar conteúdo em mídias digitais e outras plataformas, o TSE (2018) publica:

Com a nova redação dada ao art. 57-C da Lei nº 9.504/1997, a propaganda eleitoral na Internet passa a ser permitida durante o período eleitoral quando for utilizada com o único objetivo de impulsionar o alcance de publicações, como no *Facebook* e no *Instagram*. Esse impulsionamento deve ser contratado diretamente por meio das plataformas de mídias sociais.

Durante o período eleitoral, surgiram algumas falsas notícias no Estado que repercutiram e foram parar na Polícia Federal e no Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul (TRE-RS). Em um dos casos, publicado em 19 de outubro de 2018,

no GaúchaZH, uma eleitora de Porto Alegre, logo após o primeiro turno, divulgou nas redes sociais que as urnas teriam sido fraudadas no nordeste do País. Acontece, como demonstra uma reportagem publicada pela BBC Brasil no dia seguinte ao pleito do primeiro turno, 8 de outubro, que 17 estados brasileiros, sendo eles das regiões Norte, Sul, Sudeste e Centro-Oeste votaram em maioria no presidente Jair Bolsonaro. Por outro lado, os estados do Nordeste e o Pará, no Norte, tiveram Haddad em primeiro lugar, com exceção do Ceará que indicou Ciro Gomes, do Partido Democrata Trabalhista (PDT), como favorito.

Para análise, no capítulo seguinte, assim como a apresentação e compreensão do trabalho da agência Filtro *Fact-Checking*, serão avaliadas algumas notícias que circularam sobre os candidatos Eduardo Leite e Sartori, bem como declarações de ambos que foram checadas pelo Filtro.

A maioria das notícias que circularam nas redes sociais eram sobre as atuações dos candidatos como políticos. Mas, no caso do candidato Leite, circularam *fake news* dizendo que a bandeira LGBT teria substituído a brasileira em escolas na cidade de Pelotas, onde o candidato havia sido prefeito. O texto foi compartilhado por *Facebook* e *Whatsapp*. A agência Filtro investigou e apontou que o conteúdo era falso.

## 4 A ATUAÇÃO DA INICIATIVA FILTRO

Este capítulo apresenta o surgimento da iniciativa Filtro *Fact-Checking*, bem como sua atuação durante as eleições para governo do estado do Rio Grande do Sul em 2018. Para ter mais detalhes deste trabalho, foi realizada, em 23 de maio de 2019, entrevista qualitativa com uma das idealizadoras do projeto, Taís Seibt, a fim de entender os métodos utilizados e das circunstâncias do seu surgimento. Segundo Duarte (2006, p. 63), o uso de entrevista como metodologia de pesquisa tem como objetivo reunir elementos para compreensão de uma situação ou estrutura de um problema.

Além da atuação e efetividade do trabalho do Filtro, são analisadas informações checadas de Eduardo Leite, do PSDB, e José Ivo Sartori, do MDB, divulgadas durante o primeiro turno da eleição. A escolha dos dois candidatos se deve ao fato de ambos terem passado para o segundo turno da disputa. Para isso, é utilizada a metodologia de análise de conteúdo pois, conforme afirma Fonseca Júnior (2006), o método demonstra grande capacidade de desafios emergentes da comunicação e de outros campos do conhecimento. Da mesma maneira, o autor entende que a análise é organizada em etapas cronológicas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados obtidos e interpretação.

### 4.1 SURGIMENTO DA INICIATIVA E MANUTENÇÃO FINANCEIRA

O Filtro *Fact-Checking* foi um projeto de co-autoria entre os jornalistas Taís Seibt e Tiago Lobo, a iniciativa iniciou em 30 de julho de 2018 e se estendeu até 22 de outubro do mesmo ano. Seibt é doutora em Comunicação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e foi com sua tese 'Jornalismo de verificação: a prática de fact-checking no Brasil' - apresentada em março de 2019 - que surgiu o esboço da iniciativa. Vinculado à ONG Pensamento, o Filtro surgiu em 2018 para checagem no período das eleições gerais brasileiras. Além de estar ligado à organização Pensamento, - que se autodeclara em "busca o fortalecimento da democracia e a defesa dos direitos humanos por meio do jornalismo" -, o projeto também integrou a equipe de checagem da Truco nos Estados, da Agência Pública,



que reuniu 31 jornalistas em sete praças eleitorais para conseguir abranger os pleitos estaduais<sup>22</sup>.

Como revelam inicialmente os dados finais disponibilizados no relatório do Filtro, depois do primeiro turno, foi realizado um financiamento coletivo online pelo site Catarse.me com o objetivo de arrecadar o valor de R\$ 13.793,00 (treze mil setecentos e noventa e três reais) para poder bancar o projeto. Ao fim da arrecadação que durou 170 dias foi levantado 41% da meta, o equivalente a R\$ 5.709,00 (cinco mil setecentos e nove reais). Na própria campanha, intitulada 'Apoie o Filtro, pois a verdade importa!', a iniciativa demonstrou onde seriam gastos os valores recolhidos. A arrecadação seria dividida entre aluguel de um espaço para equipe composta por Taís Seibt e também os jornalistas Bruno Moraes e Naira Hofmeister; o salário deles, considerando o piso da profissão de R\$ 2.350,42 (dois mil trezentos e cinquenta reais e quarenta e dois centavos), consoante com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio Grande do Sul<sup>23</sup>, além de impostos, taxas do site de financiamento e verba para produção, como transporte e internet.

O projeto também teve aporte financeiro do Truco no valor de R\$ 20.000,00 (vinte mil reais), conforme demonstra o documento. Assim como a captação de recursos com outras alternativas, sendo: R\$ 153,00 (cento e cinquenta e três reais) arrecadados em doações espontâneas durante três eventos em universidades do Rio Grande do Sul; R\$ 246,00 (duzentos e quarenta e seis reais) em vendas de marcadores de página do Filtro e pedido de apoios diretos entre amigos e colegas; R\$ 500,00 (quinhentos reais) com a Primeira Maratona de Checagem, cuja apoiadora Agência Padrinho Conteúdo cedeu espaço para realização; R\$ 450,00 (quatrocentos reais) com a Segunda Maratona de Checagem, a qual teve espaço cedido pela Associação Riograndense de Imprensa (ARI), e R\$ 1.000,00 (mil reais) proveniente do Curso de *Fact-Checking*, ministrado para estudantes de Jornalismo,

Ainda de acordo com o relatório (2018), foram investidos, no total, R\$25.966,83 (vinte e cinco mil, novecentos e sessenta e seis reais e oitenta e três centavos). Este valor foi dividido entre os salários dos três jornalistas, acordado em

---

<sup>22</sup> 'Truco nos Estados' é um site derivado do projeto Truco, da Agência Pública, que reúne checagens realizadas durante as eleições de 2018. Foram contemplados Ceará, Minas Gerais, Pará, Paraná, Pernambuco, Rio Grande do Sul e São Paulo.

<sup>23</sup> Para uma jornada de 5h diárias, podendo ser elevadas para 7h, de acordo com a Seção XI, Art. 303, da CLT.

R\$ 2.333,33 (dois mil trezentos e trinta e três reais e trinta e três centavos), para seis horas de trabalho, durante três meses; R\$ 1.100,00 (mil e cem reais) em 11 boletins de rádios semanais; R\$ 1.666,83 (mil seiscentos e sessenta e seis reais e oitenta e três centavos) em recursos operacionais como deslocamento e internet, e R\$ 2.200,00 (dois mil e duzentos reais) em 22 vídeos publicados duas vezes por semana nas redes sociais.

#### 4.2 ATUAÇÃO DO FILTRO *FACT-CHECKING*

De acordo com Seibt (2019), o Filtro não se configura como uma agência por ter sido pontual e limitado. Conforme as exigências do IFCN, Filtro não apresenta algumas características das agências verificadas, como “registro legal ou status organizacional, bem como link que permite acesso a checagens realizadas nos três meses anteriores”, de acordo com o que foi apresentado no capítulo anterior.

As checagens realizadas pela iniciativa gaúcha foram disponibilizadas digitalmente em uma aba do site Pensamento.org, bem como no site do Truco. A divulgação também foi feita em uma parceria com o Jornal do Comércio, de Porto Alegre, onde, uma vez por semana, era veiculada uma coluna assinada pelo Filtro *Fact-checking* e Truco com verificações feitas pela equipe composta pelos três jornalistas. Outra forma de distribuição foi realizada em uma colaboração com a Padrinho Agência de Conteúdo, também da capital gaúcha, que distribuía por meio de áudios as checagens do Filtro para mais de 400 rádios do interior do Rio Grande do Sul, destas, segundo relatório final de atuação, 50 reproduziam o conteúdo. (SEIBT, 2019)

Como critério, o Filtro adotou o cronograma de checar igualmente todos os candidatos ao governo do Rio Grande do Sul. Para cumprir a agenda, as análises eram feitas de diferentes temas e a partir de declarações dos políticos. A decisão de checar as alegações dos políticos veio do Truco. Segundo Seibt (2019), foi somente no final que se compreendeu o fenômeno das redes sociais e a necessidade de avaliar o que estava sendo dito além da imprensa tradicional e pelos internautas. Ainda de acordo com ela, no Estado não teve muita *fake news* e desinformação gerada acerca dos candidatos, como foi em nível nacional, porém, acredita que a partir das eleições municipais de 2020 isso se tornará uma realidade nos pleitos.

#### 4.2.1 Procedimento de checagem e etiquetagem

Para Seibt (2019), a principal diferença dentre as iniciativas de checagem e apuração jornalística está no período em que elas são realizadas. Tendo os mesmos procedimentos de busca por fontes e pesquisa de dados oficiais, enquanto o jornalismo realiza o refinamento das informações durante a produção da reportagem ou notícia, as agências e projetos de *fact-checking* o fazem depois de que a informação está publicada.

Após a seleção das declarações de cada candidato, sendo elas feitas na entrevista semanal realizada pelo Jornal do Comércio, em debates ou outros eventos públicos, a equipe do Filtro entrava em contato com as assessorias de comunicação dos políticos e questionava quais os argumentos sustentavam as supostas informações. Paralelo a isso, realizavam pesquisas em banco de dados oficiais a fim de confirmar ou não a veracidade dos fatos apresentados.

Chegando à conclusão de que maneira se classificava a checagem, novamente os jornalistas entravam em contato com os assessores a fim de esclarecer o porquê de terem chegado naquele resultado, possibilitando, assim, um direito de contra resposta. As assessorias de Eduardo Leite e José Ivo Sartori, como relatado por Seibt, eram as mais responsivas pelas informações desde o primeiro contato.

Por integrar o time do 'Truco nos Estados', a iniciativa padronizou sete diferentes etiquetas a fim de classificar o teor de cada verificação. Foram elas '**Verdadeiro**', quando a análise demonstrava por meio de dados e outras fontes que a afirmação era fiel, bem como dados arredondados; '**Sem contexto**', ao trazer informações e dados corretos, porém sem o contexto necessário para compreensão dos fatos; '**Discutível**', ao se tratar de uma conclusão que poderia variar de acordo com a metodologia seguida; '**Exagerado**', quando a declaração tinha dados inflados ou superdimensionada de um fato ou tendência verdadeira; '**Subestimado**', sempre que uma frase trazia dados subdimensionados ou com afirmação minimizada sobre um fato ou uma tendência verdadeira; '**Impossível provar**', ao tratar de afirmações que não apresentavam dados ou estudos confiáveis para embasamento até o momento da checagem, e '**Falso**', ao se tratar de afirmações que não correspondiam à realidade dos dados e fontes pesquisadas.

#### 4.2.2 Números de checagens de Eduardo Leite e José Sartori e os perfis dos candidatos

Após o primeiro turno, o Filtro *Fact-Checking* disponibilizou em seu relatório final, os perfis de cada candidato e o número de verificações feitas sobre cada um. Porém, após o fechamento deste material (em setembro de 2018), houve mais checagens ainda no mesmo turno, as quais estão entre as amostras desta análise. Por este estudo ter como objeto as checagens realizadas acerca de Eduardo Leite e José Ivo Sartori, são traçados brevemente os perfis políticos destes candidatos, bem como o número de suas checagens.

Eduardo Leite foi prefeito de Pelotas, entre 2013 e 2017, e presidente do PSDB no Rio Grande do Sul, entre 2017 e 2018. Bacharel em Direito, em 2012, aos 27 anos, foi eleito o prefeito mais jovem da história de Pelotas, tendo o quarto maior colégio eleitoral do Rio Grande do Sul. Conforme consta no relatório do Filtro (2018), durante o primeiro turno foram checadas nove declarações de Leite. Destas, cinco ganharam a etiqueta de ‘Verdadeira’, duas de ‘Sem contexto, uma de ‘Discutível’ e outra de ‘Exagerado’. A assessoria de comunicação do candidato respondeu à oito solicitações de fontes, que embasavam suas declarações, e utilizou quatro vezes o direito de resposta após os resultados da verificação do filtro.

Todavia, foi identificado que, até 07 de outubro de 2018, há 13 verificações realizadas sobre declarações de Leite. Destas, oito receberam a etiqueta de ‘Verdadeiro’; duas de ‘Sem Contexto’; da mesma maneira, uma foi associada à etiqueta ‘Discutível’; uma à de ‘Exagerado’ e outra à de ‘Impossível provar’.

Seu principal concorrente, José Ivo Sartori foi eleito prefeito de Caxias do Sul em 2004 e reeleito em 2008. Há época da eleição de 2018 era o governador do Rio Grande do Sul e buscava um novo mandato à frente do Palácio Piratini. Assim como Leite, teve da mesma forma nove checagens divulgadas no período. Suas declarações foram distribuídas em seis verificações ‘Verdadeiras’, uma ‘Discutível’, uma ‘Exagerado’ e, por fim, uma ‘Falso’. A assessoria de comunicação de Sartori respondeu todas as solicitações de fontes e sempre utilizou o direito de resposta.

Assim como ocorreu com Leite, também são identificadas outras checagens, além das citadas no relatório, totalizando 11 verificações sobre declarações do candidato do MDB. Seis foram classificadas como ‘Verdadeiro’; uma como ‘Exagerado’; outra ‘Discutível’, uma ‘Sem Contexto’ e, por fim, duas como ‘Falso’.

### Quadro 1 - Classificação das declarações dos candidatos

Etiquetas	Número de etiquetas por candidatos	
	Leite	Sartori
Verdadeiro	8	6
Exagerado	1	1
Discutível	1	1
Sem contexto	2	1
Subestimado	0	0
Impossível provar	1	0
Falso	0	2

Fonte: Pensamento.org/filtro

#### 4.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DAS CHECAGENS

Como critério de seleção do material a ser submetido à análise de conteúdo das checagens, estabeleceu-se os tópicos em comum dentre os candidatos, abordados durante o primeiro turno e quando eles já se apresentavam como candidatos. No caso de Eduardo Leite, são analisadas declarações feitas em torno de assuntos sobre ‘economia’, ‘segurança pública’ e ‘saúde’, semelhantes às de José Ivo Sartori, que também são verificadas sobre os mesmos pontos. Em razão de os políticos terem amostragens e resultados diferentes, a seleção de checagens para análise é de acordo com as decorrências de cada um.

No caso de Leite, a seleção compreende quatro verificações do primeiro turno, sobre os tópicos citados anteriormente, e, no caso de haver selos diferentes, são analisados dois exemplos de checagem de cada assunto. Por exemplo, na área ‘economia’, o então candidato a governador recebeu a classificação, por parte da equipe do Filtro *Fact-Checking*, que em uma declaração era ‘Sem contexto’ e, na outra, ‘Verdadeiro’. Eduardo Leite tem, ainda, uma checagem sobre ele no segundo turno, quando foi percebido que, além das declarações, as redes sociais também traziam comentários sobre os candidatos (SEIBT, 2019). Totaliza-se, então, a análise de conteúdo de cinco verificações.

Uma vez que Sartori mantém os tópicos ‘economia’, ‘segurança pública’ e ‘saúde’, da mesma maneira, são verificadas as declarações e havendo mais de uma checagem sobre o mesmo assunto, tendo diferentes etiquetagens, são analisadas dentro do tópico. Totaliza-se, assim, sete checagens acerca das declarações do candidato, pois ele traz diferentes selos dentro de um mesmo assunto. Por não ter ocorrido com José Ivo Sartori o mesmo que aconteceu com Leite, sobre checagem

das redes sociais, a análise de conteúdo do candidato do MDB se mantém naquelas realizadas durante o primeiro turno.

Para prosseguir à análise, são criadas categorias que ajudam a compreender e observar as checagens. São elas:

- a) **Tema checado** - São analisadas checagens dentro de três principais tópicos diferentes: 'economia', 'segurança pública' e 'saúde'. Podendo ser acrescentado algum, caso haja alguma etiquetagem diferente das já apresentadas que englobam outro assunto.
- b) **Forma de verificação** - Como o Filtro apresenta os dados checados? De onde vêm estes resultados? Quais os apontamentos apresentados pelo projeto? De que maneira é construída a narrativa? Esta categoria busca contemplar de que modo as publicações são construídas para trazer as verificações na íntegra.
- c) **Etiquetas classificatórias** - Sendo sete diferentes etiquetas para relacionar a checagem, quais são os embasamentos do Filtro para escolher o rótulo para cada declaração?
- d) **Etiqueta mais frequente** - Dentre as etiquetas, qual aparece mais frequentemente nas checagens analisadas?
- e) **Checagem x apuração jornalística** - Quais as principais proximidades e diferenças da apuração jornalística realizada pelo jornalismo tradicional?

A organização do conteúdo analisado se dá primeiro pelo tópico em questão, seguido pelo candidato, em ordem alfabética. Sendo assim, é apresentado o assunto, depois Eduardo Leite com suas checagens sobre a área e posteriormente José Ivo Sartori tendo o mesmo tratamento. Esta análise utilizou o site da ONG Pensamento e Truco nos Estados, onde as publicações eram realizadas.

#### 4.3.1 TÓPICO: ECONOMIA

Candidato: Eduardo Leite

Declaração: “O Rio Grande do Sul é o único estado do Brasil que gasta mais com aposentados do que com ativos”.

Etiqueta: Sem contexto

A declaração do então candidato foi feita para o site da Revista Veja, em 22 de julho de 2018. Eduardo Leite falou sobre o custo de servidores inativos para os

cofres do estado. A checagem foi realizada pelo jornalista Bruno Moraes e publicada em 14 de agosto de 2018. Sob o título 'Eduardo Leite (PSDB) cita dado desatualizado sobre gasto com inativos no RS', a publicação é ilustrada com uma foto da fachada da Secretaria da Fazenda (Sefaz).

Logo no início, percebe-se que a técnica de suíte<sup>24</sup> é utilizada. O jornalista, que assina, faz um breve desdobramento do que o político falou na entrevista publicada:

Segundo Leite, o Rio Grande do Sul seria o único estado a gastar mais com aposentados do que com trabalhadores ativos, mas não informou o contexto de referência. O relatório mais recente do Tesouro Nacional contradiz a informação (MORAES, 2018).

Posteriormente é apresentado a afirmativa de Leite (2018): "O Rio Grande do Sul é o único estado do Brasil que gasta mais com aposentados do que com ativos", seguido da etiqueta 'Sem contexto' - informações e dados corretos, porém sem o contexto necessário para compreensão dos fatos -, que, conforme o jornalista, é classificada assim por ter fonte desatualizada e não abranger a totalidade dos estados brasileiros. Assim, é citada a fonte que Leite se apoiou. Neste caso, o tucano se baseou em dados da Secretaria do Tesouro Nacional citados em reportagem do G1, em 6 de maio de 2018.

Os números constam no Relatório de Gestão Fiscal (RGF) em Foco dos Estados e do Distrito Federal, referentes ao terceiro quadrimestre de 2017. O documento compila dados extraídos do sistema Siconfi/Tesouro Nacional em 15 de março de 2018 (MORAES, 2018).

Até então, nota-se a intenção de deixar clara a escolha pela etiquetagem, o que se confirma seguindo o texto. O jornalista demonstra que, verdadeiramente, o dado relata que os aposentados do Rio Grande do Sul superam o gasto total com funcionários na ativa, no terceiro quadrimestre de 2017, representando 62% dos gastos totais. Para comprovar, há, no decorrer da publicação uma imagem com gráficos do RGF do período. Entretanto, também são evidenciados dados mais atualizados até aquele momento.

---

<sup>24</sup> Texto com desdobramento de uma matéria principal já publicada.

Contudo, na versão mais recente do RGF, relativa ao primeiro quadrimestre de 2018, os salários dos inativos no RS representaram apenas 37% da folha. Ou seja, o Rio Grande do Sul já não gasta mais com aposentados do que com ativos, como afirmou o candidato (MORAES, 2018).

Da mesma forma, outra imagem com diagramas do RGF, agora com o contexto do primeiro quadrimestre de 2018, é apresentada. Para fundamentar ainda a escolha, Moraes (2018) relata que mesmo considerando a referência de Leite, os estados de Alagoas, Rio de Janeiro e Sergipe não haviam encaminhado as declarações completas ao Tesouro Nacional. Faltando informações do Legislativo, Judiciário e Ministério Público do Estado, no caso de Sergipe; falta dos números do Legislativo do Rio de Janeiro, e falta de informações do Judiciário no caso de Alagoas, o qual aparecia até então como o único estado em que as despesas com aposentados superaram o gasto total com funcionários da ativa, no terceiro quadrimestre de 2017, representando os 62% dos gastos totais.

O jornalista explica que estas pendências dão pretexto para que as folhas de pagamentos dos três estados também sejam comprometidas predominantemente pelos inativos. A conclusão é que a afirmação de Leite era correta de acordo com o dado que ele se baseou, porém faltou as circunstâncias de referências, demonstrando que dados incrementados contradiziam a informação.

Foi notado que a checagem buscou compreender os fundamentos do candidato, ao mesmo tempo em que procurou informações em bancos de dados. Por fim, como era uma das metodologias, Moraes informa que a assessoria do candidato foi relatada sobre o resultado da verificação e não quis comentar a conclusão do Filtro *Fact-Checking*. A abertura desse direito de contrapor a avaliação demonstra que o jornalista, assim como o projeto no todo, priorizava a realidade das situações. Abrindo brecha para explicações, caso os candidatos tivessem se confundido com as afirmações.

Candidato: Eduardo Leite

Declaração: “Segundo dados da STN de 2017, 78% da despesa do orçamento do estado é com pessoal e encargos sociais”

Etiqueta: Verdadeiro.



Nesta segunda checagem analisada, é apresentado que Eduardo Leite fez essa afirmação durante o Painel Eleitoral de 2018 da Associação Riograndense de Imprensa (ARI), ocorrido em 14 de agosto de 2018. Na ocasião, três verificações foram realizadas sobre o candidato, todas consideradas verdadeiras. Diferentemente da checagem analisada anteriormente, que teve mais tempo entre declaração e divulgação de apuração, esta foi publicada três dias depois do evento, em 17 de agosto de 2018, e assinada por Bruno Moraes e Taís Seibt. A publicação recebeu o título ‘#PainelARI: checamos dados de Eduardo Leite (PSDB) sobre finanças e segurança’ e a imagem do momento em que Leite foi sabatinado.

Da mesma maneira, esta checagem também apresenta o formato suíte, apresentando rapidamente o ocorrido em questão:

Já na sua manifestação inicial, o tucano fez uma provocação à nossa equipe. Quando a mediadora da sabatina, Edieni Ferigollo, abriu o tempo para o candidato dizer por que se considera preparado para governar o estado, Leite destacou sua atuação como prefeito em Pelotas e os índices de aceitação do seu governo. Para sustentar o bom desempenho, citou a eleição de sua sucessora, Paula Mascarenhas, em primeiro turno com 60% dos votos: “59%, já que temos aí ‘filtros de checagem’, então temos quase 60% dos votos já no primeiro turno” (MORAES, SEIBT, 2018).

A afirmativa do candidato demonstra ironia acerca do trabalho da iniciativa, que já havia encontrado, em alguns momentos, contradições em suas afirmativas e também o lado dos jornalistas em dar uma resposta ao candidato durante a publicação. [...]“Eduardo Leite (PSDB) provocou a equipe do Filtro a verificar dados que ele citou nas respostas. Aceitamos o desafio” (MORAES, SEIBT, 2019).

A declaração a ser checada neste momento é a segunda relatada. “Segundo dados da STN de 2017, 78% da despesa do orçamento do estado é com pessoal e encargos sociais” (LEITE, 2018). Logo, os jornalistas apresentam a informação de que o candidato estava citando os dados da Secretaria do Tesouro Nacional sobre os gastos da folha de pagamento. A equipe cita a verificação anterior, que foi rotulada como ‘Sem Contexto’ e informa que desta vez ele contextualiza se referindo a 2017.

Durante a checagem, é demonstrado que a assessoria do candidato buscou por outros dados para embasar sua afirmativa.

A assessoria do tucano indicou como fonte o Relatório Resumido de Execução Orçamentária (RREO) do sexto bimestre de 2017. O documento é da Secretaria do Tesouro Nacional. Segundo esse balanço, o governo gaúcho gastou 78% de sua receita total com pessoal e encargos sociais – é o maior índice do país, empatado com o Rio Grande do Norte (MORAES, SEIBT, 2019).

Seguindo a mesma metodologia, é apresentada uma imagem com gráficos do Tesouro Nacional. Posteriormente, um parágrafo explica que o relatório reúne informações da execução orçamentária dos poderes Legislativo, Executivo e Judiciário, incluindo, também, o Ministério Público e a Defensoria Pública, contemplando, desta maneira, as esferas federal, estadual, distrital e municipal.

No segundo bimestre de 2018, versão mais recente do boletim, houve uma pequena variação para 76%. O RS continua no topo do ranking de gastos com pessoal e encargos sociais sobre a receita total, porém não há dados consolidados do Paraná, Rio Grande do Norte, Roraima e Tocantins (MORAES, SEIBT, 2018).

Para finalizar outro gráfico é apresentado, desta vez da composição das despesas em relação à Receita Total, do RREO, do segundo bimestre de 2018. Esta checagem, por estar reunida juntamente de outras duas, tem o texto mais curto, porém com fontes diferentes para embasar o porquê do resultado.

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “Há décadas o Estado gasta mais do que arrecada”

Etiqueta: Exagerado

A partir desta checagem, o site utilizado como referência para análise não é mais do Pensamento e, sim, do Truco nos Estados. A mudança ocorre em razão do site Pensamento.org apresenta instabilidade em 11 de junho de 2019, chegando a sair do ar, durante a realização desta pesquisa. Aqui nota-se a diferença na apresentação do *design* da publicação. Enquanto na página do Truco se apresenta um resumo semelhante ao formato de linha de apoio, no site da ONG era apenas a suíte antes da assinatura do jornalista e de exposição da checagem. Realizada pela jornalista Naira Hofmeister, esta apuração começa com o título ‘José Ivo Sartori exagera déficit histórico do RS’ e a linha de apoio ‘Em busca da reeleição,

governador diz que o Estado gasta mais do que arrecada há décadas, em 46 anos, o triênio entre 2007 e 2009 registrou superávit orçamentário’.

O primeiro objeto a aparecer no corpo do texto é a declaração de Sartori (2018): “Há décadas o Estado gasta mais do que arrecada”. Em seguida, se faz a suíte, relatando que o então governador do Rio Grande do Sul busca reeleição e defende suas medidas para equilibrar o caixa público. A jornalista faz o apontamento que a crise financeira gaúcha é um dos principais assuntos na eleição do estado.

Após, é apresentado o que é o Truco nos Estados e a parceria com o Filtro *Fact-checking*. O apontamento registra que a afirmativa foi feita durante a convenção estadual do MDB - partido de Sartori -, em 5 de agosto. A publicação desta checagem foi em 14 de agosto de 2018.

Neste caso, a primeira informação levantada é a fonte indicada pela assessoria do político.

Consultada, a assessoria de imprensa da campanha eleitoral indicou como fonte a Secretaria da Fazenda do Estado, que encaminhou apresentações feitas pelo governo em 2015 e 2018, com gráficos que mostram o desempenho do caixa público entre 1971 e 2017 (HOFMEISTER, 2019).

No mesmo parágrafo é esclarecido que, em geral, a situação do Rio Grande do Sul realmente é deficitária, como o apontamento de Sartori, porém há exceções. Hoffmeister indica que, ao longo dos 46 anos citados pelo político, em sete o Estado não gastou mais do que arrecadou, gerando superávit nas contas em: 1978, 1989, 1998, 2007 e 2009. Estas informações demonstram um excesso na declaração averiguada. A jornalista contextualiza com o dado de que a maioria dos bons resultados ocorreu de receitas extraordinárias, como endividamento ou a venda de ativos públicos, no ano de 1978 e em 1990.

Posteriormente, é abordado o desempenho positivo entre 2007 e 2009, citado pelo candidato, e sua diferença em relação aos outros superávits, pois neste caso, ocorreu de maneira orçamentária. Para credibilidade dos levantamentos, é informado que os resultados são derivados dos Relatórios Resumidos da Execução Orçamentária acessíveis para consulta na área de Contabilidade Pública da Contadoria e Auditoria-Geral do Estado (Cage).

A etiquetagem que aparece na foto da chamada para a reportagem, ilustrada pela fachada da Secretaria da Fazenda (Sefaz), agora é indicada verbalmente como

‘Exagerado’. A escolha é justificada pois, apesar de ser uma afirmativa com tendência a ser verdadeira, superdimensiona a situação ao desconsiderar outros anos com saldo positivo, além do triênio 2007 a 2009. Isso demonstra que os mínimos detalhes são levados em conta na hora de rotular, pois qualquer informação que passe despercebida pode se transformar em desinformação do receptor.

Como as outras, a metodologia adotada pelo Filtro é encaminhar o resultado para a assessoria do político. Em concordância com o fato apresentado no relatório do projeto do primeiro turno, a assessoria de imprensa de Sartori respondeu alegando, em nota, que “O resultado da checagem confirma o que Sartori disse. Durante as últimas décadas, em 39 anos, o Estado gastou mais do que arrecadou. E, sim, em apenas sete anos a receita foi igual ou maior que as despesas”.

Candidato: José Ivo Sartori:

Declaração: “Já diminuimos o déficit de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões”

Etiqueta: Sem contexto

Diferentemente da maioria das checagens reunidas, que são feitas pelo trio de jornalistas Hofmeister, Moraes e Seibt, esta foi feita em uma parceria com o Beta Redação<sup>25</sup>. Mesmo assim, é identificado a mesma metodologia feita nas outras verificações. Começa pelo título, linha de apoio, seguido por suíte, etiquetagem e posicionamento ou não da assessoria de imprensa do político.

Com uma foto reproduzindo José Ivo Sartori durante propaganda televisiva e com o título ‘Sartori omite contexto ao falar sobre redução de déficit nas contas do RS’ e a linha de apoio ‘Candidato à reeleição pelo MDB afirma, em propaganda na TV, que seu governo reduziu o rombo nas contas públicas de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões. Faltou dizer que o valor era uma projeção do déficit ao final de seu mandato’, a checagem é feita a partir da declaração “Já diminuimos o déficit de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões”. Assim como em outros momentos, em seguida são apresentados, sucintamente, o Filtro *Fact-checking* e o projeto Truco.

---

<sup>25</sup>Beta Redação é uma disciplina do curso de Jornalismo da Universidade do Vale dos Sinos (Unisinos). Em parceria com o projeto Filtro *Fact-Checking*, os estudantes fizeram a checagem como parte da oficina FiltroLab

No parágrafo seguinte, os alunos do Beta Redação (2018) contextualizam em que momento foi dito e o suporte do candidato indicado por sua assessoria de imprensa:

Na propaganda, o candidato afirma que, desde que assumiu o governo, em janeiro de 2015, diminuiu o déficit de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões. A assessoria de imprensa da campanha de Sartori indicou como fonte a Secretaria Estadual da Fazenda (Sefaz).

Aqui, ao procurarem a Secretaria da Fazenda do Rio Grande do Sul (Sefaz) e obterem a resposta, os estudantes de jornalismo que verificaram, se referem à publicação como 'reportagem'.

A Sefaz remeteu à reportagem duas apresentações em Power Point, que apontam, com gráficos e tabelas, a situação das finanças do estado antes e durante o governo do emedebista. Os documentos mostram que os R\$ 25 bilhões eram, na verdade, uma estimativa de déficit – e não um rombo real – para o período entre 2015 e 2018 (BETA REDAÇÃO, 2018).

No decorrer dos dois parágrafos seguintes, é explicado de que maneira e em que cenário a projeção foi calculada, demonstrando que o cálculo foi realizado em um momento de déficit crescente desde 2011, chegando a quase R\$ 1 bilhão em 2013 e 2014. No primeiro ano de governo de Sartori, em 2015, o déficit era estimado em R\$ 5,4 bilhões. Tendo, nos anos seguintes, valores projetados de R\$ 6,069 bi, em 2016, R\$ 6,610 bi, em 2017, e R\$ 7,103 bi, em 2018, totalizando, assim, R\$ 25,182 bilhões. As informações levantadas demonstram, mais uma vez, que mesmo não sendo realizada pelos jornalistas do Filtro, a metodologia é seguida à risca, a fim de trazer a melhor compreensão de o porquê a etiquetagem se dá de tal maneira.

Outros dados apontam que, em 2015, o rombo foi de R\$ 4, 762 bilhões, caindo para R\$ 325 milhões, no segundo ano de governo Sartori, em 2016. Em 2017, o déficit foi de R\$1,524 bi, somando R\$ 6,611 bilhões no triênio 2015 e 2017. Conforme indicação do Portal da Transparência, consultada para a checagem, no início de outubro de 2018, o déficit chega a R\$ 2,933 bilhões. Ou seja, até o final daquele ano, caso confirmasse a permanência do montante, a soma chegaria a R\$ 9,546 bilhões. Diferente do valor de R\$ 8 bi citados na propaganda eleitoral de Sartori, porém, menos dos que os R\$ 25 bilhões projetados no início de seu governo. O valor poderia ser alterado por conta de entradas e gastos que ficam pendentes até o último mês de cada ano.

Como nos outros momentos, há um gráfico apresentando o déficit anual projetado versus o déficit registrado em R\$ bilhões, para exemplificar ao leitor. Da mesma maneira, há outro esboço apontando o déficit total (2015-2018) projetado versus registrado em R\$ bilhões. A verificação, ganha, então, a etiqueta de ‘sem contexto’, explicado da seguinte maneira:

Por se tratar de um valor estimado que, na frase dita por Sartori, soa como um déficit que teria sido registrado na prática, a afirmação foi classificada como ‘sem contexto’. O governador não especifica em sua fala que os dados citados eram uma projeção, deixando espaço para uma interpretação imprecisa. Além disto, como demonstra o gráfico acima, entre 2015 e 2018 o déficit projetado foi sempre superior do que aquele registrado no fim das contas (BETA REDAÇÃO, 2019).

Desta vez, a assessoria de Sartori não quis se manifestar sobre a rotulagem. Encerrando a checagem sem maiores contestações por parte do político. Quando apresentada esta etiqueta, parece não ter grande relevância para os políticos, por se tratar de um dado que, em partes, é verdadeiro, porém não exemplificado adequadamente para maior entendimento do receptor.

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “Entramos com algumas ações judiciais, que nos permitiram baixar os juros da dívida, além de reduzir em R\$ 22 bilhões o estoque da dívida lá em 2028”.

Etiqueta: Verdadeiro

Esta checagem foi retirada do Pensamento.org, novamente utilizado em razão de o site ter voltado a apresentar estabilidade em 15 de junho de 2019 e, também, porque algumas das declarações, separadas para análise a partir da planilha, não estão disponíveis no site do Truco nos Estados. Caso seja apresentada a mesma instabilidade na página da ONG, volta-se a informar a utilização do Truco como base.

Publicada em 10 de setembro de 2018, esta checagem recebeu o título ‘Filtro no JC: checamos três dados citados por Sartori (MDB)’. A foto utilizada é uma de José Ivo Sartori. Como citado em momento anterior, o ‘Filtro no JC’ foi uma coluna publicada semanalmente no Jornal do Comércio, durante o período eleitoral, em que levava a assinatura do Filtro *Fact-Checking* juntamente com o Truco. Diferente das

averiguações analisadas, esta não identifica o repórter que a realiza e, sim, o nome ‘Equipe Filtro’. Logo na introdução, a equipe explica:

O Filtro *Fact-Checking* analisa declarações da série de entrevistas do Jornal do Comércio com os candidatos ao Palácio Piratini. Toda segunda-feira, três citações do entrevistado da semana anterior são publicadas na edição impressa. Confira a checagem de declarações de José Ivo Sartori (MDB) (FILTRO, 2019).

Das três declarações demonstradas, duas delas são analisadas. Na primeira José Ivo Sartori declara “Entramos com algumas ações judiciais, que nos permitiram baixar os juros da dívida, além de reduzir em R\$ 22 bilhões o estoque da dívida lá em 2028”, a outra é do tópico ‘segurança pública’.

A apuração em questão logo demonstra que a etiquetagem é ‘Verdadeiro’. Sem se estender, a Equipe Filtro explica em um parágrafo os dados indicando que são verdadeiros, não há informação equivocada ou sem contexto.

A redução de R\$ 22 bilhões no estoque da dívida é resultado da Lei Complementar 148, de 25 de novembro de 2014, assinada pela ex-presidente Dilma Rousseff (PT) após negociação com prefeitos e governadores. O texto trocou o Índice Geral de Preços-Disponibilidade Interna (IGP-DI) mais 6% ao ano pelo Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) com juros de 4% ao ano, tendo seu limite máximo igualado à Selic, gerando a projeção citada pelo governador. O aditivo foi assinado em 2017, já na gestão de Sartori (FILTRO, 2019).

Distanciando das checagens analisadas até este momento, nesta, a iniciativa não utilizou um texto longo com explicação detalhada para justificar a etiqueta escolhida. Isto pode ter ocorrido em razão de terem sido apresentadas três verificações ao mesmo tempo e pelo espaço determinar um limite de caracteres, visto que era publicado, além dos sites do Pensamento e Truco, na versão impressa do JC, bem como em sua versão digital.

#### 4.3.2 TÓPICO: SEGURANÇA PÚBLICA

Candidato: Eduardo Leite

Declaração: “O delegado Ranolfo, quando foi chefe da Polícia Civil no estado, estruturando a Delegacia de Homicídios, ampliou de cerca de 20% de elucidação dos crimes de homicídio para 70% o número de elucidação de crimes”.

### Etiqueta: Discutível

Com o título ‘Eduardo Leite (PSDB) homenageia o vice com dados discutíveis sobre homicídios’, esta verificação foi publicada em 17 de agosto de 2018 e apresenta a foto de uma viatura da Polícia Civil (PC), que parece ter sido escolhida para remeter justamente à questão de segurança pública, e, logo abaixo, o resumo:

Tendo como candidato a vice o delegado Ranolfo Vieira Júnior (PTB), que foi chefe da Polícia Civil no RS de 2011 a 2014, no governo Tarso Genro (PT), Eduardo Leite (PSDB) fez referência ao aumento na taxa de elucidação de homicídios no estado no período em que o colega de chapa esteve à frente da polícia. Com a criação de delegacias especializadas na investigação de homicídios, a taxa de elucidação desses crimes passou de 20% para mais de 70% de 2013 para 2014 (MORAES, SEIBT, 2018).

Assinada pelos jornalistas Bruno Moraes e Taís Seibt, a técnica de suíte, utilizada nas outras publicações, aparece nesta também. Em um parágrafo, a dupla explica que o crescimento significativo de eficiência em um ano abriu margem para questionamento, visto que o delegado Ranolfo, candidato a vice-governador e citado por Eduardo Leite, admitiu ter contabilizado como resolvidos crimes que não haviam sido remetidos à Justiça na época. A elucidação de homicídios trava conflitos entre policiais, especialistas e judiciário. Ainda no mesmo espaço de texto, é explicado que a declaração do candidato foi retirada durante Painel Eleitoral de 2018 da Associação Riograndense de Imprensa (ARI), promovido em 14 de agosto do mesmo ano.

Seguindo os mesmos precedentes das outras checagens analisadas, na sequência é apresentada a declaração de Leite (2018):

O delegado Ranolfo, quando foi chefe da Polícia Civil no estado, estruturando a Delegacia de Homicídios, ampliou de cerca de 20% de elucidação dos crimes de homicídio para 70% o número de elucidação de crimes [de homicídio].

Após, a etiqueta ‘Discutível’ é associada à afirmação do político. Os jornalistas trazem em síntese a explicação que Ranolfo esteve à frente da implantação do Departamento Estadual de Homicídios e de Proteção à Pessoa (DHPP), iniciada em dezembro de 2012, quando chefiava a Polícia Civil do Rio Grande do Sul. “A criação do departamento é fruto da Força-tarefa de



Enfrentamento aos Homicídios, realizada entre junho e setembro de 2012, como uma espécie de laboratório para o DHPP” (MORAES, SEIBT, 2018).

A fonte que embasa a declaração de Leite dá seguimento ao texto. A equipe explica que o relatório da força-tarefa foi enviado pela assessoria de imprensa do concorrente e que a consulta por meio dela demonstra crescimento expressivo.

Na comparação entre junho e setembro de 2011 com o mesmo período de 2012, os casos com autoria conhecida aumentaram de 36% para 71%. Em números absolutos, de 470 ocorrências, em 171 casos a polícia identificou um autor em 2011, passando para 355 casos com autoria conhecida de um total de 503 no ano seguinte (2018).

Abaixo, um gráfico gerado a partir do relatório da força-tarefa de investigação de homicídios, da Polícia Civil RS, é apresentado. As informações, a partir do relatório da PC, batem com a afirmativa de Eduardo Leite. Contudo, o Filtro faz o levantamento com outras fontes que possam confirmar ou não a fala do candidato. Uma reportagem de 2013 do jornal Zero Hora (ZH), de Porto Alegre, é citada como exemplo, pois trazia porcentagens diferentes das relatadas pela polícia. O veículo mostrou que apenas 30,7% dos crimes foram denunciados à Justiça pelo Ministério Público (MP). Sendo de 48 supostos autores indicados pela polícia, num total de 88 assassinatos, nas cidades com DHPP. Destes, somente 27 foram avaliados como tendo provas suficientes para serem levados ao tribunal, resultando, assim que 69,3% dos casos não viraram denúncia.

A citação de Francisco Amorim, doutor em sociologia pela UFRGS e jornalista com mais de uma década de atuação em segurança pública, à ZH é trazida para a contextualização da checagem.

Pode-se dizer que há efetividade na investigação, se o inquérito resulta num processo judicial. Se os indiciamentos foram questionados pelo MP, é porque não havia elementos suficientes para sustentar uma denúncia e efetivamente promoverem elucidação (AMORIM, 2013).

Na mesma reportagem, Ranolfo confessa que a metodologia adotada era ter o nome de um ou mais suspeitos para considerar o inquérito como elucidado. “Para efeito de investigação, consideramos esses casos elucidados. Às vezes, falta um laudo pericial ou ouvir uma testemunha. Embora não tenha sido remetido, já podemos considerar o caso esclarecido”, afirmou em 2013.

A checagem informa, então, a inexistência de consenso sobre esse critério, já que, no rito processual, presente no Código de Processo Penal, não há especificação sobre o que se configura a elucidação.

O caminho para a solução de um crime contra a vida começa na investigação policial, que deve gerar o indiciamento do suspeito, trabalho da Polícia Civil. Esse seria o estágio em que a autoria do crime é reconhecida pela autoridade policial. Do indiciamento resulta uma denúncia, apresentada pelo MP. Se a denúncia for aceita, a Justiça faz então a pronúncia do réu (MORAES, SEIBT, 2018).

Neste momento, aparece um novo elemento, não previsto nas checagens até aqui verificadas: o uso de subtítulo. Por ter um texto longo e que dependendo do ponto de vista pode ser interpretado de outra maneira - por ter recebido a etiqueta 'Discutível' -, a utilização parece ser para não deixar o leitor confuso com a apresentação dos dados. Nomeado 'Elucidação, esclarecimento e solução', esta parte é composta por seis parágrafos que explicam conceitos fundamentais sobre a solução de homicídios, a partir de uma pesquisa, publicada em 2014, do Ministério da Justiça com o Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP). De acordo com os resultados, um homicídio se configura como elucidado quando a polícia remete o inquérito para a Justiça. Posteriormente, o crime passa a ser considerado como esclarecido, quando a investigação se tornar uma denúncia formal. "Assim, um homicídio esclarecido é aquele no qual o agressor foi denunciado pelo MP" (MORAES, SEIBT, 2018).

A dupla traz outras comprovações sobre o tópico, como uma segunda reportagem de Zero Hora, de 2016, que se trata de um levantamento do Tribunal de Justiça do Rio Grande do Sul (TJ-RS), onde se revela que, dentre 18 mil julgamentos entre 2011 e 2015, 9,6 mil processos sobre homicídios consumados ou tentados (51%) tiveram arquivamento por fragilidade de provas ou falta de autoria.

Já que não há consenso sobre o critério de elucidação de homicídios entre órgãos policiais, judiciários e especialistas, nem mesmo uma especificação precisa na legislação penal, os percentuais destacados pelo candidato foram classificados como discutíveis (MORAES, SEIBT, 2019).

Novamente, outro subtítulo - 'Posicionamento do candidato' -, traz nova abordagem para o texto, agora com a resposta de Eduardo Leite. Em três

parágrafos, é explicado que a assessoria de imprensa do político foi informada pelo selo atribuído pelo Truco nos Estados. A assessoria diz que “o dado do Tribunal de Justiça do RS, que afirma que dos ‘processos JULGADOS entre 2011 e 2015’, 51% foram arquivados”, argumentando que se foram julgados nesta época, não podem se referir ao período citado por Leite, de crimes ocorridos em 2013, complementando que “O rito de julgamento dos crimes dolosos contra a vida, leva, em média oito anos, segundo dados da Secretaria da Reforma do Judiciário do Ministério da Justiça (SRJ/MJ)”.

Por fim, o encerramento é feito destacando a relevância do tema segurança pública no debate entre os concorrentes a governador do RS, em razão do crime ter aumentado 47,7% no estado entre 2011 e 2016, segundo o Atlas da Violência 2018, do Instituto de Pesquisa Aplicada (Ipea). Após a gestão de Ranolfo, o Anuário da Polícia Civil de 2017 demonstrou que o órgão seguiu apresentando índices elevados de elucidação de homicídios. Portanto, mesmo com a resposta do político, o selo continuou como ‘Discutível’.

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “Todos estão percebendo que a redução da criminalidade no RS aconteceu”

Etiqueta: Discutível.

Com o título ‘A criminalidade caiu no RS, como diz Sartori (MDB)? É discutível’, a checagem foi publicada em 6 de setembro de 2018 e assinada pelo jornalista Bruno Moraes. A foto traz dois policiais civis de touca no rosto fazendo a apreensão de uma pessoa não identificada. Seguida pelo resumo “Mesmo diante de um aumento histórico na violência no Rio Grande do Sul, o governador e candidato à reeleição pelo MDB, José Ivo Sartori, afirmou, em entrevista ao Jornal do Comércio, publicada em 3 de setembro, que a criminalidade caiu” (MORAES, 2018).

Seguindo a cronologia vista até aqui, a declaração de Sartori (2018) é apresentada: “Todos estão percebendo que a redução da criminalidade no RS aconteceu”. Logo, o selo ‘Discutível’ é apontado. O Truco nos Estados e a parceria com o Filtro *Fact-Checking* são informados, no mesmo parágrafo, da verificação realizada a partir de dados da Secretaria de Segurança Pública (SSP) do estado,

que contradiz a afirmação do concorrente ao Palácio do Piratini, “pois mesmo com uma leve melhora nos indicadores de roubo e assassinato no ano de 2017 e no primeiro semestre de 2018, a violência atingiu recordes históricos no período entre 2006 a 2016”. (MORAES, 2018).

O jornalista informa, no parágrafo seguinte, que o período levado em conta por Sartori, para sua declaração, não foi explicitado.

Dados da SSP para 2016 e 2017 mostram que as ocorrências de roubo caíram de 88,5 mil para 87,1 mil, e as de assassinato (homicídios e latrocínios) recuaram de 2.814 para 2.730. As quedas, nos dois casos, são tímidas: 1,6% e 3%, respectivamente (2018).

Após, é traçada uma comparação entre o primeiro semestre de 2017 e o mesmo período de 2018, que apresentavam melhora nos números. Os dados revelam que das 1.516 ocorrências de assassinato, chegou-se 1.146 (-24,4%), ao mesmo tempo que, das 46.664 ocorrências de roubo, houve queda de 36.870 (-21%). Em contrapartida, houve registro de aumento em ocorrências de estelionato, assim como de posse e tráfico de entorpecentes.

Apesar disso, a verificação revela, segundo texto publicado pelo diretor-executivo do Instituto Cidade Segura, Alberto Kopittke, no Anuário Brasileiro de Segurança Pública - 2014 a 2017, do Fórum Brasileiro de Segurança Pública (FBSP), que o Rio Grande do Sul atingiu os piores indicadores de sua história recente, sendo que Porto Alegre integrou o ranking das 50 cidades mais violentas do mundo, ambos no período entre 2016 e 2017.

A publicação estuda os registros até 2015, primeiro ano de Sartori no governo.

[...] na comparação com os de 2017, ao invés de redução, seria possível apontar aumento nas ocorrências de roubo, que subiram 8% (de 80,6 mil para 87,1 mil), e nas de assassinato, com crescimento de 6% (de 2.574 para 2.730). Ainda, se comparados os três primeiros anos de Sartori com os três primeiros anos do governo anterior (Tarso Genro, do PT), o desempenho do atual governador na segurança é pior. Entre 2011 e 2017, houve aumento de 93,9% nos roubos (de 44,9 mil para 87,1 mil) e 50,5% nos assassinatos (de 1.814 para 2.730) (MORAES, 2018).

Outro apontamento feito é que o Rio Grande do Sul, conforme o Atlas da Violência 2018, também do FBSP, teve um aumento de 1983 homicídios, em 2006,

para 3.225 crimes do gênero, em 2016 - significando o total de 62,6% de crescimento em uma década. Neste cenário, o especialista em segurança e associado pleno do Fórum Brasileiro de Segurança Pública, Eduardo Pazinato comenta que é recente para uma afirmação de tendência de queda na criminalidade do RS.

Desta forma, Moraes (2018) reforça a escolha pela etiquetagem: “Como a afirmação de Sartori está baseada em uma redução verificada em um período curto em contraste com uma década de crescimento da criminalidade no RS, a frase do governador foi classificada pelo Truco nos Estados como ‘discutível’”.

Em resposta a esta apuração, a assessoria do político afirmou ao Filtro “[...]que os indicadores de criminalidade caíram no primeiro semestre de 2018, em comparação com o mesmo período do ano anterior, conforme dados da SSP”. Desta forma, a atribuição ‘discutível’ permanece na checagem.

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “Nós chamamos todos os concursados da segurança pública em três anos de governo”

Etiqueta: Falso

Esta checagem ocorreu durante o Painel Eleitoral de 2018 da Associação Riograndense de Imprensa (ARI) e foi assinada por Taís Seibt. José Ivo Sartori foi o penúltimo candidato a ser entrevistado no evento. Logo no início, há um resumo do acontecimento:

Sabatinado pelas jornalistas Alexandra Zanela (Padrinho Conteúdo) e Débora Cademartori (Zero Hora) no Painel Eleitoral ARI, o governador José Ivo Sartori (MDB), que concorre à reeleição no Rio Grande do Sul, falou sobre a dificuldade de equilibrar os gastos do estado com a folha de pagamento e destacou medidas de seu governo na segurança pública. Mas se equivocou ao dizer que chamou todos os concursados da área (SEIBT, 2018).

Nesta apuração, três declarações foram relacionadas. Nesta análise, a atenção se volta para segunda em que Sartori (2018) declara: “Nós chamamos todos os concursados da segurança pública em três anos de governo”. A afirmativa do político recebe o selo de ‘falso’.

Durante a sabatina, a jornalista Débora Cademartori (2018) questionou o então governador: “Diariamente, na redação, recebemos ligações de pessoas que fizeram o concurso da Brigada Militar e não foram chamadas. O senhor tem previsão de quando eles serão chamados?”. Como resposta obteve: “Nós chamamos todos os concursados da segurança pública em três anos de governo. (...) São, pode-se errar o número, pode ser checado aí, 4.290” (SARTORI, 2018).

Em seguida, Seibt traz a informação que o Filtro realizou a checagem para o Truco nos Estados “e descobriu que o governador está enganado”. No parágrafo seguinte, é informado que a Secretaria de Segurança Pública (SSP) apresentou à iniciativa, um balanço das convocações realizadas durante o governo de Sartori. “No total, os registros apresentados pelo órgão somam 4.290 servidores – exatamente o número citado pelo governador. No entanto, isso não corresponde ao total de aprovados: há pelo menos 5.850 concursados aguardando convocação”.

A checagem traz a informação de que a maior parte dos convocados pelo candidato à reeleição é de concursos realizados no governo anterior ao seu, de Tarso Genro (PT).

Da seleção realizada em 2017, já no governo atual, apenas 690 servidores da Superintendência de Serviços Penitenciários (Susepe) e 106 do Instituto-Geral de Perícias (IGP) foram nomeados. Para Brigada Militar, Polícia Civil e Corpo de Bombeiros não há sequer previsão de chamada dos mais de 5 mil aprovados. (SEIBT, 2018).

A jornalista traz uma declaração da assessoria de imprensa da SSP, que aponta ser uma declaração repetida que veiculou no jornal Zero Hora, em junho do mesmo ano. Na nota, o órgão afirma que “O governo trabalha de acordo com as condições financeiras do Poder Executivo. Espera-se chamar a primeira leva de aprovados da Brigada Militar em menos de um mês” (2018).

Finalizando o corpo de texto, a assessoria do candidato tem seu espaço de resposta, na qual afirma que Sartori não declarou em nenhum momento que os concursados chamados e formados durante o seu governo são de concursos de sua gestão. Outra afirmativa é que o político teria zerado a fila chamando todos os aprovados em concursos da Segurança do governo de Tarso Genro.

Para concluir a checagem, o Filtro traz um gráfico mostrando a relação dos concursados convocados e de qual área eles são:

Governador José Ivo Sartori (MDB) convocou 4.290 servidores para a Segurança Pública no RS, a maioria de concursos realizados no

governo Tarso Genro (PT). Dos aprovados no atual governo, foram chamados apenas servidores para a Susepe e o IGP. Cerca de 5.850 esperam nomeação - sem previsão de data, segundo a Secretaria de Segurança (SEIBT, 2018).

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “De 100 [egressos da Fase] que estavam sob abrigo da Justiça, 92 não retornavam ao crime porque tinham um trabalho.”

Etiqueta: Verdadeiro

Esta checagem recebeu o título ‘Sartori (MDB) está certo: ensino profissionalizante reduziu reincidência de jovens infratores’ e a imagem que ilustra é a mão de um jovem segurando um lápis e um caderno, num ambiente escolar. Assinada por Bruno Moraes e publicada em 14 de setembro de 2018, logo em seu resumo, é informado que a apuração foi feita a partir de uma entrevista de José Ivo Sartori ao Jornal do Comércio, em 3 de setembro, quando tratou de segurança pública. O fato de o candidato concorrer à reeleição pelo MDB, também é informado.

Em um curto parágrafo de três linhas, o jornalista relata que o emedebista<sup>26</sup> abordou as ações de sua gestão e um acordo do governo estadual com o Centro de Integração Empresa Escola (CIEE), que auxilia jovens da Fundação de Atendimento Sócio-Educativo (Fase) a buscarem por um emprego. A declaração de Sartori (2018) “De 100 [egressos da Fase] que estavam sob abrigo da Justiça, 92 não retornavam ao crime porque tinham um trabalho”, logo é apontada com o selo de ‘Verdadeiro’.

Da mesma maneira das checagens anteriores, o Truco nos Estados e parceria com o Filtro *Fact-checking* é anunciado e contextualiza que nesta verificação foi averiguado “que a proporção de reincidentes citada pelo governador está correta, segundo a Fase” (MORAES, 2018).

Nos dois parágrafos seguintes, o jornalista comunica que o dado é do Programa de Oportunidade e Direitos (POD), criado em 2009 e que disponibilizava, até a realização da apuração, 1,1 mil vagas para jovens que buscam por qualificação profissional. De acordo com a informação, em maio de 2018, cerca de 400 jovens participantes eram egressos da Fase. O desempenho da iniciativa é explicado, contextualizando que o ex-interno mantém vínculo obrigatório com a escola que oferece os cursos ministrados pelo CIEE, durante o período de um ano,

---

<sup>26</sup> Forma como são conhecidas as pessoas filiadas ao partido político MDB.

recebendo, também, bolsa-auxílio, a fim de qualificar o jovem e o ajudar a obter um emprego.

Outro apoio utilizado para a construção da checagem é o artigo 'POD RS Socioeducativo e a potência da prevenção terciária', publicado na Revista Brasileira de Segurança Pública. No texto, de acordo com Moraes (2018), "os pesquisadores apresentam dados sobre os jovens que concluem o programa profissionalizante, obtidos, via Lei de Acesso à Informação, em 9 de junho de 2016". A pesquisa demonstra que cerca de 1.500 adolescentes e jovens adultos frequentaram o programa, entre 2009 e 2016. Como resultado, 1.100 tiveram de seis meses a um ano de frequência e 400 tiveram assiduidade inferior a seis meses. Por fim, é revelado que aqueles com frequência superior a seis meses, tiveram taxa de reincidência de 8%, enquanto os jovens que frequentaram um período menor, alcançaram 35% de índice de reincidência.

Consultada pelo Filtro, a Fase confirmou que apenas oito em cada 100 participantes do POD voltam a cometer delitos. A reincidência é quatro vezes maior entre os que não participam do programa: "32% para os jovens que cumprem a integralidade da medida de internação na Fase e não se vinculam ao POD voltam a cometer crimes", diz a fundação, por meio de nota (MORAES, 2018).

Nesta verificação não houve contato com a assessoria do candidato, por não haver informações controversas. Por fim, encerrando a publicação, é informado que 1.350 adolescentes cumprem medidas socioeducativas no Rio Grande do Sul. Por se tratar de uma informação condizente com a verdade, não há muita explanação sobre o assunto, apenas dados e números que comprovam a fala de Sartori.

#### 4.3.3 TÓPICO: SAÚDE

Candidato: Eduardo Leite

Declaração: "Afirmar que os exames eram feitos por amostragem é faltar com a verdade".

Etiqueta: Impossível provar

Sob a chamada 'Exames de câncer em Pelotas eram feitos por amostragem? Investigações seguem', esta verificação foi publicada em 5 de outubro de 2018, dois dias que antecederam o primeiro pleito, e realizada por Naira Hofmeister. Para



ilustrar, há uma imagem de mãos com luva segurando uma amostra de teste de exame. Em seguida, é apresentado o resumo:

Eduardo Leite alertou adversários de que é precipitado acusar fraude na realização de testes preventivos de câncer durante sua gestão como prefeito. Investigações conduzidas por Ministério Público e Polícia Federal estão em andamento e não têm conclusão definitiva (HOFMEISTER, 2019).

Abrindo o texto, é informado que a declaração do candidato ocorreu em 3 de outubro de 2018, no último debate do primeiro turno das eleições. Na ocasião, Leite recebeu provocações dos adversários acerca da realização de exames preventivos de câncer no colo de útero por amostragem em um laboratório conveniado com a prefeitura de Pelotas, quando ele foi prefeito, entre 2013 e 2016.

Logo, é apresentada a declaração de Eduardo Leite (2018) “Afirmar que os exames eram feitos por amostragem é faltar com a verdade” e a etiqueta relacionada ‘Impossível provar’. Diferenciando de outros momentos, nesta checagem a defesa do candidato aparece no início, observando que as investigações ainda estavam em andamento e que afirmar que os exames eram realizados por amostragem era faltar com a verdade.

Esta publicação é mais longa que as outras. Seguindo os precedentes instaurados, o Truco nos Estados e a parceria com o projeto Filtro *Fact-Checking* é anunciado. No mesmo parágrafo, é relatado que a iniciativa confirmou que a Polícia Federal e o Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul (MP-RS) abriram expedientes para averiguar eventuais irregularidades nos exames. Contudo, não haviam chegado a um veredito sobre existência de fraude ou não, até aquele momento, sendo impossível comprovar a declaração do candidato, visto que não existiam informações conclusivas. Mesmo assim, a jornalista costura as informações nos parágrafos seguintes com os dados existentes.

As primeiras referências abordadas são do MP-RS, onde foram abertas duas frentes de trabalho em razão de uma publicação que denunciava a situação pelo jornal Diário da Manhã, de Pelotas. “Um Inquérito Civil Público, que apura se houve improbidade administrativa e erro na realização dos exames, e uma investigação criminal” (HOFMEISTER, 2018). A Polícia Federal também buscava pela existência de fraude no emprego de recursos do Sistema Único de Saúde (SUS). Entretanto, nenhum dos órgãos revelou detalhes das investigações.

Todo o material coletado para exames no laboratório credenciado pelo SUS que realizava os testes em Pelotas está sob a guarda do Ministério Público e será analisado pelo Instituto Geral de Perícias para saber se os resultados repassados às pacientes estavam ou não corretos (HOFMEISTER, 2018).

Esta checagem também apresenta subtítulos em razão de sua extensão. Após esta introdução, nomeado ‘Provocações frequentes e medidas judiciais’ abre a contextualização sobre as vezes que Leite foi provocado por outros concorrentes. A mais recente naquele momento foi durante debate e partiu dos também candidatos ao governo, Jairo Jorge (PDT) e Roberto Robaina (PSOL). Ao responder Robaina, o tucano teria dado a declaração “Não falte com a verdade, candidato. O senhor está afirmando que os exames eram feitos por amostragem e a essa mesma afirmação, dita por outro candidato, rendeu direito de resposta à nossa candidatura” (LEITE, 2018).

O candidato pelo MDB mencionava uma recente decisão do desembargador eleitoral Jorge Alberto Schreiner Pestana, a qual determinava a leitura de uma nota da coligação de Leite em um telejornal local, após seu adversário Júlio Flores (PSTU) ter dito em entrevista que o tucano havia feito um sorteio para escolher que mulheres poderiam viver ou morrer, por causa da maneira que era realizada o exame.

Em sua decisão, favorável a Leite, o desembargador argumenta que o “fato se encontra em investigação” e que o candidato “sequer foi denunciado”. “Não se pode, portanto, impingir ao candidato responsabilidade direta por fato que não se sabe que ele cometeu ou anuiu”, complementa (HOFMEISTER, 2018).

É informado, também, que o tucano ingressou, na época, na Justiça Eleitoral com pedidos para retirar de circulação uma publicação do site Esquerda Diário, que o acusava de ter “sangue de mulheres nas mãos por sua gestão da saúde em Pelotas”. Com mais de 24 mil interações no *Facebook* - somando curtidas, comentários e compartilhamentos -, na publicação da checagem o texto já se encontrava indisponível em razão de um mandado de segurança que determinava a remoção do conteúdo do site e da rede social.

A decisão anterior sobre o assunto, que foi reiterada no desdobramento mais recente do caso (o mandado de segurança, que ainda será levado a julgamento final pelo plenário do tribunal), o desembargador eleitoral José Ricardo Coutinho Silva afirma que “ainda utilizando expressões duras, contundentes e sensacionalistas,

o texto estabelece justificativas fáticas para um juízo negativo às supostas posturas do candidato como homem público, não podendo ser objeto de cerceamento, sob pena de vulneração do próprio princípio democrático”. Eduardo Leite havia solicitado que a petição tramitasse de forma sigilosa no tribunal, o que tampouco foi acatado pelo juiz (HOFMEISTER, 2018).

Nos dois últimos parágrafos desta retranca, a jornalista contextualiza que o assunto dominou a disputa eleitoral gaúcha nas últimas semanas, principalmente após José Ivo Sartori ter acusado, durante propaganda de rádio e televisão, que Leite teria “lavado as mãos” no caso. Como resposta, em sua propaganda eleitoral na TV, o candidato do PSDB respondeu que não havia como saber de tudo que acontecia com os fornecedores, inclusive, atacando Sartori “por isso eu jamais o acusei [governador Sartori] pela contaminação da água da Corsan em Santa Maria, mesmo sendo no seu governo” (LEITE, 2018).

Como contra resposta, o candidato do MDB respondeu dias depois que o Rio Grande do Sul estava interessado a saber sobre o caso e associou a responsabilidade ao ex-prefeito de Pelotas. “A repercussão do caso obrigou a campanha de Leite a publicar um vídeo com explicações detalhadas” (HOFMEISTER, 2018).

No subtítulo posterior, nomeado ‘Histórico da denúncia’, Hofmeister traça a trajetória de como se iniciou a circulação desta história. Publicado em 12 de julho de 2018, o jornal Diário da Manhã noticiou na capa “a farsa dos exames de pré-câncer em Pelotas”. Na matéria, do jornalista e diretor da publicação, Hélio Freitag Júnior, duas enfermeiras expõem suas suspeitas sobre os resultados de Papanicolau<sup>27</sup> feitos no SUS de Pelotas. As profissionais da saúde afirmaram que os índices de câncer de colo de útero na cidade alteraram os padrões dos seis anos anteriores, período que em que coincide com a gestão de Leite como prefeito.

Em 13 de julho do mesmo ano, o jornal publicou um memorando assinado por profissionais da saúde, que foi entregue depois para o Ministério Público, no qual a equipe da Unidade Básica de Saúde (UBS) Bom Jesus relatava preocupação com os resultados dos exames enviados à Secretaria Municipal de Saúde, em 2017. O comunicado também citou o caso de uma paciente que teria realizado coletas na UBS e recebido resultados considerados normais, entretanto, o exame havia

---

<sup>27</sup> Exame ginecológico de citologia cervical realizado como prevenção ao câncer do colo do útero.

detectado lesões no útero e uma biópsia do material apontou um carcinoma epidermóide invasor<sup>28</sup>.

O Diário da Manhã também localizou um trabalho acadêmico no qual a médica e especialista em Saúde da Família Júlia Kanaan Recuero anota, em meio a um extenso diagnóstico da prestação de serviços na UBS Bom Jesus que “absolutamente todos os exames citopatológicos tiveram resultado negativo para neoplasia”, embora algumas das mulheres examinadas tivessem “clínicamente lesões de alta sugestibilidade de alteração, porém com resultado negativo” no Papanicolau. O trabalho está disponível online no repositório digital da Universidade Aberta do SUS (Unasus) (HOFMEISTER, 2018).

Finalizando a checagem, há a explicação que os expedientes no Ministério Público resultaram a partir das denúncias do Diário da Manhã, assim como a instauração de uma CPI na Câmara de Vereadores de Pelotas, em 1º de agosto de 2018. Como conclusão, o selo continuou o mesmo, pois não havia resultado em nenhuma das instâncias de investigação sobre fraude ou responsabilidade de Eduardo Leite. Esta checagem pareceu circular mais em razão de coisas ditas sobre o candidato, do que sua própria afirmação, desconectando-se das outras aqui apresentadas, que partem a partir das declarações dos concorrentes.

Candidato: José Ivo Sartori

Declaração: “Nesse sentido, uma grande conquista merece registro: o RS atingiu a menor taxa de mortalidade infantil do Brasil, com 9,97 óbitos para cada 1.000 nascimentos”.

Etiqueta: ‘Falso’

Esta checagem foi publicada em 3 de outubro de 2018, na última semana do primeiro turno das eleições gerais brasileiras. Realizada pelo jornalista Bruno Moraes, esta apuração recebeu o título ‘Sartori se enganou: mortalidade infantil no RS não é a menor do Brasil’. No resumo é informado que o candidato à reeleição, José Ivo Sartori, citou um dado preliminar a fim de afirmar que o Rio Grande do Sul atingiu a menor taxa de mortalidade infantil do país. Contudo, o número era referente ao menor índice da história do estado e não de uma comparação nacional.

Ilustrando esta publicação, há a imagem de um pé de um recém-nascido com uma fita de identificação. No primeiro parágrafo, o jornalista utiliza a técnica de suíte,

---

<sup>28</sup> Câncer do colo uterino invasor

relembrando que Sartori concorre à eleição e que durante o seu programa de governo trouxe o relato indicando que a taxa de mortalidade infantil no Rio Grande do Sul é a menor do Brasil, sendo menos de 10 casos a cada mil nascimentos. Para confirmar a declaração do candidato, a assessoria de imprensa informou que o dado poderia ser confirmado com a Secretaria Estadual da Saúde (SES).

A afirmativa do então governador: “Nesse sentido, uma grande conquista merece registro: o RS atingiu a menor taxa de mortalidade infantil do Brasil, com 9,97 óbitos para cada 1.000 nascimentos” (SARTORI, 2018) foi considerada como ‘Falso’, de acordo com as etiquetas pré-estabelecidas, pelo Filtro *Fact-Checking*. Assim como nos outros textos, neste momento, o Truco nos Estados e a parceria com a iniciativa gaúcha de checagem é apresentada e a constatação gerada a partir da apuração. Neste caso, foi apontado que o índice mencionado pelo MDB poderia mudar até o fim de 2018, por ser preliminar, e que a SES não desfrutava de informações de outros estados, impossibilitando a comparação do Rio Grande do Sul com o restante do país. É comunicado, também, que foi realizado um novo contato pela equipe, quando se referem como reportagem, com a assessoria de Sartori que indicou a Secretaria de Planejamento, Governança e Gestão (SPGG) para a verificação.

Em comunicado ao Filtro, a SPGG desmente o programa de governo: “atualmente, o Rio Grande do Sul possui a menor taxa de mortalidade infantil em relação a sua série histórica. Não se trata de um comparativo com a média nacional, diferente do que aponta o plano de governo de José Ivo Sartori”. O órgão ainda destaca que “a meta para esse ano, conforme estabelecido no Acordo de Resultados da gestão e estipulada pela própria Secretaria de Saúde, é de 9,75 para mil nascimentos. No primeiro semestre [de 2018], a média se encontra em 8,65, a menor registrada” (MORAES, 2018).

O jornalista declara, sem postergar, que a declaração de Sartori, portanto, é falsa. Outras informações da SES foram ressaltadas, como a de que a proporção citada no documento foi extraída do portal BI da Saúde - banco de dados mantido pelo governo estadual e munido pelas prefeituras.

O portal contabiliza o total de casos registrados e, embora não apresente o coeficiente (relação de óbitos a cada mil nascimentos), a SES confirmou que a taxa de mortalidade infantil atual é de 9,97‰. O dado considera óbitos de crianças com idade inferior a um ano. Contudo, por focar em nascidos em 2017, a taxa deve sofrer alterações, pois levará em conta novos óbitos de crianças com

menos de um ano que ainda serão registrados até o fim de 2018 (MORAES, 2018).

O parágrafo seguinte reforça que a Secretaria Estadual da Saúde não tem dados de outros estados, porém os números do Observatório da Criança e do Adolescente, da Fundação Abrinq, desmentem o programa de governo de Sartori. De acordo com Moraes (2018), em 2016, o índice de mortalidade infantil no estado foi de 10,2 óbitos a cada mil nascimentos, o que acabou deixando o Rio Grande do Sul no segundo lugar dentre os menores índices - a primeira colocação ficou com Santa Catarina (SC), que obteve a taxa de 8,8 mortes em mil nascimentos. Outra comparação, de 2015, demonstra que SC ficou com o primeiro lugar de menor proporção nacional, sendo 9,9, enquanto o RS obteve 10,1.

Um gráfico do Observatório da Criança e do Adolescente, de 2016, é anexado em seguida, demonstrando os números de mortalidade infantil no Brasil. Após, finalizando a checagem, o jornalista traz aspectos aferidos pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na Tábua Completa de Mortalidade para o Brasil - 2016, que apontam um efetivo diferente do divulgado no programa de governo do MDB:

[...] o Rio Grande do Sul está em quarto lugar no ranking nacional que considera a probabilidade de uma criança não completar um ano, com 9,6 óbitos a cada mil nascimentos. Estão à frente Espírito Santo (8,8‰), Santa Catarina (9,2‰) e Paraná (9,3‰). A taxa de todos eles é inferior à nacional (13,3‰) (MORAES, 2018).

Esta verificação, por ser mais objetiva, não teve um texto tão longo como àquelas que estão entre o verdadeiro e o falso. A assessoria de imprensa do candidato havia sido procurada no início da checagem e não há menção no final do texto de uma nova tratativa. A escolha pelo termo 'se enganou' invés de 'mentiu' demonstra que não há posicionamento por parte do Filtro, nem tentativa de gerar uma imagem sobre o candidato, é apenas avaliada a declaração e o contexto em que foi usada.

#### 4.3.4 FAKE NEWS SOBRE EDUARDO LEITE

Distanciando das outras checagens apresentadas, esta circulou pelo *Facebook* e *Whatsapp* e se configura como uma *fake news* sobre o candidato Eduardo Leite. Publicada em 19 de outubro de 2018, no segundo turno, sob o título ‘Bandeira LGBT não substituiu a do Brasil em escola de Pelotas’, a verificação, assinada por Taís Seibt, apresenta um *print* do texto que circulou no *Facebook*. Seguindo os preceitos das apurações anteriores, o resumo é apresentado: “Texto compartilhado por *WhatsApp* e *Facebook* afirma que bandeira do Brasil foi substituída por símbolo LGBT. Hasteamento, de fato, ocorreu durante atividades de conscientização contra a homofobia, mas não houve uma troca de bandeiras” (SEIBT, 2018).

Na abertura do texto é informado que circulava naquele momento pelo aplicativo de troca de mensagens *Whatsapp* e por páginas no *Facebook* de apoio ao então candidato à presidência pelo PSL, Jair Bolsonaro, uma campanha para que os eleitores do “capitão” não votassem em Eduardo Leite para assumir o cargo de governador. A mensagem afirmava que ao ser eleitor do Bolsonaro, o cidadão não deveria votar em Leite, além disso, trazia, razões enumeradas para não eleger o tucano no Rio Grande do Sul. Há época, Leite havia anunciado apoio ao político do PSL e passou a ser criticado por apoiadores.

Da mesma forma que se apresentava as declarações dos candidatos, parte do texto foi reproduzida dentro de aspas: “[Eduardo Leite e Paula Mascarenhas] foram os responsáveis por SUBSTITUIR a bandeira do Brasil, por uma bandeira do movimento LGBT nesta mesma escola”. Seguido pela etiqueta de ‘Falso’.

Entre os motivos elencados para desmotivar eleitores de Bolsonaro a optarem por Eduardo Leite estão questões relacionadas à causa LGBT. “Lembremos que em Pelotas, Eduardo Leite e Paula Schild Mascarenhas foram os responsáveis pela criação de uma secretaria para os direitos LGBT; por colocar um travesti em uma escola municipal de renome para ministrar palestras sobre gênero; foram os responsáveis por SUBSTITUIR a Bandeira do Brasil, por uma bandeira do movimento LGBT nesta mesma escola”, diz um trecho da mensagem (SEIBT, 2018).

No parágrafo posterior, o projeto Truco nos Estados e parceria com o Filtro *Fact-Checking* é apresentado, reiterando que a verificação comprova que, de fato, houve uma bandeira hasteada com as cores do arco-íris no Colégio Municipal

Pelotense durante uma atividade de conscientização contra a homofobia. Porém, não houve a troca de uma bandeira pela outra, como o texto da internet alegava.

Para a checagem, foi consultado o então diretor do colégio, Arthur da Silva Katrein, o qual informou que o ato ocorreu durante a Semana da Diversidade, em novembro de 2017, quando Paula Mascarenhas substituiu Eduardo Leite. A atividade não se restringiu ao Colégio Pelotense – também ocorreu o hasteamento de uma bandeira LGBT no campus Pelotas do Instituto Federal de Educação (IFSul), cuja administração não é vinculada ao município, mas sim, à União (SEIBT, 2018).

O diretor relatou, ainda, que a bandeira nacional não havia sido arriada para o hasteamento da outra, conforme falava a notícia falsa. A repercussão de um vídeo de um youtuber chamado Rafinha BK - que se identifica com movimentos de direita e apoiou candidatos do PSL - sobre palestras com travestis, as quais integraram a programação de conscientização, supervalorizou o episódio.

Após, é apresentado o posicionamento da assessoria de imprensa de Eduardo Leite, que reiterou que o seminário em questão integrou a Semana da Diversidade 2017, de Pelotas, organizada por diversas entidades que tratam do tema, dentre elas o Núcleo de Gênero e Diversidade da Universidade Federal de Pelotas (Nuged) e a Comissão Especial de Diversidade Sexual e Gênero (CEDSG) da Ordem dos Advogados do Brasil (OAB). Além do apoio da prefeitura, o evento contou com o suporte do governo do Estado.

Ainda sobre este tema, a corrente erra ao afirmar que o tucano e sua sucessora foram responsáveis pela criação de uma secretaria para os direitos LGBT. Não há uma secretaria de direitos LGBT na estrutura administrativa da prefeitura de Pelotas. Uma emenda à lei orgânica nº 90, promulgada pelo então presidente da Câmara Municipal em novembro de 2015, quando Leite ainda era prefeito, aprova a criação do Conselho Municipal de Direitos da Cidadania LGBT, porém este nunca foi formado (SEIBT, 2018).

Esta apuração foi mais curta que as outras, porém identificou o fenômeno que ocorria para além das declarações dos candidatos: as *fake news*. Sem ter muitas informações e dados sobre o caso, a fonte utilizada foi a fala do diretor que era responsável pela escola na época.



#### 4.4 FECHAMENTO DA ANÁLISE

Após analisar 12 checagens realizadas pelo Filtro *Fact-Checking*, nota-se que o padrão utilizado tanto para Eduardo Leite, quanto para José Ivo Sartori foi o mesmo. Em alguns momentos, como em selos que fogem do tradicional verdadeiro e falso, as apurações realizadas pela equipe do projeto foram desenvolvidas em textos mais extensos, a fim de contemplar diferentes fontes para justificar a escolha do rótulo.

As fontes escolhidas para fazer as checagens foram, em sua maioria, de dados oficiais, como relatórios de órgãos do governo. Entretanto, especialistas também foram utilizados, bem como reportagens de jornais. Nota-se que a apuração segue caminho muito semelhante e os mesmos passos e fontes daquelas utilizadas pelo jornalismo tradicional, como a consulta a fontes oficiais, a especialistas e, inclusive, o direito do envolvido se manifestar sobre o que é investigado. O distanciamento ocorre no momento em que é realizada a verificação. Enquanto nas notícias e matérias os repórteres de veículos buscam por informações diferentes às declarações da fonte, no decorrer da produção do texto, os projetos e agências de checagens o fazem depois que aquela afirmativa já foi dada e circula em algum lugar. Portanto, a diferença não está no método e, sim, no período em que ocorre.

Há quase zero diferença entre apuração e o trabalho de checagem de agência. Se tu olhares as metodologias das agências de *fact-checking* é basicamente o que tu aprendes numa aula de apuração na faculdade. Pesquisar tudo sobre o assunto, levantar as fontes de referências, bater as informações com as fontes... Enfim... É o que a gente faz como jornalista (SEIBT, 2019).

Das verificações analisadas, dentro dos tópicos selecionados, foi constatado que a etiqueta mais utilizada foi o 'Verdadeiro'. Mesmo nestes casos, Filtro utilizou de explicação aprofundada e com suporte de referências para justificar o porquê de enquadrar naquele selo e a razão de considerar verídico. Nos casos das checagens que receberam outros selos, aquelas classificadas como 'Discutível', 'Sem Contexto' e 'Falso' apareceram dois exemplos de cada. Por último, 'Exagerado' e 'Impossível provar' surgiram uma vez. Não tendo nenhuma amostra da etiqueta 'Subestimado', dentre os objetos estudados.

O papel do Filtro *Fact-Checking*, conforme as verificações indicam, estava diretamente associado ao combate da desinformação, muito além das *fake news*, que trazem dados mentirosos. Todavia, o objetivo principal foi trazer informações relevantes dentro de declarações que, ao haver algum número diferente dos oficiais, pudessem gerar o entendimento de falsidade.

A iniciativa gaúcha, conforme declarou Seibt (2019) na entrevista, bem como o projeto Truco nos Estados, foi compreender o fenômeno que atingia as redes sociais quase ao final das eleições gerais brasileiras de 2018. Contudo, ao realizar a verificação da fala dos candidatos, ela ajudou os cidadãos gaúchos, atingidos pelos seus serviços por meio de rádio, publicação no Jornal do Comércio e internet, a conhecer mais detalhadamente as pautas abordadas sem se enganar pelos números ditos pelos candidatos, em caso de falta de embasamento.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre como funciona a checagem de fatos a partir de uma iniciativa voltada exclusivamente para isso. No início, a preocupação foi definir as *fake news* e a maneira como elas atingem as pessoas. Durante a execução desta pesquisa, essencialmente após a entrevista com Taís Seibt (2019), co-autora do Filtro *Fact-Checking*, percebeu-se que, por se tratar de algo relativamente novo no contexto brasileiro, especialmente dentro da conjuntura política, não havia sido identificado, pelo menos para Filtro e o Truco, da Agência Pública, o qual fez a parceria com o projeto gaúcho, que notícias falsas também tivessem impactado os eleitores, além das declarações dos políticos.

O termo *fake news* se popularizou após a eleição presidencial dos Estados Unidos, em 2016, e, também, com o *Brexit*, no Reino Unido, no mesmo ano. Entretanto, a busca pelo termo, bem como sua tradução direta ‘notícias falsas’, ocorreu somente a partir de 2017 no Brasil, de acordo com a ferramenta *Google Trends*. Até então, a palavra ‘boato’ era utilizada pela mídia nos casos de desinformação. Outra expressão popularizada, em razão dos acontecimentos políticos de 2016, foi pós-verdade. Um dos objetivos verificados pelos criadores de notícias falsas é obter lucros, que acontece em razão de cliques dos internautas.

Conforme demonstrado logo no capítulo inicial, compreendeu-se, nos últimos momentos eleitorais, que as notícias falsas ganharam força pelas redes sociais e acabaram auxiliando na eleição de Jair Messias Bolsonaro (PSL) como presidente. O mesmo não foi notado no contexto do Rio Grande do Sul, visto que não foi percebida a disseminação destas pelas redes sociais. No capítulo quatro, onde é apresentada a análise, está registrado um boato que circulou sobre o candidato Eduardo Leite (PSDB) referente à mudança da bandeira do Brasil para a bandeira LGBT, em uma escola de Pelotas, da qual o candidato era prefeito, no estado gaúcho. Contudo, Filtro checkou e identificou que a informação era falsa. A mentira disseminada não impactou na campanha de Leite, que acabou vencendo a eleição e se tornou o 38º governador do Rio Grande do Sul.

Outro ponto relevante levantado por este estudo é a crise de confiança que assola a imprensa mundial. Usado como referência, o *Edelman Trust Barometer* 2019 - barômetro de confiança, em tradução livre - demonstrou que, ao menos

desde 2007, as empresas privadas têm mais credibilidade com as pessoas do que a mídia. Um dos apontamentos para a desconfiança é a necessidade de priorização para que a matéria seja publicada na internet antes de outros veículos, para que seja vista primeiro e ganhe destaque entre os espectadores. A pressa em publicar, acaba gerando notícias sem maiores detalhamentos e apurações, conforme destaca a autora Filgueiras (2018). Outro cenário, que se assemelha ao anterior, identificado por Serva (2005), é a indústria da informação, na qual metas de criação de notícias são priorizadas a fim de se ter um grande número de produções, para que haja sempre a aparição aos leitores.

Desta maneira, dados podem passar batidos e, quando notados pelos leitores, gerarem a desconfiança. A hiperconcorrência, apontada por Bonville e Charron (2016), traz uma reflexão semelhante, demonstrando que essas circunstâncias, juntamente com o desejo de se tornar um profissional de destaque e reconhecido dentro do jornalismo, geram, a necessidade constante de atrair a atenção dos receptores, e como consequência há inúmeras manchetes exageradas circulando pelos veículos de comunicação. Entendeu-se que a própria mídia alimenta esse sistema de desconfiança com os espectadores, em razão da busca pela maior audiência e acessos em suas matérias, fazendo isso de uma forma inconsequente, sem muitos cuidados com a informação divulgada. Todavia, observa-se que isso tudo também gera a saturação de informações, outra causa da desinformação.

Ao executar a análise desta pesquisa, referente as checagens acerca de declarações dos então candidatos a governador do Rio Grande do Sul, Eduardo Leite (PSDB) e José Ivo Sartori (MDB), no período do primeiro turno, notou-se que o principal objetivo do Filtro *Fact-Checking* era mais que combater notícias falsas e, sim, reagir a desinformação.

O trabalho do projeto gaúcho de checagem utilizou as mesmas técnicas de apuração do jornalismo tradicional, diferenciando-se na questão do período em que realizava. Enquanto o jornalista de veículo faz a verificação no decorrer da produção de notícias e reportagens, os jornalistas do Filtro, e de agências de checagem, o fazem depois que a declaração está publicada.

De acordo com o que foi exposto no último capítulo, ao realizar a observação das checagens, unindo-se com o que foi dito por Seibt (2019), constatou-se que a

verificação realizada é transparente tanto para quem vai ser atingido por ela, quanto para quem teve sua declaração averiguada. Os passos do Filtro eram dar a oportunidade aos candidatos para que se justificassem a partir da fonte utilizada por eles e ao mesmo tempo buscar por outros dados, principalmente aqueles públicos, para confirmar ou não a afirmação. Mesmo com o resultado, em caso de conflitante com a fala dos políticos, os jornalistas do projeto davam a oportunidade de contra argumentar. A possibilidade de sete etiquetas diferentes para a conclusão permitiu que as publicações fossem rotuladas além de verdadeiro e falso, demonstrando que falta de contexto, informações exageradas e as impossíveis de comprovar, também resultam em conhecimentos desencontrados com a realidade.

Algumas questões ficam abertas a partir desta pesquisa, como compreender a explicação da propagação de notícias falsas, para além daqueles que criam e que o fazem por motivações financeiras, como, por exemplo, pelo cidadão comum. De que maneira isso será combatido a partir das próximas eleições e até quando terá efeito sobre os eleitores, são outros pontos relevantes para entendimento.

Por fim, constata-se que o jornalista continua sendo extremamente importante para a garantia da democracia e que ele assume outros encargos. Anteriormente, o papel do profissional da imprensa era noticiar e informar os espectadores. Agora, com a disseminação quase instantânea de notícias, decorrentes das redes sociais, e com diversos autores, os jornalistas passam a assumir a responsabilidade de combater a desinformação, checando e apontando a veracidade dos fatos. O jornalismo continua sendo uma atividade imprescindível e o profissional muito mais do que um operador necessário, é um democrata a zelar pelo bem comum.

## APÊNDICE

**APÊNDICE A** - Entrevista sobre o Filtro *Fact-Checking* com Taís Seibt, realizada em 23 de maio de 2019.

**O que é o Filtro *Fact-Checking*? Ele se configura como uma agência de checagem?**

**Seibt:** O Filtro foi um projeto dentro da ONG Pensamento, que é liderada por um outro jornalista, o Tiago Lobo, desenvolvido na prática por mim, pela Naira e pelo Bruno. Fomos nós três que trabalhamos na cobertura durante as eleições. Mas estava então associado no site desta ONG somente para a cobertura das eleições. Ele não foi instituído, assim, como uma agência de *fact-checking*... Uma estrutura empresarial, por exemplo. Fizemos financiamento coletivo para conseguir alguns recursos justamente para pagar os jornalistas nesse período das eleições. Tivemos um aporte financeiro da Agência Pública, também, porque nós incorporamos a equipe deles nos estados. Eles formaram equipes em sete estados, além da base deles na agência. Reuniram estas equipes para fazerem checagens das eleições estaduais. Então, nós juntamos estes dois aportes financeiros, pagou-se os jornalistas e se desenvolveu um trabalho ao longo do período das eleições. Depois se encerrou os trabalhos. Na verdade, o Filtro está lá na ONG. Eu não sei se o Tiago em algum momento vai retomar ele ou não, mas não daria para dizer que é uma agência... Que tem uma existência. A gente fez, praticamente, uma força-tarefa nas eleições. Isso tinha derivação da minha tese de doutorado, o projeto, a concepção dele.

**Qual a origem do projeto?**

**Seibt:** Na tese (de doutorado) eu tinha um plano de fazer um projeto de extensão, uma atividade na prática de *fact-checking*, que tivesse como mote as eleições para aprofundar minhas observações em relação à prática. Inicialmente, seria, então, um projeto de extensão. Num determinado momento, eu compartilhei esta ideia de extensão com o Tiago, que é o líder da ONG, e a gente começou a conversar sobre como a gente poderia juntar estas duas coisas. Era de interesse também da

Pensamento ter alguma coisa de *fact-checking* no escopo deles. Nesse meio tempo, eu já tinha o contato com a Agência Pública porque eu estava fazendo minha pesquisa de doutorado lá. O editor da época do Truco, que é o projeto de *fact-checking* da agência, me consultou se eu não tinha o interesse de formar uma equipe aqui. Então coincidiram esses três interesses. O meu interesse de trabalhar na prática por causa da tese; o interesse da ONG de ter algum seguimento de *fact-checking* no escopo deles e da Pública de ter alguém em Porto Alegre fazendo checagem. Juntando tudo isso nasceu o Filtro.

### **Onde fica situado o Filtro?**

**Seibt:** O Filtro não tem um site próprio por estar ligado à ONG. Então, ele ficava no próprio site da Pensamento e também no site da Pública, então os conteúdos que produzimos publicamos nestes dois espaços. Em nenhum momento a iniciativa foi registrada como algo independente. Agora ele está em *stand-by*, foi uma ação bem pontual. Mas sim, os princípios editoriais, os métodos, nós seguimos a cartilha das agências de *fact-checking*, até porque o objetivo era testarmos isso na prática.

### **Qual a necessidade identificada para o surgimento do projeto?**

**Seibt:** Eu trabalhei durante sete anos na Zero Hora (ZH)<sup>29</sup>, então, estava no mercado de comunicação tradicional. Estava acompanhando as mudanças de dentro da redação e o que estava acontecendo no mercado. Em 2015, eu passei na seleção de doutorado da UFRGS e fui selecionada para a bolsa, assim, eu tive que sair da ZH. Independentemente de eu sair da Zero Hora por causa da bolsa, eu já tinha interesse em pesquisar o que estava acontecendo fora das redações tradicionais. Eu percebia que o mercado tradicional estava diferente - isso ainda em 2014, enquanto eu fazia o projeto. Mudou mais profundamente ainda nos últimos anos. Quando eu entrei em 2015, eu não tinha certeza. Não tinha a menor ideia, na verdade, que eu pesquisaria *fact-checking*. Eu entrei olhando o que estava se fazendo fora das redações. Comecei a fazer o mapeamento de iniciativas novas, do que estava surgindo, tentando entender como os jornalistas estavam conseguindo

---

<sup>29</sup> Jornal de Porto Alegre e região administrado pelo Grupo RBS.

pagar os boletos. Fui vendo coisas que chamavam muita atenção. Em 2016, foi o ano das *fake news* por causa do Trump e do *Brexit*. Então, foi o ano que, assim, começou a se falar muito de *fake news* e conseqüentemente de *fact-checking*. Já tinham as iniciativas Lupa e Aos Fatos desde 2014, mas não era uma coisa ainda com muita visibilidade e muito destaque. Tanto que eu falava para alguns jornalistas que eu estava interessada em estudar *fact-checking* e nem eles sabiam o que é. Mas eu achei que ali tinha alguma coisa interessante para estudar. Então, eu comecei a acompanhar o movimento do *fact-checking*. Comecei a procurar no mundo como é que estava e o tempo todo esse desdobramento dos Estados Unidos e do *Brexit*. Se tinha uma expectativa que em 2018 isso acontecesse no Brasil, como ocorreu de fato nas eleições. O Brasil é uma febre de rede social, então, assim, tinha tudo para explodir aqui também. Aí eu construí essa ideia de pesquisa que em 2018 este assunto ganharia algum destaque no Brasil no período das eleições. Bom, aconteceu. Já na prévia, no caso Marielle Franco, como um marco zero da desinformação. Foi o marco considerado no Brasil, quando a gente se deu por conta de onde podia chegar, tanto que foi em março de 2018 e nesse fenômeno que aconteceu em torno da morte da Marielle, as agências de *fact-checking* ganharam destaque. Inclusive na mídia tradicional. Deu muita visibilidade para esse trabalho. As empresas tradicionais começaram a implantar a prática, teve toda a mobilização do Comprova<sup>30</sup>. Começou-se a ter um grande envolvimento em torno disso. O *fact-checking* começou a ter essa visibilidade. O que reforçou essa minha questão teórico-prática. Eu fui para a pesquisa. Hoje dou aula na Unisinos, mas eu sigo no mercado de trabalho. Eu queria fazer algo que tivesse repercussão prática também. Por isso a história da extensão. Estava ganhando visibilidade o negócio. Empresas, faculdades, organizações começaram a me procurar para dar palestras sobre o tema. Com a parceria com a Pública surgiu a oportunidade de realizar. Acompanha esta tendência que é um fenômeno internacional e que chegou com toda força no Brasil.

---

<sup>30</sup> Projeto Comprova foi uma coalização realizada entre diversos veículos brasileiros a fim de combater a desinformação.



### **Quais as diferenças entre a apuração do jornalismo tradicional e a feita pela checagem de fatos?**

**Seibt:** Há quase zero diferença entre apuração e o trabalho de checagem de agência. Se tu olhares as metodologias das agências de *fact-checking* é basicamente o que tu aprendes numa aula de apuração na faculdade. Pesquisar tudo sobre o assunto, levantar as fontes de referências, bater as informações com as fontes... Enfim... É o que a gente faz como jornalista. Acontece que a gente está num ambiente diferente, as informações não vêm mais da imprensa. As pessoas procuram informação, consomem informações por outros meios e esses meios não têm apuração jornalística. Então, claro que tu esperas que a Zero Hora, o Globo, o Estadão, *The Intercept*, enfim, veículos ligados ou não à grande mídia, que os jornalistas façam este mesmo processo de apuração. Mas o que vem por *WhatsApp* não, o que está no *Facebook* não. Este trabalho de *fact-checking*, a grande diferença é que é uma checagem depois que está público. Aí que está a diferença. A apuração é a mesma, eu vou ao dado do Eduardo Leite ou do (José Ivo) Sartori, como teu objeto de pesquisa, depois que eles já deram a declaração, uma entrevista ou no debate televisionado. Isso já foi publicado. Seja na rede social, enfim. Aí eu vou ao que já foi publicado. Quando é uma reportagem ou notícia, eu vou fazendo esta checagem no decorrer da construção, mas a apuração é igual. Claro, temos ferramentas para saber se a foto foi manipulada, para ver se uma fonte é um robô. Mas a principal ferramenta é a apuração jornalística. Por isso a grande dificuldade de automatizar os processos de checagem. O *Facebook* mesmo desenvolveu uma parceria com agências de checagem para desidratar as *fake news* pois não tem como simplesmente se criar um botão da verdade. Precisa do trabalho dos jornalistas.

### **Quais os critérios de seleção para checagem do Filtro?**

**Seibt:** A gente tinha um sistema de rodízio entre os candidatos, então, procurávamos equilibrar o número de checagens, independentemente do selo que ela receberia, sobre cada um. Dentro da equipe a gente se dividia para cada semana acompanhar as agendas de cada candidato. Exemplo: o Jornal do Comércio toda

semana publicava uma entrevista com um dos candidatos, então entrava na pauta porque já sabíamos da periodicidade. Por que o JC? Bom porque fizemos uma parceria em que eles replicavam nossos conteúdos e a ZH, por exemplo, já tinha sua própria equipe de checagem. Quando havia algum debate, buscamos acompanhar também e checar alguma frase de cada um. Em relação às temáticas, como estávamos trabalhando com a Pública e a própria ONG tinha princípios editoriais parecidos, partíamos sempre da questão de impacto social e de assuntos que não entravam muito na pauta cotidiana. Fizemos checagem sobre dívida do Estado, mas também fomos procurar coisas de direitos humanos, minorias e assuntos do escopo do contexto que estávamos atuando. Tentamos fazer rodízio também dos temas dos candidatos. Equilibrar as temáticas para diversificar. No fim das contas o Leite e o Sartori tiveram mais checagens, não só porque eles foram ao segundo turno, mas porque foram tendo mais interesse por parte da mídia conforme foram ganhando em números. Tinham alguns elementos que uma frase tinha que conter para que ela pudesse ser checada.

**Foi notado que o Filtro teve mais checagens sobre as declarações dos candidatos do que as que circularam sobre os candidatos. Inclusive, uma sobre Eduardo Leite falava sobre a substituição da bandeira nacional pela bandeira LGBT, em uma escola de Pelotas. Teve circulação de boato sobre José Ivo Sartori também?**

**Seibt:** A gente teve uma do Sartori que saiu a partir do (Roberto) Robaina (PSol). Em algum debate, ele disse que Sartori havia investido menos do que deveria em uma determinada área, mas acabou entrando na contagem do Robaina. No final, a gente acabou checando esta da bandeira LGBT no segundo turno, que foi quando a gente percebeu a partir do Truco que tínhamos dado pouca importância para as redes sociais. Foi quando caiu a ficha de todo mundo que a coisa estava acontecendo no *WhatsApp*, no *Facebook* e não na imprensa tradicional. Estávamos preocupados em checar debate, em checar entrevista e as pessoas não estavam interessadas nisso, mas sim no que circulava pelo *Whatsapp*. Então, no final teve uma mobilização por parte dos chefes do Truco para os estados mapearem o que estava sendo falado sobre os candidatos, o que não havia sido uma recomendação

inicial. Foram poucas coisas que ganharam destaque no cenário estadual de *fake news*. Não consigo identificar algo tão forte como ocorreu na eleição presidencial. O que eu acho que não vai ser o caso daqui para frente. Acredito que terá muita *fake news*, muita desinformação. Em 2020, por exemplo, nas eleições municipais, provavelmente será uma estratégia.

### **Para onde iam as checagens?**

**Seibt:** As checagens eram enviadas para o Jornal do Comércio e também para o Truco. A reprodução do conteúdo era livre desde que reconhecido a origem da checagem. No processo das eleições havia um trâmite recomendando que as iniciativas tivessem parcerias físicas. Então, tinha um contrato mesmo. Que não envolvia dinheiro, somente a disponibilização de conteúdo. A gente disponibilizava semanalmente para o Jornal do Comércio o conteúdo checado e isso era via (Agência) Pública. Era uma coluna co-assinada pela Truco nos Estados e Filtro *Fact-Checking*. Nós também distribuimos esses conteúdos semanais em formato de áudio, em uma parceria com a Padrinho conteúdo. Distribuimos para mais de 400 rádios do interior do Rio Grande do Sul, semanalmente, boletins e isso foi efetivamente veiculado por cerca de 50 rádios todas as semanas. Nós tínhamos, também, uma produtora de vídeo, a Bumbá, que a checagem era via vídeos de um minuto para as redes sociais.

### **Como era a metodologia de checagem?**

**Seibt:** Tínhamos um passo a passo, vindo inicialmente do Truco, que partia de um pedido inicial para a assessoria do candidato de quais as fontes embasam aquela informação. Fazíamos o recorte e mandávamos para as assessorias. No início das eleições, avisamos que seria desse jeito durante o período pois estaríamos fazendo as checagens. Ajudou-nos, pois, a Associação Riograndense de Imprensa (ARI) sabatinou os candidatos antes de a campanha começar a pegar fogo. Sempre que selecionamos uma frase, nós avisamos os assessores, sempre por e-mail para ficar registrado pedindo as fontes que embasaram as declarações do candidato. Ao mesmo tempo íamos atrás de dados oficiais, como dados de segurança pública, por

exemplo. Muitas vezes os candidatos não respondiam, algumas vezes sim. As duas que tu estás analisando (Leite e Sartori) eram assessorias bem responsivas. Quase sempre nos informaram a fonte e, então, batíamos as informações que nos mandavam com os dados levantados para então definir o selo. Havendo então a definição do selo, mandamos para as assessorias novamente informando e apresentando os motivos que fizeram chegar a tal checagem, dando a oportunidade de uma contra-resposta.

**APÊNDICE B** - Quadro com as checagens realizadas sobre Eduardo Leite (PSDB) e José Ivo Sartori (MDB), pelo Filtro *Fact-Checking*, no primeiro turno das eleições de 2018. No quadro, há o cruzamento das checagens e tópicos os quais elas pertencem, assim como as motivações para a escolha das publicações analisadas.

**Quadro 2 – Relação de checagens de Eduardo Leite no primeiro turno**

<b>Título</b>	<b>Declaração</b>	<b>Tópico</b>	<b>Etiqueta</b>	<b>Observações</b>
Educação em Pelotas e asfalto no interior: os dados de Eduardo Leite (PSDB)	“Pelotas teve a maior evolução do Ideb no RS, subiu 23% de 2013 para 2015, por conta de investimentos na educação”.	Educação	Exagerado	Pré-candidato. Checagem não entrou na seleção para análise.
Educação em Pelotas e asfalto no interior: os dados de Eduardo Leite (PSDB)	“O estado do RS tem muitas rodovias e pelo menos 50 municípios sem acesso asfáltico”.	Infraestrutura	Verdadeiro	Pré-candidato. Checagem não entrou na seleção para análise.

Eduardo Leite (PSDB) cita dado desatualizado sobre gasto com inativos no RS	“O Rio Grande do Sul é o único estado do Brasil que gasta mais com aposentados do que com ativos”.	Economia	Sem contexto	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.
#PainelARI: checamos dados de Eduardo Leite (PSDB) sobre finanças e segurança	“Se comparar [Pelotas] com as outras quatro cidades que têm segundo turno no RS, [...] nenhum [prefeito] conseguiu eleger o seu sucessor”.	Política	Verdadeiro	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
#PainelARI: checamos dados de Eduardo Leite (PSDB) sobre finanças e segurança	“Segundo dados da STN de 2017, 78% da despesa do orçamento do estado é com pessoal e encargos sociais”.	Economia	Verdadeiro	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.
#PainelARI: checamos dados de Eduardo Leite (PSDB) sobre finanças e segurança	“O delegado Ranolfo, quando foi chefe da Polícia Civil no estado, estruturando a Delegacia de Homicídios, ampliou de cerca de 20% de elucidação dos crimes de homicídio para 70% o número de elucidação de crimes”.	Segurança Pública	Discutível	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.
Eduardo Leite (PSDB) confunde indicadores ao falar de educação em Canoas	“No Ideb de 2013 para 2015, a proporção de crianças que aprende o adequado em matemática no 5º ano na sua cidade	Educação	Sem contexto	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.

	[Canoas] aumentou apenas um ponto percentual”.			
Filtro no JC: checamos três dados citados por Eduardo Leite (PSDB)	“Na questão da despesa, 80% da nossa receita é consumida por folha de pagamento e encargos sociais”.	Economia	Verdadeiro	Apesar de ser um dos tópicos selecionados, a checagem não entrou na seleção de análise por já ter outra amostra, com a mesma etiqueta, dentro do mesmo assunto.
Filtro no JC: checamos três dados citados por Eduardo Leite (PSDB)	“O porto do Rio Grande, por dificuldades na operação da dragagem do canal, vê navios deixando de carregar a produção porque não conseguem atracar”.	Infraestrutura	Verdadeiro	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
Filtro no JC: checamos três dados citados por Eduardo Leite (PSDB)	“Na educação básica, [...] são quase 80% [das vagas em escolas] públicas e 20% privadas”.	Educação	Verdadeiro	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
#leitegate: Eduardo Leite criou taxa do lixo no último dia de governo em Pelotas	“[Eduardo Leite] no último ano [de governo em Pelotas] criou a taxa do lixo”.	Infraestrutura	Verdadeiro	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
#leitegate: Eduardo Leite rompeu contrato com Banrisul para	“Para não perder R\$ 110 milhões em investimentos que	Economia	Verdadeiro	Apesar de ser um dos tópicos selecionados, a

obter verbas do PAC	captamos com recursos do FGTS, tive que renegociar com o Banco do Estado do Rio Grande do Sul”.			checagem não entrou na seleção de análise por já ter outra amostra, com a mesma etiqueta, dentro do mesmo assunto.
Exames de câncer em Pelotas eram feitos por amostragem? Investigações seguem	“Afirmar que os exames eram feitos por amostragem é faltar com a verdade”.	Saúde	Impossível provar	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.

### Quadro 3 – Relação de checagens de José Ivo Sartori no primeiro turno

<b>Título</b>	<b>Declaração</b>	<b>Tópico</b>	<b>Etiqueta</b>	<b>Observações</b>
Compra de viaturas: verificamos dados de José Ivo Sartori (MDB) sobre investimento em segurança	“Desde o início do nosso governo, investimos 36 milhões de reais para a compra de veículos visando a segurança. No final do ano passado, entregamos 118 viaturas novas. Elas foram enviadas às cidades com os maiores índices de criminalidade, portanto, região metropolitana, a serra e o litoral norte gaúcho”.	Segurança pública	Verdadeiro	Pré-candidato. Checagem não entrou na seleção para análise.
Fepam confirma prazo para licença ambiental informado por Sartori (MDB) em debate	“Só nas licenças ambientais online, reduzimos de 900 dias para menos de 90 dias, de até 60 dias e, às vezes, até 40 dias”.	Meio ambiente	Verdadeiro	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
#PainelARI: Sartori (MDB) acerta sobre gastos com pessoal,	“Hoje na folha de pagamento se sabe que superou 50% de	Economia	Verdadeiro	Apesar de ser um dos tópicos selecionados, a



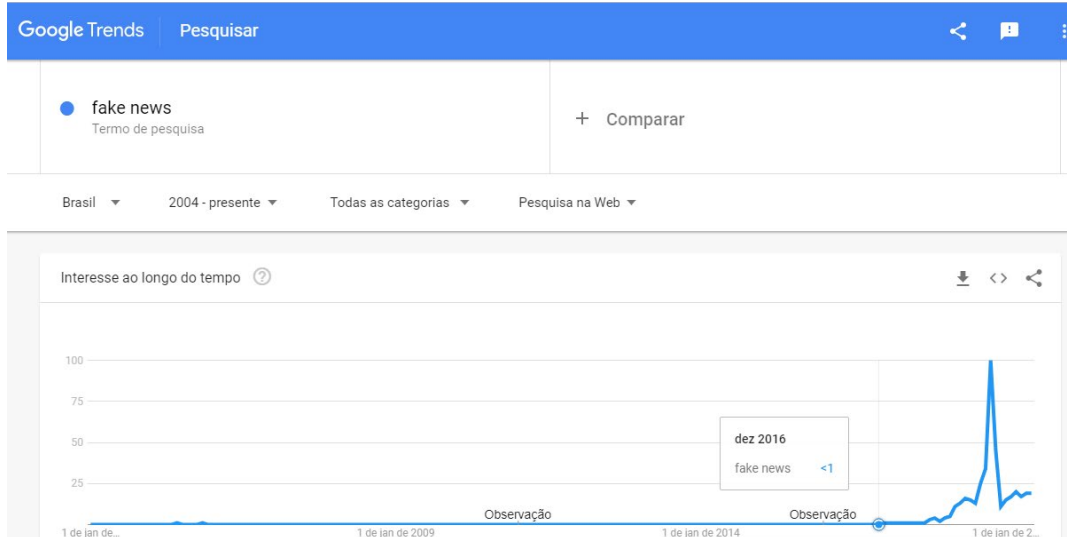
mas erra quanto à convocação de servidores para a segurança	inativos”			checagem não entrou na seleção de análise por já ter outra amostra, com a mesma etiqueta, dentro do mesmo assunto.
#PainelARI: Sartori (MDB) acerta sobre gastos com pessoal, mas erra quanto à convocação de servidores para a segurança	“Nós chamamos todos os concursados da segurança pública em três anos de governo”.	Segurança Pública	Falso	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.
#PainelARI: Sartori (MDB) acerta sobre gastos com pessoal, mas erra quanto à convocação de servidores para a segurança	“[Chamamos] em torno de 700 reservistas do Exército que vão cumprir papel administrativo para ajudar no sistema integrado com os municípios no videomonitoramento”.	Segurança Pública	Verdadeiro	Apesar de ser um dos tópicos selecionados, a checagem não entrou na seleção de análise por já ter outra amostra, com a mesma etiqueta, dentro do mesmo assunto.
Filtro no JC: checamos três dados citados por Sartori (MDB)	“Entramos com algumas ações judiciais, que nos permitiram baixar os juros da dívida, além de reduzir em R\$ 22 bilhões o estoque da dívida lá em 2028”	Economia	Verdadeiro	Checagem entrou na seleção para análise por conta do tópico.
A criminalidade caiu no RS, como diz	“Todos estão percebendo que a	Segurança	Discutível	Checagem entrou na

Sartori (MDB)? É discutível	redução da criminalidade no RS aconteceu”.	Pública		seleção para análise por conta do tópico.
Sartori (MDB) está certo: ensino profissionalizante reduziu reincidência de jovens infratores	“De 100 (egressos da Fase) que estavam sob abrigo da Justiça, 92 não retornavam ao crime porque tinham um trabalho”.	Segurança Pública	Verdadeiro	Apesar de ser um dos tópicos selecionados, a checagem não entrou na seleção de análise por já ter outra amostra, com a mesma etiqueta, dentro do mesmo assunto.
Sartori se enganou: mortalidade infantil no RS não é a menor do Brasil	“Nesse sentido, uma grande conquista merece registro: o RS atingiu a menor taxa de mortalidade infantil do Brasil, com 9,97 óbitos para cada 1.000 nascimentos”.	Saúde	Falso	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.
Sartori omite contexto ao falar sobre redução de déficit nas contas do RS	“Já diminuimos o déficit de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões”.	Economia	Sem contexto	Checagem não entrou na seleção para análise pelo tópico não estar dentre os selecionados.

## ANEXOS

**ANEXO A** – Tela capturada sobre pesquisa de interesse e busca dos internautas brasileiros na ferramenta *Google Trends* até dezembro de 2016.

### 2004 até o período presente



### Dados dos últimos cinco anos.



## REFERÊNCIAS

ABRAJI, Diretoria; CRUZ, Felipe Santa; BOTTINI, Pierpaolo Cruz. **Abraji e OAB repudiam ataque público de Bolsonaro à imprensa**. 2018. Disponível em: <<https://abraji.org.br/abraji-e-oab-repudiam-ataque-publico-de-bolsonaro-a-imprensa>>. Acesso em: 07 maio 2019.

APÊNDICE A - Entrevista sobre o Filtro *Fact-Checking* com Taís Seibt. 23 de maio de 2019.

BAROMETER, Edelman Trust. **Edelman Trust Barometer 2019: Brasil**. 2019.

Disponível em: <[https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-04/2019\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Brasil\\_Report.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2019-04/2019_Edelman_Trust_Barometer_Brasil_Report.pdf)>. Acesso em: 06 maio 2019.

BARRAGÁN, Almueda. **Cinco 'fake news' que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro**: Na reta final da campanha presidencial, boatos sobre os adversários do ultradireitista aumentaram nas redes sociais. El País. Cidade do México, 19 out. 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547\\_146583.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html)>. Acesso em: 16 abr. 2019.

BELLONI, Luiza. **O que foi o 'kit gay', material escolar sobre homossexualidade criticado por Bolsonaro e Inês Brasil**: Lançado em 2011, o material foi questionado pela bancada evangélica e não chegou a ser usado nas esc. Huffpost: Brasil. São Paulo, 29 ago. 2017. Disponível em: <<https://www.huffpostbrasil.com/2017/08/29/o-que-foi-o-kit-gay-material-escolar-sobre-homossexualidad>>. Acesso em: 16 abr. 2018.

BOFF, Tiago. Polícia Federal indícia eleitora de Porto Alegre por compartilhar fake news: Polícia Federal indícia eleitora de Porto Alegre por compartilhar fake news. **Gaúchazh**. Porto Alegre. 19 out. 2018. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/10/policia-federal-indicia-eleitora-de-porto-alegre-por-compartilhar-fake-news-cjngd99pj06l901rxr0bkdkb7.html>>. Acesso em: 15 maio 2019.

BRASIL, Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**: Art. 220. Brasília: Senado Federal. Disponível em: <[https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988\\_05.10.1988/art\\_220\\_.asp](https://www.senado.leg.br/atividade/const/con1988/con1988_05.10.1988/art_220_.asp)>. Acesso em: 06 maio 2019.

BUBLITZ, Julia. Governo Sartori: parcelamento de salários chega a 28 meses: Dificuldades para pagar em dia a folha dos servidores do Poder Executivo, os mais afetados pela crise nas finanças, começaram no primeiro ano de gestão, em 2015. **Gaúchazh**. Porto Alegre. 09 abr. 2018. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/noticia/2018/04/governo-sartori-parcelamento-de-salarios-chega-a-28-meses-cjfsf4kwh08lc01phic5f968f.html>>. Acesso em: 15 maio 2019.

CHAPOLA, Ricardo. Por que os gaúchos nunca reelegeram um governador: Já são quatro eleições sem que o mandatário se mantenha no cargo. Em 2018, José Ivo Sartori tenta romper as sucessivas mudanças. **Nexo**. São Paulo. 24 ago. 2018. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2018/08/24/Por-que-os-ga%C3%BAchos-nunca-reelegeram-um-governador>>. Acesso em: 15 maio 2019.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. O jornalismo e o mercado: da concorrência a hiperconcorrência. In: CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean de. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis/Brasília: Insular, 2013. Cap. 8. p. 337-385.

CORPORATIVA, Advice Comunicação; BONUSQUEST. **Pesquisa Consumo de Notícias do Brasileiro: Fake News, Trump, Brexit e Eleições no Brasil**. 2016. Disponível em: <[http://docs.wixstatic.com/ugd/f1237e\\_186ec6b3a54248cfa7a2e9b5f7111383.pdf](http://docs.wixstatic.com/ugd/f1237e_186ec6b3a54248cfa7a2e9b5f7111383.pdf)>. Acesso em: 06 maio 2019.

COSTA, Caio Túlio. **Ética, jornalismo e nova mídia: uma moral provisória**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009. 287 p.

DEL BIANCO, Nelia R. A Internet como fator de mudança no jornalismo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo**, v. 27, n. 1, p. 133-148, 2004. DEMOCRACIA, Memorial da. **Notícia censurada dá lugar a Camões: 'Estadão' denuncia a censura prévia publicando versos de 'Os Lusíadas'**. Disponível em:

<<http://memorialdademocracia.com.br/card/noticia-censurada-da-lugar-acamoes?fbclid=IwAR0ETTLxvErULzM>>. Acesso em: 06 maio 2019.

DO SUL, Constituição do Rio Grande (1989). **Constituição do Estado do Rio Grande do Sul**: Porto Alegre: Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul. Disponível em:

<

<http://www2.al.rs.gov.br/dal/LinkClick.aspx?fileticket=liPguzuGBtw%3D&tabid=3683&mid=5358>>. Acesso em: 15 maio 2019.

DRAFT, First. **Is that actually true? Combining fact-checking and verification for #GE17**. 2017. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/is-that-actually-true-combining-fact-checking-and-verification-for-ge17-a581ec94a2b4>>. Acesso em: 11 maio 2019.

D'URSO\*, Luiz Augusto Filizzola. O impacto das Fake News nas Eleições 2018. **Estado de S. Paulo**. São Paulo. 16 mar. 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/o-impacto-das-fake-news-nas-eleicoes-2018/>>. Acesso em: 15 maio 2019.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap. 4. p. 62-83.

DUARTE, Elisabeth Bastos. Considerações sobre a produção midiática. In: DUARTE, Elisabeth Bastos et al. **Mídia e processos de significação**. São Leopoldo: Unisinos, 2000. p. 23-46.

DUNKER, Christian; TEZZA, Cristóvão; FUKS, Julián; TIBURI, Márcia; SAFATLE, Vladimir. **Ética e pós-verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017. 136 p.

ESTEVEES, João Pissarra. **A ética da comunicação e os media modernos**: legitimidade e poder nas sociedades complexas. Lisboa: Fcg, 2003. 497 p.

ELEITORAL, Justiça. **Propaganda Eleitoral na Internet**. 2018. Disponível em: <<http://www.justicaeleitoral.jus.br/arquivos/propaganda-eleitoral-na-internet>>. Acesso em: 19 maio 2019.

EPISÓDIO 3: Cartas na Mesa - Desinformação, com Caio Túlio Costa e Ricardo Gandour. Produção de Observatório da Imprensa e ESPM/SP. São Paulo: ESPM, 2018. (30 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iCxFRmgjwak>>. Acesso em: 10 maio 2019.

EPISÓDIO 6: Cartas na Mesa - Jornalismo e Ética, com Eugênio Bucci e Carlos Eduardo Lins da Silva. Produção de Observatório da Imprensa e ESPM/SP. São Paulo: ESPM, 2018. (32 min.), son., color. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QenAGRFp248&list=PLBCYecNdzyDEtAWuq7JlP6be1E784wWQe&index=2>>. Acesso em: 15 maio 2019.

ESTRANHO, Redação Mundo. Como surgiu a expressão “imprensa marrom”? **Superinteressante**, São Paulo, 18 abr. 2011. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-surgiu-a-expressao-imprensa-marrom/>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

FÁBIO, André Cabette. **O que é ‘pós-verdade’, a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford**: Substantivo diz respeito a circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos importância do que crenças pessoais. Nexo. São Paulo. 16 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

FACT-CHECKING, Filtro. **Apoie o Filtro, pois a verdade importa!** 2018. Disponível em: <<https://www.catarse.me/filtro2018>>. Acesso em: 07 jun. 2019.

FACT-CHECKING, Filtro. Filtro no JC: checamos três dados citados por Sartori (MDB). **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 10 set. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/filtro-no-jc-checamos-tres-dados-citados-por-sartori-mdb/>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

FACT-CHECKING, Filtro. O Filtro do 1º turno. 2018. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/1trYjHSEgj7ZB4YNz0N\\_OJFDBjsCG5viR/view/](https://drive.google.com/file/d/1trYjHSEgj7ZB4YNz0N_OJFDBjsCG5viR/view/)>. Acesso em: 28 de maio de 2019.

FATOS, Aos. **O que é checagem de fatos — ou fact-checking?** 2015. Disponível em: <<https://aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>>. Acesso em: 09 maio 2019.

FERREIRA, A.B.H. *Novo Aurélio*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1999.

FIGUEIREDO, Patrícia. **Bolsonaro mente ao dizer que Haddad criou 'kit gay**: Jair Bolsonaro (PSL) acusa adversário de ter sido responsável pela idealização de material escolar contra homofobia, mas iniciativa surgiu do Legislativo. *El País*. São Paulo, p. 13 out. 2018. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/29/politica/1535564207\\_054097.html?rel=mas](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/08/29/politica/1535564207_054097.html?rel=mas)>. Acesso em: 16 abr. 2018.

FONSECA JÚNIOR, Wilson Corrêa da. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap. 18. p. 280-304.

**GAÚCHAZH: Fake news podem impactar nas eleições brasileiras? Especialistas respondem.** Porto Alegre, 01 ago. 2018. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/politica/eleicoes/noticia/2018/08/fake-news-podem-impactar-nas-eleicoes-brasileiras-especialistas-respondem-cjkbehqaq032m01p63fs3k04z.html/>>.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: jornalismo e cidadania**: estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: Edipucrs, 2005. 180 p.

GUARESCHI, Pedrinho (Org.). **Uma nova comunicação é possível**: mídia, ética e política. Porto Alegre: Envagraf, 2002. 138 p.

GUARESCHI, Pedrinho A.. A comunicação num modo de produção capitalista:: implicações e limites. In: GUARESCHI, Pedrinho A.. **O direito humano à comunicação**: Pela democratização da mídia. Petrópolis, Rj: Vozes, 2013. p. 57-74.



HANCOCK, Jaime Rubio. Dicionário Oxford dedica sua palavra do ano, 'pós-verdade', a Trump e Brexit: No debate político, o importante não é a verdade, mas ganhar a discussão. **El País**. Barcelona. 17 nov. 2016. Disponível em: <[https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638\\_931299.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/16/internacional/1479308638_931299.html)>. Acesso em: 20 abr. 2019.

HOFMEISTER, Naira. Exames de câncer em Pelotas eram feitos por amostragem? Investigações seguem. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 05 out. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/exames-de-cancer-em-pelotas-eram-feitos-por-amostragem-investigacoes-seguem/>>. Acesso em: 16 jun. 2019.

HOFMEISTER, Naira. José Ivo Sartori exagera déficit histórico do RS: Em busca da reeleição, governador diz que o Estado gasta mais do que arrecada há décadas, em 46 anos, o triênio entre 2007 e 2009 registrou superávit orçamentário. **Truco nos Estados**. Porto Alegre. 14 ago. 2018. Disponível em: <<https://truco2018.apublica.org/2018/08/jose-ivo-sartori-exagera-deficit-historico-do-rs/>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

JORNAIS são barrados na primeira coletiva de imprensa de Jair Bolsonaro eleito: Por mensagens pelo Whatsapp, assessor respondeu aos jornalistas dos veículos barrados que eles não poderiam entrar 'por questões de espaço'. **O Estado de S. Paulo**. São Paulo, 01 nov. 2018. Disponível em: <<https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,jornais-sao-barrados-na-primeira-coletiva-de-imprensa-de-jair-bolsonaro-eleito,70002579678>>. Acesso em: 07 maio 2019.

LAB, Duke Reporters'. **Fact-checking**. Agências de checagens ativas pelo mundo. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking/>>. Acesso em: 09 maio 2019.  
LIMA, Maik Rene et al. **Nada mais que a verdade**: A extraordinária história do jornal Notícias Populares. São Paulo: Summus, 2011.

LAGE, Nilson. A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2001. 1889 p.

LEMES, Carolina. A prática diária da inteligência e o exercício cotidiano do caráter. **Gazeta da Cidade**. Extrema. 09 out. 2016. Disponível em:

<<https://www.gazetadacidade.com/colunistas/a-pratica-diaria-da-inteligencia-e-o-exercicio-cotidiano-do-carater/>>. Acesso em: 23 jun. 2019.

PENTEADO, Claudio Luis de Camargo; LERNER, Celina. A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff. Em *Debate: Periódico de Opinião Pública e Conjuntura Política*, Belo Horizonte, v. 10, n. 1, p. 12-24, abr. 2018.

MAIA, Rousiley Celi Moreira. **Internet e esfera civil**: Limites e alcances da participação política. In: MAIA, Rousiley Celi Moreira; GOMES, Wilson; MARQUES, Francisco Paulo Jamil Almeida. *Internet e participação política no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2011. Cap. 2. p. 47-91.

MARCONDES FILHO, Ciro. **O capital da notícia**: jornalismo como produção social da segunda natureza. São Paulo: Ática, 1989.

MATOS, Heloiza. **Mídia, eleições e democracia**. São Paulo: Scritta, 1994. 228 p.  
MERELES, Carla. **Checagem de fatos**: Um novo nicho no jornalismo. 2017. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/checagem-de-fatos/>>. Acesso em: 09 maio 2019.

MERRIAM-WEBSTER. **The Real Story of 'Fake News'**: The term seems to have emerged around the end of the 19th century. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/words-at-play/the-real-story-of-fake-news>>. Acesso em: 25 mar. 2019.

MORAES, Bruno. A criminalidade caiu no RS, como diz Sartori (MDB)? É discutível. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 06 set. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/a-criminalidade-caiu-no-rs-como-diz-sartori-mdb-e-discutivel/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MORAES, Bruno. Eduardo Leite (PSDB) cita dado desatualizado sobre gasto com inativos no RS. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 14 ago. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/eduardo-leite-psdb-cita-dado-desatualizado-sobre-gasto-com-inativos-no-rs/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MORAES, Bruno. Sartori (MDB) está certo: ensino profissionalizante reduziu reincidência de jovens infratores. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 10 set. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/sartori-mdb-esta-certo-ensino-profissionalizante-reduziu-reincidencia-de-jovens-infratores/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MORAES, Bruno. Sartori se enganou: mortalidade infantil no RS não é a menor do Brasil. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 03 out. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/sartori-se-enganou-mortalidade-infantil-no-rs-nao-e-a-menor-do-brasil/>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitemo Editorial, 2013.

MORAES, Bruno; SEIBT, Taís. #PainelARI: checamos dados de Eduardo Leite (PSDB) sobre finanças e segurança. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 17 ago. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/painelari-checamos-dados-de-eduardo-leite-psdb-sobre-financas-e-seguranca/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real"**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002. 191 p.

NETWORK, International Fact-checking. **Commit to transparency — sign up for the International Fact-Checking Network's code of principles**: The code of principles of the International Fact-Checking Network at Poynter is a series of commitments organizations abide by to promote excellence in fact-checking. We believe nonpartisan and transparent fact-checking can be a powerful instrument of accountability journalism.. 2017. Disponível em: <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>>. Acesso em: 15 maio 2019.

OLIVEIRA, Filipe. **Facebook chega a 127 milhões de usuários mensais no Brasil**: No país, rede social tem mais usuários ativos do que WhatsApp. Folha de S. Paulo. São Paulo. 18 jul. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/tec/2018/07/facebook-chega-a-127-milhoes-de-usuarios-mensais-no-brasil.shtml>>. Acesso em: 16 abr. 2018

ORTELLADO, Pablo; GALLEGO, Esther Solano; RIBEIRO, Márcio Moretto. Uma sociedade polarizada. In: **Por que gritamos golpe?** : para entender o impeachment e a crise política no Brasil[S.l: s.n.], 2016.

PALACIOS, Marcos; MIELNICZUK, Luciana; BARBOSA, Suzana; RIBAS, Beatriz e NARITA, Sandra. Um Mapeamento de Características e Tendências no Jornalismo Online Brasileiro e Português, in: Comunicarte, Revista de Comunicação e Arte, vol 1, n.2, Universidade de Aveiro, set. 2002.

PINHEIRO-MACHADO, Rosana; SCALCO, Lucia Mury. A direita na rede: mobilização online no impeachment de Dilma Rousseff. **Revista IHU**: Online, Porto Alegre, 04 out. 2018. Disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/78-noticias/583354-da-esperanca-ao-odio-juventude-politica-e-pobreza-do-lulismo-ao-bolsonarismo>>. Acesso em: 25 abr. 2019.

PROGRAMA Ponto a Ponto: Leandro Karnal. 2017. (31 min.), son., color. Disponível em: <<https://videos.band.uol.com.br/16372383/programa-ponto-a-ponto-leandro-karnal.html>>. Acesso em: 27 abr. 2019.

QUEIROZ, Marcos. Um tabu da política brasileira – o estado que nunca reelegeu governador. **Congresso em Foco**. Brasília. 07 ago. 2018. Disponível em: <Um tabu da política brasileira – o estado que nunca reelegeu governador>. Acesso em: 15 maio 2019.

RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013. p. 145-182.

RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: Um poder a serviço de interesses privados?\*. In: MORAES, Dênis de; RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**: Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo Editorial, 2013. p. 53-70.

REDAÇÃO, Beta. Sartori omite contexto ao falar sobre redução de déficit nas contas do RS: Candidato à reeleição pelo MDB afirma, em propaganda na TV, que seu governo reduziu o rombo nas contas públicas de R\$ 25 bilhões para R\$ 8 bilhões.

Faltou dizer que o valor era uma projeção do déficit ao final de seu mandato. **Truco nos Estados**. Porto Alegre. 05 out. 2018. Disponível em: <<https://truco2018.apublica.org/2018/10/sartori-omite-contexto-ao-falar-sobre-reducao-de-deficit-nas-contas-do-rs/>>. Acesso em: 11 jun. 2019.

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. Hiperjornalismo: Uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 3, n. 25 dez. 2018. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/30572>>. Acesso em: 11 maio 2019.

RS, G1; TV, Rbs. Dívida pública do RS chega a R\$ 67 bilhões em 2017 e bate novo recorde: Volume representa um crescimento de 2,1% em relação ao registrado em 2016. Dados foram apresentados nesta quinta-feira (28).. **G1**. Porto Alegre. 28 jun. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/divida-publica-do-rs-chega-a-r-67-bilhoes-em-2017-e-bate-novo-recorde.ghtml>>. Acesso em: 15 maio 2019.

SEIBT, Taís. Bandeira LGBT não substituiu a do Brasil em escola de Pelotas. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 19 out. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/bandeira-lgbt-nao-substituiu-a-do-brasil-em-escola-de-pelotas/>>. Acesso em: 17 jun. 2019.

SEIBT, Taís. #PainelARI: Sartori (MDB) acerta sobre gastos com pessoal, mas erra quanto à convocação de servidores para a segurança. **Filtro Fact-checking**. Porto Alegre. 31 ago. 2018. Disponível em: <<https://pensamento.org/painelari-sartori-mdb-acerta-sobre-gastos-com-pessoal-mas-erra-quanto-a-convocacao-de-servidores-para-a-seguranca/>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

SERRANO, Pascual. Outro jornalismo possível na internet\*. In: MORAES, Dênis de;

SERVA, Leão. A forma que desinforma. In: SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação**. São Paulo: Senac São Paulo, 2005. p. 123-130.

SILVA, Juremir Machado da. Clip-Jornalismo e circularidade. In: SILVA, Juremir Machado da. **A miséria do jornalismo brasileiro: As (in)certezas da mídia**. Petrópolis, Rj: Vozes, 2000. p. 41-43.

SILVA, Nayane Maria Rodrigues da. Fake News: a revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital. **Temática**, João Pessoa, v. 13, n. 8, p.1-15, 2017.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Porto Alegre: Edipucrs, 2011.

STUMPF, Ida Regina C.. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap. 3. p. 51-61.

TERTO, Amauri. **'Aparelho Sexual e Cia'**: Livro criticado por Bolsonaro será relançado no Brasil: Com mais de 1,5 milhão de exemplares vendidos no mundo, 'Aparelho Sexual e Cia' retorna às livrarias pela editora Companhia das Letras. Huffpost: Brasil. São Paulo, 03 set. 2018. Disponível em: <[https://www.huffpostbrasil.com/2018/09/03/aparelho-sexual-e-cia-livro-criticado-por-bolsonaro-sera-relancado-no-brasil\\_a\\_23515577/](https://www.huffpostbrasil.com/2018/09/03/aparelho-sexual-e-cia-livro-criticado-por-bolsonaro-sera-relancado-no-brasil_a_23515577/)>. Acesso em: 16 abr. 2019.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006. Cap. 6. p. 98-109.

VAN PROOIJEN, Jan-willem; KROUWEL, André P. M.; POLLET, Thomas V.. Political Extremism Predicts Belief in Conspiracy Theories. **Social Psychological And Personality Science**, [s.l.], v. 6, n. 5, p.570-578, 12 jan. 2015. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/1948550614567356>.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006. 233 p.

WOLTON, Dominique. Informação e conhecimento: a convivência indispensável. In: WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Meridional/sulina, 2010. p. 71-86.