



ESCOLA SUPERIOR
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**O que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no
basilar processo de confirmação dos factos?**

Estudo de caso do Polígrafo, Observador e *Público*

Raquel Barros Almeida

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de
mestre em Jornalismo

Orientadora:

Professora Doutora Fátima Lopes Cardoso

Escola Superior de Comunicação Social

Outubro de 2023

DECLARAÇÃO

Declaro que este trabalho é da minha autoria, sendo uma das condições exigida para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo. É um trabalho original, que nunca foi submetido, no seu todo ou em parte, a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Certifico ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Tenho consciência que o plágio poderá levar à anulação do trabalho aqui apresentado.

Lisboa, 20 de Outubro de 2023

A candidata,

Raquel Almeida

AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, Professora Doutora Fátima Lopes Cardoso, por ter acompanhado e revisto esta dissertação nas diferentes fases de desenvolvimento.

Aos meus pais, por todo o amor. À minha irmã, por ser a melhor ouvinte do mundo, e à minha avozinha, por ter sempre uma palavra de apoio.

À minha amiga Adriana, pelo companheirismo, paciência, e por me fazer sentir que não estou sozinha. À Maria Inês, Filipa e Rita pela amizade constante.

Em especial, ao meu namorado e melhor amigo, que após tantos anos continua com paciência para me ouvir.

RESUMO

Sem ser um problema recente, com a tecnologia e as redes sociais a desinformação atingiu uma dimensão e rapidez quase incontrolável. Muitos dos leitores, por falta de literacia mediática e sem conseguirem distinguir factos de opiniões que se propagam por *sites*, *blogues* ou redes sociais, perderam a noção do valor do jornalismo, a profissão que tem, na sua natureza, a verdade, e que é exercida por profissionais credenciados que seguem um Código Deontológico rigoroso e cujos editores assumem a função de filtros da informação idónea e correta, os *gatekeepers* (White, 1950). Num contexto em que qualquer um pode produzir conteúdo e difundir informação sem respeitar normas éticas, a preocupação com a verdade e o rigor foi substituída pelo conceito de “pós-verdade” (Tesich, 1992).

Com o objetivo de perceber de que modo é que o trabalho do *fact-checker* é diferente dos procedimentos adotados no jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos, esta dissertação procura, através de uma análise de conteúdo e de entrevistas, perceber a rotina, o propósito e as limitações do *fact-checking*, a partir dos *fact-checks* realizados pelo Observador, o Polígrafo e o *Público*, em 2022. Foram estabelecidas quatro hipóteses de investigação. A primeira hipótese é a de que o *fact-checking* tornou-se uma especialidade ou área do jornalismo e a segunda a de que as escalas de classificação de verdade dos três meios analisados são comparáveis. A terceira e quarta hipótese são as de que os meios tendem a analisar as mesmas declarações e, se sim, a atribuir as mesmas classificações.

PALAVRAS-CHAVE

Desinformação; Verificação de factos; Observador; Polígrafo; *Público*.

ABSTRACT

Without being a recent problem, with technology and social networks, disinformation has reached an almost uncontrollable scale and speed. Many readers, due to lack of media literacy and unable to distinguish facts from opinions that are spread through websites, blogs or social networks, have lost sight of the value of journalism, the profession that has, in its nature, the truth, and which is carried out by accredited professionals who follow a strict code of ethics and whose editors are the filters of correct information, the gatekeepers (White, 1950). In a context where anyone can produce content and disseminate information without respecting ethical norms, the concern with truth and rigor were replaced by the concept of post-truth. (Tesich, 1992).

To understand how the fact-checker's work is different from the traditional journalism in the basic process of confirming facts, this dissertation seeks to understand the fact-checking's routine, purpose and limitations, based on fact-checks carried out by Observador, *Polígrafo* and Público in 2022, using content analysis and interviews. Four research hypotheses were established. The first hypothesis is that fact-checking became an area or specialty of journalism and the second is that the three truth rating scales are comparable. The third and fourth hypothesis are that the media tend to analyze the same statements and, if so, to assign the same classifications.

KEYWORDS

Disinformation; *Fact-Checking*; Observador; Polígrafo; *Público*.

ÍNDICE

| | |
|---|-----|
| Declaração anti-plágio | II |
| Agradecimentos | III |
| Resumo | IV |
| Abstract | V |
| Introdução | 9 |
| Capítulo 1: Pós-verdade, <i>fake news</i> e <i>fact-checking</i> | 13 |
| 1.1. A era da pós-verdade | 13 |
| 1.2. O problema das <i>fake news</i> | 17 |
| 1.3. O movimento de <i>fact-checking</i> | 21 |
| 1.3.1. O surgimento e crescimento do <i>fact-checking</i> | 23 |
| 1.3.2. O que fazem os <i>fact-checkers</i> ? | 24 |
| Capítulo 2: As limitações do <i>fact-checking</i> | 27 |
| 2.1. A eficácia limitada do <i>fact-checking</i> | 27 |
| 2.1.1. Rapidez e alcance da informação falsa | 27 |
| 2.1.2. A influência do <i>fact-checking</i> na ação política | 29 |
| 2.1.3. A influência da educação, idade e ideologia no sucesso de um <i>fact-check</i> | 30 |
| 2.2. O impacto das tecnologias na eficácia do <i>fact-checking</i> | 31 |
| 2.2.1. As “bolhas” de convicções das redes sociais | 31 |
| 2.2.2. Os desafios da inteligência artificial | 34 |
| 2.2.3. O motor das redes sociais | 36 |
| 2.3. A psicologia por trás da relação com a informação | 38 |
| 2.3.1. A dificuldade em abandonar convicções falsas | 38 |
| 2.3.2. Um “tiro pela culatra”. O impacto da repetição no fortalecimento de equívocos | 41 |
| Capítulo 3: Problema de investigação e metodologia | 43 |
| 3.1. Questão de partida e objetivos | 43 |
| 3.2. <i>Corpus</i> de análise | 43 |
| 3.3. Metodologia | 45 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3.1. Análise de conteúdo | 45 |
| 3.3.2. A importância das entrevistas | 47 |
| Capítulo 4: Discussão de resultados | 49 |
| 4.1. Análise geral dos dados | 49 |
| 4.2. O <i>fact-checking</i> tornou-se uma especialidade ou área do jornalismo? | 53 |
| 4.3. As escalas de classificação de verdade são comparáveis? | 59 |
| 4.4. Os <i>fact-checkers</i> tendem a analisar as mesmas declarações? | 64 |
| 4.5. Os <i>fact-checkers</i> tendem a atribuir as mesmas classificações de verdade?..... | 65 |
| Conclusão | 70 |
| Bibliografia | 77 |
| Anexos | 86 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Grelha de análise de conteúdo | 46 |
| Figura 2 – Quantidade de <i>fact-checks</i> produzidos pelo Polígrafo, <i>Fact Check</i> e Prova dos Factos | 49 |
| Figura 3 – Temas dominantes no Polígrafo | 50 |
| Figura 4 – Temas dominantes no <i>Fact Check</i> | 50 |
| Figura 5 – Temas dominantes na Prova dos Factos | 50 |
| Figura 6 – Fontes de declarações do Polígrafo | 51 |
| Figura 7 – Fontes de declarações do <i>Fact Check</i> | 51 |
| Figura 8 – Fontes de declarações da Prova dos Factos | 51 |
| Figura 9 – Redes sociais verificadas pelo Polígrafo | 52 |
| Figura 10 – Redes sociais verificadas pelo <i>Fact Check</i> | 52 |
| Figura 11 – Redes sociais verificadas pela Prova dos Factos | 52 |
| Figura 12 – Escalas de classificação de verdade do Polígrafo, <i>Fact Check</i> e Prova dos Factos | 61 |
| Figura 13 – Classificações dos <i>fact-checks</i> do Polígrafo | 62 |
| Figura 14 – Classificações dos <i>fact-checks</i> da Prova dos Factos | 62 |
| Figura 15 – Classificações dos <i>fact-checks</i> do <i>Fact Check</i> | 63 |
| Figura 16 – Declarações verificadas pelo Polígrafo, <i>Fact Check</i> e Prova dos Factos com classificações iguais | 65 |
| Figura 17 – Declarações verificadas pelo Polígrafo, <i>Fact Check</i> e Prova dos Factos com classificações diferentes | 66 |

INTRODUÇÃO

O filme “Shattered Glass-Verdade ou Mentira” (2003) é a adaptação ao cinema da história verdadeira de um jovem jornalista que fabricou histórias – inventando pessoas, sítios e fontes – em meados dos anos 1990, na prestigiada *New Republican Magazine*, publicação fundada em 1914 e que, ao longo de décadas, era leitura obrigatória de individualidades prestigiadas da política norte-americana, incluindo o gabinete presidencial. Ao longo da história, várias são as referências ao papel da verificação dos factos no jornalismo. Quando o editor da revista é confrontado com a informação de que, contrariamente ao que Stephen Glass descreve na sua peça, não havia minibares num quarto de hotel, a primeira reação é folhear o seu grande livro de contactos e começar a fazer chamadas para verificar os factos.

E quando um repórter da *Forbes* online – uma das pioneiras no jornalismo digital – começa a analisar um dos artigos de Stephen Glass, a primeira reação é sublinhar os pontos-chave da história para depois os verificar. Ao realizar a sua própria pesquisa do tema, não encontra resultados do nome da companhia de *softwares*, das pessoas que são citadas e tão pouco dos sítios e dos eventos que são referidos na peça. Ao fazer várias chamadas para verificar a informação, o jornalista chega à conclusão de que a história foi construída com base em mentiras. Uma vez mais, os jornalistas e os editores aparecem como *fact-checkers*, que utilizam todos os meios ao seu dispor para verificar a informação.

Mais ainda, o filme mostra o longo processo a que um artigo deve ser submetido até ser publicado. Do editor-chefe para um segundo editor e, realizadas as devidas correções, para um *fact-checker*, cada referência, data, sítio e título do texto eram confirmados antes de passar para outro editor, que escrutinaria ainda mais o texto. Depois, chegava aos advogados, que procurariam dados não corroboráveis. O texto passaria então para as mãos do chefe, para a produção e só depois seria impresso, passando por todo o “processo da tortura” novamente.

Também Paulo Pena, no seu livro “Fábrica de Mentiras” lembra a sua experiência na revista *Visão*, em 1998. Quando terminava de pesquisar, entrevistar, planear e escrever, o seu texto passava para os editores da secção e depois para os editores seniores. Posteriormente, passava para os *copy desks* e revisores, que faziam contas, tratavam da semântica e sintaxe e corrigiam incongruências. O texto entrava então na fase mais

complexa, sendo lido pelo gabinete editorial, para serem corrigidos problemas jurídicos, serem realizadas as últimas perguntas e apontados os pontos fortes e fracos do trabalho, bem como sugestões para ângulos futuros. Se ainda não estivesse blindado a críticas, passaria para o diretor que apontaria para qualquer erro que o texto tivesse (2019, p. 157). Este processo longo era uma garantia para o leitor de que, se comprasse a revista, estaria a adquirir um produto de qualidade. “Uma parte significativa do tempo e dos meios da publicação eram usados para garantir que a informação era verificada e comprovadamente sólida” (*Idem, ibidem*).

O problema é que este processo interno de verificação de factos não sobreviveu. O número de jornalistas nas redações foi reduzido e entrou-se num círculo vicioso em que se despedem primeiro os editores e jornalistas seniores para poupar nos orçamentos, mas como não é possível realizar mais com menos, as publicações também perdem qualidade e caem nas vendas – ou, no meio digital, nos *cliques*.

É neste contexto que, apesar de a verificação de factos ser uma etapa fulcral do jornalismo desde sempre, tem crescido enquanto área independente, em Portugal e no mundo. Tal como os jornalistas, os *fact-checkers* estão sujeitos a um conjunto de princípios éticos e comprometidos com a prática de uma verificação disciplinada dos factos, movidos pela tarefa essencial de separar a verdade da mentira. Como é que o seu objetivo, trabalho e limitações são diferentes dos de um jornalista – ou, como resume o comediante Jon Stewart, quando é que o *fact-checking* e o jornalismo se separaram – são questões que procurarão ser respondidas nesta dissertação.

A eleição de Donald Trump para Presidente dos Estados Unidos da América, a divulgação de informação falsa sobre a Covid-19 em plataformas como o *whatsapp*, bem como várias campanhas de desinformação associadas ao *Brexit* ou a dificuldade em distinguir informação factual de sensacionalismo e propaganda, como se tem assistido com a guerra na Ucrânia, são alguns momentos cruciais da História que mostram que as *fake news* vão muito além de publicações falsas no *feed* das redes sociais. Pensar sobre as *fake news* e o *fact-checking* é pensar sobre a verdade, o papel de um jornalista que já não é *gatekeeper* e, acima de tudo, sobre a democracia.

A questão de partida que orientou esta investigação é “o que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos?” Este tema é relevante visto que, apesar de *fake news* e *fact-checking* não serem conceitos

novos, ganharam relevância na atualidade com as novas tecnologias e as redes sociais. Por ser uma especialidade em crescimento não só em Portugal, mas em todo o mundo, é importante refletir sobre a sua eficácia enquanto ferramenta frequentemente utilizada nas redações, mas que, por vezes, as ultrapassa, como acontece com o Polígrafo que se dedica exclusivamente ao que desde sempre é uma das tarefas do jornalista: verificar os factos.

A investigação estabelece como estudos de caso o Polígrafo e os projetos de *fact-checking* dos jornais Observador e *Público*, por liderarem o movimento em Portugal. No começo da investigação, os três projetos estavam certificados pelo *Poynter Institute for Media Studies*, mas à data da conclusão apenas o Polígrafo se mantém certificado, estando as renovações do Observador e do *Público* sob análise. O facto de o Polígrafo se dedicar exclusivamente ao *fact-checking*, enquanto o Observador e o *Público* o incluem organicamente nas redações, permite executar uma melhor comparação entre eles.

Apesar de a investigação se focar no Polígrafo, Observador e *Público*, é de destacar a rubrica “Verificado”, da revista *Visão*, que embora não seja certificada pelo *Poynter Institute*, compromete-se a seguir os seus princípios. O *Viral Check*, primeiro jornal português de *fact-checking* de saúde, é certificado pelo *Poynter* e só não foi incluído como estudo de caso por ser monotemático.

Foram recolhidos todos os *fact-checks* realizados nos últimos seis meses de 2022, com o objetivo de compreender quais são os temas e as fontes dominantes, assim como se existe uma discrepância na quantidade de *fact-checks* produzidos por cada um dos projetos. Foram comparadas as escalas de classificação de verdade e recolhidas todas as declarações analisadas por mais do que um dos meios, bem como as respetivas classificações, com o objetivo de compreender se há mais objetividade no trabalho do *fact-checker* do que no do jornalista. O *fact-checking* depende desta objetividade e neutralidade para se estabelecer como uma alternativa credível e confiável de informação.

No primeiro capítulo, são abordados os conceitos basilares desta investigação, nomeadamente o de verdade e pós-verdade, *fake news* e *fact-checking*. É partilhada uma reflexão sobre os riscos democráticos de uma sociedade em que a narrativa e o entretenimento são mais importantes do que informação de interesse público mapeada pela verdade. Defende-se que o conceito de *fake news* é vago e ambíguo, pelo que não deve ser usado por ser, muitas vezes, uma forma de políticos, organizações e figuras pouco idóneas desacreditarem o jornalismo profissional.

O segundo capítulo aborda as limitações do *fact-checking*. Quanto mais conhecemos sobre a psicologia humana, mais percebemos que a forma como nos relacionamos com o mundo e com a informação não é simples, neutra ou apertada. Somos mais propensos a aceitar informação que vai ao encontro das nossas crenças (Swire et al., 2017a, p. 2), ou a sentirmo-nos conectados com conteúdo que, independentemente de ser verdadeiro ou não, conquista as nossas emoções e nos causa identificação com o mundo como o vemos (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 7). O objetivo deste capítulo não é criticar o *fact-checking* ou demonstrar que é ineficaz, mas dar um passo atrás para compreender quais são os seus contributos e limitações.

O terceiro capítulo é dedicado ao problema de investigação e metodologia. Tendo como objetivo compreender o que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos, este capítulo aborda as hipóteses de investigação, o *corpus* de análise e o período de amostragem, bem como a metodologia utilizada. É desenvolvida uma análise geral dos dados recolhidos através das tabelas de análise, nomeadamente a quantidade de *fact-checks* realizada por cada um dos meios, os temas dominantes e as fontes das declarações.

O quarto capítulo apresenta os resultados, sendo discutidas as quatro questões basilares da investigação. A primeira, se o *fact-checking* se tornou uma especialidade ou área do jornalismo, paralela ou à margem dos próprios meios de comunicação, para repor a verdade e esclarecer informação que suscita dúvidas, o que implica perceber porque é que o *fact-checking* surgiu e se o seu crescimento exponencial está interligado com o declínio da confiança nas instituições jornalísticas tradicionais. A segunda, se as escalas de classificação de verdade criadas pelos três projetos de *fact-checking* são comparáveis, visto que, se não forem, é expectável que mesmo analisando as mesmas declarações cheguem a conclusões diferentes. Por último, se os *fact-checkers* portugueses tendem a analisar as mesmas declarações e se concordam sobre o seu valor de verdade.

Atendendo que este é uma área de estudo em crescimento e que envolve questões muito além do campo jornalístico, entrando no da psicologia, tecnologia e inteligência artificial, esta dissertação não conseguirá dar resposta a todas as questões que se levantam ao *fact-checking*. O objetivo é que contribua, de alguma forma, para enriquecer o conhecimento sobre um tema em crescimento e cujo interesse é provavelmente inesgotável.

CAPÍTULO 1 – PÓS-VERDADE, *FAKE NEWS* E *FACT-CHECKING*

Da escrita para a rádio, da rádio para a televisão, da televisão para o primeiro servidor *web* e, atualmente, para as redes sociais enquanto meio de comunicação dominante, as práticas jornalísticas têm-se adaptado a inúmeros avanços tecnológicos. O colapso do modelo tradicional de negócio das notícias e a consequente diminuição dos recursos jornalísticos, o aumento da pressão dos jornalistas para manter a atenção das audiências num ambiente competitivo, a erosão da confiança no jornalismo, a tendência para o desaparecimento da figura do *gatekeeper* tradicional e a disseminação da “desordem da informação” têm resultado numa crise de difícil solução para o jornalismo.

Em 2014, a propagação de informação falsa já era apontada como uma das dez maiores tendências das sociedades modernas pelo Fórum Económico e Social (ERC, 2019, p. 1) E, como apontam Rosenstiel e Kovach, “no novo século, uma das mais profundas questões para as sociedades democráticas é se o jornalismo pode sobreviver como uma fonte de informação independente e confiável” (2021, secção “Introdução”). Os jornalistas, que durante décadas quase sempre assumiram o papel de “cães de guarda”, já não filtram a totalidade da informação que chega ao leitor. Hoje, são as tecnologias e os algoritmos que ditam o que tem mais ou menos importância, não conforme o que é substancial, mas de acordo com uma lógica comercial. É neste quadro de diluição das fronteiras entre criador e consumidor de informação, bem como de despreocupação com a verdade, que se torna crucial discutir três conceitos intimamente ligados, que não podem ser pensados isoladamente: a pós-verdade, as *fake news* e o *fact-checking*.

1.1. A era da pós-verdade

“Ao futuro ou ao passado, a um tempo em que o pensamento seja livre, em que os homens sejam diferentes uns dos outros e não vivam sozinhos – a um tempo em que a verdade exista e o que for feito não possa ser desfeito”

George Orwell, 1984

Em 2016, “pós-verdade” foi escolhida pelos dicionários britânicos Oxford para palavra do ano e é difícil não surgir a sensação de que a distopia “1984”, de George Orwell, é uma descrição quase realista da era que vivemos. A verdade perdeu importância na medida em que “factos objetivos têm menos influência na opinião pública do que apelos a emoções e crenças pessoais” (“Word of the Year 2016”, 2016). Será suficiente

ler as primeiras páginas do livro para compreender porque é que a ausência da verdade constitui um risco tão significativo para a saúde e a estabilidade da democracia.

O conceito de “verdade” merece a reflexão dos mais relevantes pensadores e filósofos desde a Antiguidade. A definição de Aristóteles é talvez a mais intuitiva, pois afirma que a verdade ou falsidade depende da correspondência com a realidade. Para o filósofo, “dizer daquilo que é, que não é, ou daquilo que não é, que é, é falso, enquanto dizer daquilo que é, que é, e daquilo que não é, que não é, é verdadeiro.” Claro que esta ideia de verdade levanta questões, desde logo se é possível o ser humano ver a realidade fora da sua perspetiva. Ter acesso à verdade absoluta implica um salto para o exterior do pensamento, o que é complexo visto que “julgamos a verdade de uma afirmação apenas por quão bem ela se ajusta à realidade” (Esteves & Sampaio, 2019, p. 7). Perante estas dúvidas, algumas teorias, mais ou menos intuitivas, foram surgindo e têm merecido a reflexão de diversos filósofos ao longo dos séculos, tendo em comum o pressuposto de que a verdade importa.

Contrariamente a esta ideia, “há mais pessoas e mais pessoas poderosas que decidiram que contar a verdade simplesmente não importa”, como explica Will Moy, ex-diretor do Full Fact (Ball, 2017, p. 253). O principal inimigo da verdade não é o mentiroso, que pressupõe que existe alguma verdade ou falsidade absoluta, simplesmente não respeita a autoridade da verdade (Frankfurt, 2005); é a pessoa que põe o próprio conceito de verdade sob ataque ao acreditar que alguns factos importam mais do que outros, optando por aqueles que se adaptam à sua ideologia. Como exemplifica McIntyre, mais grave do que os negacionistas das alterações climáticas não acreditarem nos factos, é só aceitarem aqueles que justificam o que querem que seja verdade (2018, pp. 10-11). “Não é o abandono dos factos, mas uma corrupção do processo pelo qual os factos são recolhidos e usados de forma credível e fiável na moldagem das crenças de alguém sobre a realidade” (*Idem, ibidem*).

Na era da “pós-verdade”, mais importante do que se uma notícia é verdadeira ou falsa, é se se aproxima ou afasta das perceções e opções políticas de cada pessoa (Esteves & Sampaio, 2019, pp. 22-23). Quando a verdade deixa de corresponder à realidade, como propunha Aristóteles, e passa a adequá-la ao que se sente que é a verdade, torna-se muito difícil traçar a linha entre factos e opiniões. Este problema é agravado pela tecnologia. Como nota a editora-chefe do *The Guardian*, Katharine Viner, “cada vez mais, o que conta como facto é apenas a visão do que alguém sente ser verdadeiro – e a tecnologia facilitou

muito a circulação destes “factos”, com uma velocidade e alcance que eram inimagináveis na era de Gutenberg (ou mesmo há uma década)” (2016, par. 18).

Na *Internet* não há uma forma de discernir a verdade da mentira. Factos, estatísticas, dados e conteúdos estão tão misturados *online*, que tudo o que aparece no ecrã do utilizador parece ter a mesma importância (Ball, 2017, p. 8). Ao contrário do jornalista, cuja profissão se rege por um conjunto de valores éticos que o vinculam ao relato rigoroso, exato e honesto dos factos, e que tem de respeitar o Código Deontológico do Jornalista, a *Internet* acaba com estas fronteiras e mistura informação rigorosa com entretenimento, factos com ficção, notícias com opiniões. Ao tornar a produção e a distribuição de conteúdos acessível a mais agentes, dispensa os mediadores entre a informação e o público, permitindo que qualquer um passe a produzir e difundir informação.

No artigo “Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas”, publicado na revista *Comunicação e Sociedade*, em 2014, Rogério Christofolletti indica os atentados de 2005, em Londres, a ocupação da Cisjordânia e os protestos no Brasil em 2013 como exemplos da atenuação destas fronteiras entre o que é jornalismo profissional e o que é produção de conteúdo amador. Ao contrário do jornalista, que continua obrigado a princípios éticos e vinculado à verdade, estes novos agentes não seguem nenhum código normativo. A produção e a distribuição de conteúdos é cada vez mais fácil e os jornalistas profissionais são obrigados a reconhecer a crescente presença desta audiência com espaço e liberdade para produzir conteúdo sem nenhum padrão de conduta. Muitos destes agentes não estão preocupados com a verdade, mas com narrativas ideológicas bastante persuasivas para atingir os seus objetivos.

Esta falta de fronteiras é, por si só, motivo de preocupação. Mas, aliada à falta de literacia mediática, resulta em leitores que tomam as opiniões propagadas por *sites*, blogues ou redes sociais com a mesma importância de notícias produzidas por profissionais. Reportagens trabalhosas e de qualidade, nas quais muito tempo foi dedicado e várias fontes consultadas, são muitas vezes confundidas com artigos baseados num mero *tweet*. Se não for concedida mais credibilidade à informação de qualidade do que a peças superficiais sem investigação, a verdade – o pilar do jornalismo, do *fact-checking* e da própria democracia –, deixa de importar. E sem verdade, tudo são narrativas conflitantes em que o resultado é uma notícia do *The New York Times* ou do *Público* ter a mesma importância do que uma publicação do Facebook ou um *tweet*. Os

dados do Eurobarómetro de 2022 sobre a capacidade de reconhecer desinformação demonstram que apenas 12% dos inquiridos se sente muito confiante nesse reconhecimento e que quase um terço admite ter sido muito ou frequentemente exposto a *fake news*.

Numa era com tanto ruído informativo, em que o leitor, além de processar uma quantidade extraordinária de informação todos os dias, ainda tem de ser capaz de distinguir o que é verdadeiro do que é falso, factos de ficção, é importante nutrir os valores básicos que regem o jornalismo. Mais do que propagar narrativas, é preciso prezar a verdade. Como sublinha Sherri Aldis, diretora do Centro Regional de Informação das Nações Unidas, no VI Congresso Literacia, Media e Cidadania, realizado nos dias 21 e 22 de abril de 2023, é necessário fomentar o espírito crítico e a procura consciente por fontes e órgãos mediáticos fidedignos, a promoção da confiança nas instituições públicas e o investimento na educação.

A literacia mediática é frequentemente apontada como a chave para uma sociedade de indivíduos não apenas informados, mas capazes de distinguir a qualidade dos conteúdos informativos que consomem. Sally Reynolds, coordenadora da Media & Learning Association e diretora de literacia mediática do European Digital Media Observatory, reforçou, no Congresso, a importância de projetos de literacia mediática, alertando para as dificuldades que este campo enfrenta. “O trabalho relativo à literacia mediática e digital, muitas vezes, além de não ser levado a sério, é fragmentado, o que faz com que muito conhecimento e recursos valiosos não sejam partilhados, dificultando o trabalho das organizações.” Esta sensibilização é importante, pois mesmo que a curto-prazo o investimento na literacia mediática pareça desmotivador, vários autores (Cardoso et al., 2020; Alcott & Gentzkow, 2017) apontam que a capacidade de distinguir informação e de verificar factos é a ferramenta mais eficiente a longo-prazo para combater a desinformação.

“Guerra é paz, liberdade é escravidão, ignorância é força.” Este é o slogan da distopia de George Orwell, que remete para a ideia de que informação é poder. Como explica o jornalista Paulo Pena, não é por acaso que qualquer ditadura começou por fechar jornais, rádios e televisões: “Controlar a informação é uma necessidade para qualquer projeto político autoritário” (2019, p. 161). O problema, e a conclusão mais relevante deste subcapítulo, é que atualmente não é necessário encerrar jornais, basta criar a convicção de que dizem mentiras sempre que criticam pontos de vista – como fez Donald

Trump ao chamar “*fake news media*” a todos os órgãos que o criticavam –, partindo da convicção de que a informação só deve ser considerada se corresponder à perspectiva do leitor.

1.2. O problema das *fake news*

“*A melhor maneira de combater a desinformação é com informação. E os melhores agentes para trabalhar a informação são os jornalistas.*”

Ivo Neto, *Público*

Os jornais não produzem desinformação. Desde logo porque, ao contrário dos *sites de fake news*, não podem ser anónimos, têm de estar registados e os jornalistas só podem exercer o seu trabalho com carteira profissional. Por outras palavras, tanto os jornais como os jornalistas podem ser responsabilizados pelo que escrevem, dizem e mostram. Se um leitor detetar uma notícia falsa, sensacionalista, manipuladora, tendenciosa ou com erros, pode contatar diretamente o jornalista ou dirigir-se à direção do órgão de comunicação social. Se não obtiver resultados, pode recorrer à Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) ou queixar-se das falhas do jornalista à Comissão da Carteira Profissional. Em última instância, “se nada disso for suficiente, qualquer cidadão ou instituição pode iniciar um processo judicial – crime ou cível –, para condenar o órgão, o jornalista ou ser indemnizado pelos prejuízos causados pela notícia em questão” (Pena, 2019, pp. 154-155).

Ao contrário dos jornais, os *sites de fake news* podem ser anónimos e estar registados noutros países. Como consequência, a Entidade Reguladora não exerce supervisão sobre os mesmos e a justiça não tem meios para os travar. É por isso que “encontrar os responsáveis por erros jornalísticos é fácil, mas descobrir quem criou e espalhou *fake news* é quase impossível” (Pena, 2019, p. 155). Em toda a Europa, poucos são os casos de pessoas condenadas por difundir desinformação.

O conceito *fake news* refere-se a histórias facilmente partilháveis e discutíveis, muitas vezes publicadas nas redes sociais, seja por brincadeira, ideologia, motivos políticos ou, mais frequentemente, para ganhar dinheiro (Ball, 2017, p. 1). Se questionarmos de que modo é que podem afetar a nossa vida, é provável que a resposta refira o ex-Presidente dos Estados Unidos da América, o *Brexit* ou o escândalo em torno da *Cambridge Analytica*.

A candidatura e vitória de Donald Trump, porque tornou visível a força das *fake news* num contexto de redes sociais e novas tecnologias. Um estudo de Alcott e Gentzkow demonstrou que a informação falsa que favorecia Donald Trump, nos três meses anteriores à eleição, foi partilhada num total de 30 milhões de vezes no Facebook e que foram publicados cerca de três vezes mais artigos falsos a seu favor do que artigos pró-Clinton (2017, p. 212). Foi também o ex-Presidente que redefiniu o termo *fake news* para se referir às notícias de que não gostava e aos órgãos de comunicação social que o criticavam, ilibando os que o apoiavam (Pena, 2019, p. 161). O *Brexit*, porque foi um exemplo da importância dos anúncios publicitários como porta de entrada para a desinformação, visto que muito orçamento foi gasto em anúncios obscuros dirigidos a utilizadores específicos, com base nos seus dados e comportamento *online*.

A *Google* comprometeu-se a mudar as regras para a publicidade política, mas há dificuldades na própria classificação do que é um anúncio político e no que distingue publicidade de desinformação (Pena, 2019, p. 104). No que toca ao escândalo da *Cambridge Analytica*, a empresa ter-se apoderado dos dados de milhões de utilizadores do Facebook para utilizar em campanhas *online* de propaganda política, tornou visível a magnitude da guerra de desinformação que as sociedades democráticas enfrentam (Esteves & Sampaio, 2019, pp. 42-43).

Também em Portugal encontramos vários exemplos de *fake news*, existindo um mercado bem montado de páginas de desinformação, que chegam a ter mais partilhas no Facebook do que os próprios órgãos de comunicação social que estão a plagiar. Paulo Pena dá vários exemplos de *sites* – como o “Semanário Extra”, o “Jornal Diário”, “Vamos Lá Portugal”, “Noticiário.com” e “Magazine Lusa” – cuja intenção de enganar é clara e resulta (2019, p. 51). Resulta porque, ao contrário dos jornalistas e dos meios de comunicação, estes canais e produtores de *fake news* não têm nenhuma reputação a manter, não se regem por princípios ou normas éticas e também não têm qualquer incentivo para serem rigorosos ou honestos (Esteves & Sampaio, 2019, p. 18). Como tal, podem orientar-se única e exclusivamente pelo critério da partilha e do lucro. Quanto mais “cliques” um conteúdo tiver – e frequentemente um conteúdo falso e sensacionalista consegue mais “cliques” do que uma notícia complexa e bem trabalhada, por vários fatores que serão abordados posteriormente –, mais receitas publicitárias serão geradas.

Ao copiarem artigos de jornais, estes *sites* garantem não só um tráfego muitas vezes superior ao do autor original – contando com o apoio das redes sociais, grupos,

páginas e redes de contactos para chegar a mais utilizadores – como denigrem o jornalismo. A associação que é feita entre as *fake news* e a comunicação social contribui para uma falsa perceção do jornalismo, enquanto afasta a atenção do gigante e lucrativo mercado que se constrói nas redes sociais (Pena, 2019, p. 13).

É por isso que *fake news* é um termo que não tem sentido logo à partida: não existem notícias falsas. Não faz sentido designar de *fake* porque muito deste conteúdo não é falso, está a ser usado fora do contexto. E não faz sentido intitular de *news*, porque se são falsas não são notícias, são rumores, conteúdos manipulados ou descontextualizados. Notícias são informações verificáveis e as que não atendem a estes padrões não devem ser chamadas de notícias.

À semelhança de Donald Trump, que acusou meios de comunicação com os quais discordava de “*fake news*”, muitos políticos, organizações e figuras não confiáveis têm usado o termo para descrever as organizações de notícias cuja cobertura não concordam, minar a oposição e desacreditar o jornalismo profissional (Wardle, 2017, Par. 4). “A expressão *fake news* é um oxímoro que se presta a danificar a credibilidade da informação que de facto atende ao limiar de verificabilidade e interesse público – isto é, notícias reais” (UNESCO, 2019, p. 7).

Uma alternativa à utilização deste termo é, à semelhança da *First Draft News* – organização sem fins lucrativos que procura soluções para restaurar a confiança na nova era digital –, utilizar termos mais apropriados a cada tipo de conteúdo: propaganda, mentira, conspiração, rumor, falsidade, manipulação, etc. Se olharmos para a má informação que circula no digital, encontraremos uma diversidade tão vasta, desde títulos *clickbait*, conteúdo partidário e artigos descontextualizados ou distorcidos, a notícias antigas republicadas como atuais e informações imprecisas, que o conceito de *fake news* é demasiado vago para dar conta desta diversidade.

Apesar dos exemplos recentes e conhecidos, as *fake news* são um problema antigo, de amplitude mundial, com especial impacto em períodos de guerra e regimes ditatoriais ou totalitários. Quando em 1835 o jornal nova-iorquino *The Sun* relatou a existência de uma civilização alienígena na Lua, acompanhando os textos com diversas ilustrações de paisagens lunares habitadas pelas criaturas, as vendas suplantaram as do *The Times* e o jornal tornou-se o mais vendido mundialmente, graças ao que é considerado o primeiro embuste noticioso em larga escala (Esteves & Sampaio, 2019, p. 13). O jornal começou

posteriormente a apostar em histórias verdadeiras, mas abordadas de forma sensacionalista e dramática, servindo-se das receitas publicitárias como principal fonte de financiamento. Mais tarde, dá-se uma disputa por audiências entre os jornais rivais *New York World* e o *New York Journal* que, relatando boatos e rumores como se fossem factos, são apontados como sendo uma das causas para a eclosão da Guerra-Hispano Americana em 1898 (Esteves & Sampaio, 2019, pp. 14-15). Deu-se o nome de *yellow journalism* a este relato de boatos e rumores como se fossem notícias factuais, priorizando as elevadas tiragens e vendas de jornais, sobretudo entre a classe operária que começava a ter acesso a alguns bens de consumo, sendo considerado o precursor do jornalismo de tabloide

A principal diferença entre o *yellow journalism*¹ e a era atual da pós-verdade é que antigamente as fronteiras entre os jornais de referência com informação fidedigna e a informação falsa eram claras e bem delineadas e hoje não são. “Cada jornal tinha a sua própria reputação e até identidade visual, através do *design* gráfico, servia para os diferenciar” (Esteves & Sampaio, 2019, p. 16). Na época digital, essa distinção já não é tão clara e os factos misturam-se com a ficção, o que requer uma maior literacia mediática do leitor.

Como notam Esteves e Sampaio, o que tornou apelativo o *yellow journalism* no final do século XIX, é o mesmo que torna atrativas as histórias exageradas e com títulos sensacionalistas que circulam nas redes sociais. Da mesma forma que este conteúdo vendeu muitos jornais, agora consegue muitos “cliques” e visualizações, que geram lucro através da venda de publicidade (2019, pp. 15-16). É por isso que o problema das *fake news*, embora não seja recente, é tão relevante, pois ganhou uma escala e rapidez nunca vistas.

¹ O termo *yellow journalism* está associado aos jornais que surgiram no final do século XIX, nos Estados Unidos da América, e que tinham como alvo principal a classe operária. Dominado pelos magnatas da comunicação Joseph Pulitzer, que detinha o *New York World*, e William Randolph Hearst, proprietário do *New York Journal*, os dois títulos rivais apostavam nas notícias de crimes, além de relatarem boatos e rumores como se fossem notícias factuais. O *yellow journalism* é considerado o precursor do jornalismo tabloide e sensacionalista.

1.3. O movimento de *fact-checking*

“O *fact-checking* existe desde que existe jornalismo. Porque, se repararmos, o que faz o jornalismo? Torna claro e dá visibilidade àquilo que não é claro”

Ivo Neto, *Público*

A ideia de que o *fact-checking* surgiu e cresceu para corrigir os erros do jornalismo é infundada não só porque os jornais não produzem informação falsa, mas também porque não existe jornalismo sem verificação de factos. Antes de publicar qualquer notícia, o jornalista tem de confirmar a informação, as fontes e interpretar os dados com transparência. O próprio Código Deontológico estabelece que “o jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso” (Sindicato dos Jornalistas, 2017, Par. 1). A verificação de factos é o pilar do jornalismo, como o filme “Shattered Glass” ou o relato de Paulo Pena da revista *Visão* em 1998, tão bem retratam.

Embora confirmar a informação antes de a publicar seja um dos procedimentos basilares do jornalismo, o *fact-checking* enquanto especialidade jornalística que verifica a informação já publicada tem crescido muito ao longo da última década, estabelecendo-se como essencial para a cobertura política. Por exemplo, a BBC anunciou, em janeiro de 2017, a criação de uma equipa de *fact-checking* permanente, guiada por uma série de objetivos extremamente ambiciosos (Ball, 2017, p. 245).

Por todo o mundo, inclusivamente em Portugal, estes profissionais têm invadido as redações tradicionais, sentando-se lado a lado com os colegas jornalistas e assumindo-se como árbitros da verdade e responsáveis pelos factos. De acordo com o *American Press Institute*, o seu objetivo é “fornecer informações claras e profissional e rigorosamente verificadas aos consumidores para que eles possam usar os factos para fazer escolhas totalmente conscientes em eleições e noutras decisões essenciais (Elizabeth, 2014, secção “Not Just Politics”).

Tal como o trabalho dos jornalistas é regulado pelo Código Deontológico, o trabalho destes profissionais também se rege por um conjunto de princípios éticos que têm como objetivo manter o seu trabalho rigoroso e transparente. Estes princípios encontram-se no Código da IFCN, que procura garantir a transparência, objetividade e

independência desta especialidade jornalística emergente, de modo a manter os padrões da comunidade global do *fact-checking* elevados, objetivos, rigorosos e a reforçar a sua credibilidade.

O primeiro princípio da International Fact Checking Network é o do compromisso com o não partidarismo e com a justiça, sendo que os *fact-checkers* devem aplicar sempre os mesmos padrões de evidência e julgamento, declarar no *website* como foi feita a seleção, possíveis interesses relevantes das fontes citadas e qualquer relação que exista, além de garantirem a neutralidade, o apartidarismo e a transparência. O segundo é o do compromisso com a transparência das fontes. Os *fact-checkers* não podem usar fontes secundárias se houver primárias, devem identificar os interesses relevantes das fontes e dar a informação ao leitor para que possa replicar o seu trabalho, se assim o desejar. O terceiro princípio é o do compromisso com a transparência do financiamento, que deve ser exposto no *site*. O quarto princípio é o compromisso com a transparência da metodologia, que deve estar publicada no *site* juntamente com uma explicação do motivo de escolha e apresentação das provas relevantes. Implica também contactar quem proferiu a declaração sempre que possível e incentivar os utilizadores a enviar sugestões de verificação. O último princípio é o do compromisso com correções abertas e honestas sempre que o *fact-checker* cometer um erro, além da disponibilidade para o utilizador sinalizar uma violação do Código do IFCN (IFCN, s.d.).

Ao mesmo tempo que tentam concentrar-se nas declarações de maior interesse público, os *fact-checkers* esforçam-se para manter o equilíbrio político e a independência. Isto é particularmente importante no *fact-checking* porque são os valores de transparência, objetividade, independência e apartidarismo que legitimam o seu trabalho e justificam a sua existência. Tendo crescido na mesma medida que a desinformação, o *fact-checking* procura a preservação da norma da objetividade no jornalismo e ajudar o cidadão a avaliar a veracidade da informação que consome. Por terem conquistado destaque enquanto agentes de um movimento de revitalização de ideais jornalísticos e árbitros da democracia (Lim, 2018, p. 1), a reputação dos *fact-checkers* está dependente de aderirem a um código de conduta estrito e de serem politicamente neutros.

1.3.1. O surgimento e crescimento do *fact-checking*

Tal como o conceito de *fake news*, o termo *fact-checking* não é novo. Se recuarmos ao início do século XX, nos Estados Unidos da América, encontramos os primeiros *fact-checkers* não oficiais, ou seja, “jornalistas de denúncias que desafiaram as alegações dos produtores de medicamentos patenteados” (Amazeen, 2020, p. 96). Mais de metade dos principais jornais norte-americanos publicou, aquando da eleição presidencial de 1992, pelo menos uma reportagem de verificação das mensagens de campanha, uma tendência que, nos anos seguintes, chegou aos meios de comunicação locais (Luengo & García-Marín, 2020, p. 409). Em 1995, foi criado o Snopes.com, o primeiro *website* de *fact-checking*, que ainda se encontra em funcionamento.

Nos anos 2000, surgem, também nos Estados Unidos, “as primeiras organizações dedicadas a avaliar publicamente a veracidade das declarações políticas” (Graves & Cherubini, 2016, p. 6). Em 2001, é criado o SpinSanity, considerado o primeiro *site* de *fact-checking* político, fundado por três colegas recém-licenciados (Graves, 2013, p. 125). Dois anos depois, surge o FactCheck.org. O PolitiFact e o Fact Checker do *Washington Post* são criados como resposta à campanha presidencial de 2004 e, em 2005, é lançado um blogue pelo Channel 4 News para cobrir uma eleição parlamentar, no Reino Unido. “Em 2008, esforços semelhantes surgiram em França e na Holanda e, por final de 2010, os *fact-checkers* já estavam ativos em 10 países” (Graves & Cherubini, 2016, p. 6). No final de 2015, foi fundada a IFCN, do *Poynter Institute for Media Studies*, com o objetivo de reforçar a credibilidade e promover o *fact-checking*.

O ano de 2016 merece especial destaque. As campanhas políticas que conduziram Donald Trump à Presidência dos Estados Unidos levantaram discussões sobre a necessidade de se adotar um código de princípios que ajudasse a distinguir a informação confiável da informação não confiável. O *fact-checking* passou a ser identificado como uma ferramenta essencial nos discursos públicos, foi profissionalizado e visto como uma estratégia de combate à informação falsa. Em fevereiro de 2016, o Duke Reporter’s Lab já identificava 96 iniciativas ativas em todo o mundo (Amazeen, 2020, p. 96). Em dezembro de 2017, sinalizava 137 projetos de *fact-checking* (Stencel, 2017, par. 4).

Desde então, o número de profissionais que se intitulam de *fact-checkers* tem crescido internacionalmente, assim como a quantidade de organizações certificadas pela

IFCN. Segundo Enock Nyariki, gestor de comunidade e impacto da organização, o número de certificados mais do que duplicou desde 2020, tendo sido certificados novos países em 2023, como é o caso do Japão ou do Sudão (Czopek, 2023). De acordo com os dados do Duke Reporters' Lab, existiam mais de 391 projetos de *fact-checking* em 2021, 378 dos quais ainda estavam ativos em 2022, o que demonstra um claro crescimento desde 2016, onde eram contabilizados cerca de 186 *sites* (Stencel et al., 2022, par. 2-3). No entanto, esta tendência de crescimento reverteu e, nos últimos anos, o número de *fact-checkers* começou a decrescer, o que poderá significar um saturamento do mercado.

Em Portugal, vários jornais têm aderido à prática de *fact-checking*. O Polígrafo foi o primeiro jornal criado exclusivamente para a prática desta área jornalística, tendo outros seguido o seu exemplo. O seu criador interpreta o crescimento do *fact-checking* nas redações como um sinal de sucesso do Polígrafo como projeto de referência. “É a prova de que fazer mais e mais rápido não é a receita para o sucesso”, explica, na entrevista que ocorreu no âmbito desta dissertação no dia 17 de janeiro de 2023. Tal como o jornal digital Observador, o Polígrafo estabeleceu uma parceria com o Facebook, passando a fazer parte da rede internacional de *fact-checkers* que verificam a autenticidade dos conteúdos partilhados na rede social. O jornal *Público* chamou ao seu espaço de *fact-checking* “A Prova dos Factos”, propondo-se a desmontar a desinformação. No seu *site* podemos ler que um dos objetivos é “contextualizar conteúdos com um grande alcance nas redes sociais – tanto os verdadeiros como os falsos”, o que sugere que parte do papel do *fact-checking* passa por contextualizar, explicar e desmontar factos que são difíceis de compreender, que geram confusão ou que, não existindo esta especialidade, não seriam sequer explorados (*Público*, s.d.).

1.3.2. O que fazem os *fact-checkers*?

A primeira fase do trabalho do *fact-checker* é selecionar que informações confirmar e o primeiro critério é a verificabilidade. Para uma afirmação ser alvo de *fact-checking* tem de conter, pelo menos, um facto ou número “cuja veracidade pode ser objetivamente verificada” (UNESCO, 2019, p. 94). Este requisito exclui à partida opiniões, previsões, hipérboles, sátiras, piadas e todas as declarações factuais que se mostram impossíveis de verificar. Os *fact-checkers* também costumam excluir as declarações que não têm evidências suficientes e que, ou são claramente verdadeiras, ou a maioria das pessoas já

sabe que são verdadeiras. Pelo contrário, tendem a focar-se em falsidades e em afirmações que têm a atenção do público.

No caso do Observador, a decisão sobre que declarações verificar é da responsabilidade do editor de *fact-checking* e cabe aos *fact-checkers* escolherem, da lista de declarações previamente selecionadas, quais desejam verificar. No Polígrafo, há uma reunião diária, em que são considerados e debatidos os temas que parecem mais interessantes, sendo a última palavra a do diretor da publicação, Fernando Esteves. No *Público*, acreditam que não faz sentido verificar apenas declarações das redes sociais, uma vez que os meios tradicionais continuam a ser usados para o consumo informativo “e pelos agentes políticos, económicos ou desportivos para fazerem chegar as suas mensagens aos cidadãos” (*Público*, s.d.). Os *fact-checkers* focam-se nas declarações relevantes e influentes no espaço público, sendo que, como não há ninguém alocado exclusivamente ao projeto, a quantidade de declarações que são verificadas é consideravelmente menor. Se tendem ou não a selecionar as mesmas declarações para verificar, será analisado na parte final da dissertação.

A segunda etapa é encontrar factos e evidências sobre a afirmação que está a ser verificada, com o objetivo de determinar a sua veracidade. Pode envolver contactar fontes, o autor da afirmação ou descobrir de onde foi retirada. Alguns *fact-checks* exigem mais trabalho neste processo e outros são mais simples, pelo que o tempo dedicado depende da complexidade da informação que está a ser verificada.

“Às vezes, há surpresas. Acontece que associações que não se espera que respondam, depois acabam por responder. E outras vice-versa, espera-se, à partida, que respondam e depois não respondem”, diz Mário Costa, jornalista do Observador, na entrevista realizada a 22 de maio de 2023, no âmbito desta dissertação. Há *fact-checks* muito fáceis de executar. O jornalista lembra um *fact-check* que envolvia a National Gallery, em Londres, para a qual enviou um email no decorrer desta segunda etapa de verificação. Ao contrário do que era expectável, responderam rapidamente. “Foi um *fact-check* muito simples de se fazer. Foi só mandar um *mail* e obter a resposta”, conclui.

Outros *fact-checks* exigem mais trabalho. Mário Costa dá o exemplo de um que realizou sobre Portugal ser o quinto país da Europa com mais assaltos. “É uma informação descontextualizada porque era baseada em dados do Eurostat, os quais dividem o ato de

roubar em três formas: o assalto com recurso a violência, o furto e o arrombamento. Portugal num desses índices era, de facto, o quinto. Mas em todo o ato de roubar estava longe do topo. E aí já deu mais trabalho de análise de dados”, explica o jornalista, para quem a facilidade ou dificuldade do processo depende muito da informação do *fact-check*. “Quando envolve preços, é preciso verificar muito melhor, porque o preço varia de sítio para sítio, de data para data, já envolve uma pesquisa maior”, refere.

Também Ivo Neto admite, na entrevista que ocorreu a 12 de janeiro de 2023, que o tempo dedicado a um *fact-check* oscila em função da sua complexidade e conteúdo. “Depende muito se é óbvio, se não é óbvio, se temos respostas fáceis, se não temos. Não consigo quantificar, depende muito do artigo”, explica o jornalista do *Público*.

A terceira etapa é a da avaliação da declaração a partir de uma escala de veracidade. Tanto o jornalista do *Público* como o do Polígrafo admitem que há casos mais difíceis e em que existe discordância sobre qual grau de verdade atribuir, sendo que a única solução é discutir e tentar chegar a um consenso. Compreender como funciona o processo de recolha de factos e evidências é importante porque diferentes processos podem conduzir a classificações distintas. Além de perceber se os *fact-checkers* portugueses tendem a selecionar as mesmas declarações para verificação, também será analisado se, quando verificam essas declarações, tendem a atribuir classificações semelhantes.

Perceber se reduzem a probabilidade de a desinformação influenciar o discurso cívico, se vacinam o leitor contra crenças erróneas, ajudam a distinguir factos da ficção e a formar um bom discurso cívico, não é mensurável, pelo menos, a curto prazo. É questionável se o leitor que leu uma informação falsa é o mesmo que vai ler a coluna de *fact-checking*, se a correção de uma crença à qual estamos emocionalmente ligados tem algum efeito e se o *fact-checking* é um instrumento suficientemente poderoso para combater esta guerra de informação. Estas e outras questões serão aprofundadas no capítulo 2, dedicado às limitações do *fact-checking*.

CAPÍTULO 2 – AS LIMITAÇÕES DO *FACT-CHECKING*

É inegável que o *fact-checking* está numa luta injusta. Ao contrário da informação falsa, que demora minutos a ser difundida e não requer trabalho ou investimento, qualquer *fact-check* exige tempo e esforço, mesmo que seja uma declaração absurda ou obviamente falsa. Pior do que isso, a correção espalha-se por um público muito mais pequeno e é provável que nem chegue às mesmas pessoas que acreditaram na afirmação inicial. Estas são apenas algumas das dificuldades técnicas do *fact-checking*, que também enfrenta constrangimentos de cariz psicológico.

Mesmo que nos consideremos pessoas com elevada literacia mediática e capazes de discernir informação falsa de verdadeira, há uma série de processos psicológicos que moldam a relação do ser humano com a informação e que são inconscientes e invisíveis. Por exemplo, como identificou Ball, conteúdo que se enquadra com as nossas crenças e visão do mundo tende a parecer-nos mais verosímil do que conteúdo que vai contra as nossas convicções – ao ponto de um *fact-check* a uma informação falsa na qual acreditamos poder ter o efeito precisamente contrário ao esperado e reforçar a crença nessa informação falsa. Isto não significa que as pessoas estão condenadas a acreditar em informações falsas, mas que estão predispostas a fazê-lo (2017, p. 198). O objetivo deste capítulo é refletir sobre as limitações *fact-checking*, ambicionando contribuir para encontrar pistas que possam, no futuro, ajudar a colmatar as suas fragilidades.

2.1. A eficácia limitada do *fact-checking*

2.1.1. Rapidez e alcance da informação falsa

Mesmo que o número de notícias verificáveis seja reduzido face à quantidade de informação que é publicada a cada momento, continua a ser um número muito elevado. Nenhuma organização de *fact-checking* tem capacidade para acompanhar a quantidade de informação que é publicada a cada minuto e este constrangimento é agravado pelo facto de as informações falsas viajarem mais depressa e chegarem mais longe do que as verdadeiras (Figueira et al., 2019, p. 97).

Os próprios *fact-checkers* estão cientes deste constrangimento. Em entrevista, Fernando Esteves recorda o provérbio de que “mais depressa uma mentira dá a volta ao mundo do que a verdade calça os sapatos e vai atrás dela.” E exemplifica: “Está estudado

que a desinformação circula a uma velocidade muito maior do que a informação comumente aceita. Se há uma desinformação que é colocada a circular e faço um *fact-check* sobre o assunto, sei que a desinformação é mais facilmente partilhada.”

O fenómeno acontece porque, antes de mais, o *fact-checking* requer tempo e dinheiro. “Mesmo a alegação mais obviamente absurda leva tempo e esforço para provar que é falsa” (Ball, 2017, p. 1). No tempo que um *fact-checker* leva a confirmar factos, falar com fontes e recolher evidências, uma série de informações falsas espalha-se rápida e livremente pelas redes sociais, onde a informação é gratuita e todos podem publicar sem nenhum compromisso ético ou deontológico. Ao contrário dos jornalistas que estão obrigados a seguir uma série de princípios, quem espalha informação falsa não tem nenhum constrangimento nem procedimento ético a seguir.

A informação falsa e de natureza sensacionalista também capta muito mais a atenção do leitor pelos seus níveis de “novidade” e “inusitado”, que a tornam mais interessante do que uma informação verdadeira. As peças com melhor desempenho dos *sites* de *fact-checking* são completamente derrotadas pela informação falsa. Mesmo que as pessoas que acreditaram na falsidade sejam as mesmas a ler o *fact-check* – e na verdade temos motivos para acreditar precisamente o contrário –, a falsidade continua a ser muito mais partilhada do que a correção. “Os factos estão por aí, mas não são eles que estão a ser partilhados” (Ball, 2017, p. 240).

Embora os esforços do *fact-checking* sejam louváveis, não é possível competir com a quantidade de informação falsa que é publicada muito mais rapidamente (Vosoughi et al., 2018), sem nenhum tipo de escrutínio ou custo e cujo conteúdo inusitado ou sensacionalista promove a reação e partilha (Cardoso et al., 2020). Este constrangimento não torna o trabalho dos *fact-checkers* menos meritório, mas pode mostrar que sua eficácia é limitada e que deve ser entendida como parte de um conjunto mais amplo de soluções. Por um lado, da mesma forma que cada pessoa faz parte do problema quando partilha conteúdo exagerado, pouco rigoroso ou sensacionalista nas redes sociais, também pode fazer parte da solução (Wardle, 2017). Como apontam Ireton et al., “públicos bem informados que se engajam e compartilham conteúdo confiável são antídotos essenciais para a disseminação da desinformação e da informação incorreta” (2019, p. 24). Também Ivo Neto nota que “uma chave para o jornalismo funcionar – e o jornalismo é a chave para a democracia; a democracia tem falhas, mas não existe na história da humanidade

nenhum sistema político melhor que a democracia – é uma grande aposta na literacia. Tem de começar com os mais novos, desde a primária.” Por outro lado, é essencial, como apontam Bakir e McStay, cortar o financiamento de páginas ou perfis que disseminam informação falsa. Se os *sites* de informação falsa começarem a ser rejeitados pelas principais redes de anúncios, serão obrigados a refugiar-se noutras menos exigentes (2018, p. 168).

2.1.2. A influência do *fact-checking* na ação política

Talvez o *fact-checking* tenha surgido, como sugere Waldman, com o objetivo de manter os políticos honestos (2011, par. 4). Mas se assim for, não é claro se cumpre esse objetivo. Por exemplo, Donald Trump nem se preocupou em responder aos *fact-checkers*, a disponibilizar esclarecimentos ou, muito menos, correções (Lim, 2018, p. 1). Graves e Cherubini concluíram que os políticos tendem a ignorar as verificações que fazem às suas declarações, sendo que os casos em que um político abandonou uma declaração falsa depois de esta ser verificada são isolados (2016, p. 23). Também Ivo Neto, jornalista do *Público*, revela que a experiência que tem na Prova dos Factos é que os políticos costumam ignorar os *fact-checks*. O jornalista dá o exemplo de um *fact-check* que incidiu sobre uma fotografia de Lula da Silva algemado, que era falsa e foi partilhada por André Ventura, e que já depois de ser corrigida foi partilhada por militantes da página de apoio. No entanto, acredita que essa despreocupação não é exclusiva ao *fact-checking*. “Assistimos a polémicas repetidas. Todos os anos vemos os mesmos problemas – discutimos as cheias no inverno e a seca e os incêndios no verão. É transversal a qualquer campo do jornalismo.”

Alguns autores sugerem, no entanto, que as figuras públicas se expressam com mais cuidado depois de um *fact-check*. O ex-Presidente Barack Obama, aquando da campanha presidencial de 2008, disse várias vezes que trabalhou enquanto estudava na universidade. Mas depois de o FactCheck.org clarificar que o Presidente apenas tinha tido alguns empregos de verão e feito empréstimos para pagar as mensalidades, o ex-Presidente não repetiu a informação. Já Glenn Kessler, do *Washington Post*, contou a história de “um líder republicano do Senado que, antes de um grande discurso sobre saúde, instruiu a sua equipa a ler todas as colunas relevantes do FactChecker para garantir que não teria nenhum «Pinóquio»” (Graves, 2013, p. 232). E o Polígrafo foi destacado pelo *Poynter Institute* quando o primeiro-ministro António Costa, acusado de estar de

férias na altura dos incêndios de Pedrógão Grande, em 2017, disse: “O Polígrafo já verificou essa informação e avaliou-a como falsa.” Segundo Fernando Esteves, alguns políticos portugueses já ligaram para a redação, em várias ocasiões, a reconhecer que tinham dito algo de errado e a prometer que se corrigiriam em público (Tardáguila, 2019, par. 3-6).

Mas é importante questionar se o *fact-checking* é capaz de influenciar o apoio político. Redlawsk descobriu que os participantes aumentavam o apoio aos candidatos com quem concordavam, quando recebiam informações negativas sobre eles (Swire et al., 2017a, p. 4). O facto de os apoiantes de Trump reduzirem a sua crença em informações falsas por causa de um *fact-check*, mas isso não alterar a sua preferência de voto é um exemplo de como a eficácia do *fact-checking* é limitada. No melhor dos casos, torna os políticos mais honestos. No pior dos casos, torna o leitor ainda mais propenso a acreditar num político, depois de saber informação negativa sobre ele.

2.1.3. A influência da educação, idade e ideologia no sucesso de um *fact-check*

Parte do trabalho de promoção de uma marca é compreender que cores funcionam, que localização produz mais vendas, como é que o consumidor se relaciona com os produtos à sua volta e o que desencadeia o desejo para comprar. Também na informação, uma série de fatores influencia a forma como o público se relaciona com o conteúdo, mesmo que inconscientemente. Educação, rendimentos, género e idade são alguns fatores que interferem na forma como o leitor recebe, processa e interage com a informação, diferencia ou não factos de ficção e acredita na verdade ou falsidade das manchetes (Alcott & Gentzkow, 2017, p. 213).

A descoberta de que a educação aumenta a capacidade de os cidadãos diferenciarem factos da ficção e de contra-argumentarem informação inconsistente sugere que a literacia mediática pode ser um aspeto fulcral no combate da desordem informativa a longo prazo (Goyanes & Lavín, 2018, pp. 11-12). Também a idade é um fator importante, uma vez que parece tornar as pessoas menos eficientes a vincular informações de itens e contextos, de modo que os mais idosos são mais prováveis de partilhar informação falsa *online* do que os mais jovens (Naveh-Benjamin, 2000). As mulheres e as pessoas com baixos rendimentos são, igualmente, mais propensas a partilhar informação falsa *online* (Krasnova et al., 2017).

Também a ideologia influencia o processamento da informação falsa e o êxito de um *fact-check*. Há muito que se sabe que o apego partidário gera opiniões sobre questões específicas. Por exemplo, Goyanes e Lavín descobriram que eleitores democratas são menos propensos a partilhar notícias políticas falsas do que os independentes, que o aumento da perceção da informação falsa *online* torna mais provável a partilha de notícias políticas falsas e que pessoas que partilham informação falsa inadvertidamente ou que atribuem grande responsabilidade ao público para a prevenir têm menos probabilidade de partilhar conscientemente notícias sobre política falsas do que as que assumem a responsabilidade de impedir a proliferação da informação falsa (2018, pp. 2-12). Alcott e Gentzkow perceberam que consumidores de *heavy media* tendem mais a acreditar em artigos ideologicamente alinhados, tal como os que têm redes sociais segregadas e que adultos que não sabem em quem votar até três meses antes da eleição são menos prováveis de acreditar em artigos ideologicamente alinhados do que os mais decididos (2017, p. 230).

O desconhecimento dos fatores que influenciam a nossa relação com a informação produz soluções contraproducentes. Mais do que pôr mais informação de qualidade a circular, é preciso dar um passo atrás para compreender qual o público que é mais afetado pela desinformação, onde é que ele se encontra, o que é que lê, quais são as crenças e ideologias que possuem, de modo a garantir que o *fact-check* chega à mesma audiência que acreditou na informação inicial e que é capaz de corrigir as perceções erradas.

2.2. O impacto das tecnologias na eficácia do *fact-checking*

2.2.1. As “bolhas” de convicções das redes sociais

Existem vários processos invisíveis que influenciam a relação do público com a informação. O algoritmo das redes sociais, por exemplo, funciona com o objetivo de o manter agarrado o máximo de tempo possível. As sugestões de séries da Netflix, vídeos de Youtube ou contas de Instagram não são aleatórias, mas cuidadosamente escolhidas através da recolha minuciosa dos dados pessoais dos utilizadores. Conhecendo melhor o tipo de público, é possível melhorar as recomendações e assim mantê-lo “agarrado” às redes sociais. Criam-se bolhas para que o utilizador se sinta seguro e feliz, uma vez que todo o conteúdo que vê corresponde às suas preferências; as recomendações estão adaptadas ao que pensa, da mesma forma que as contas sugeridas são as que aprovou.

Nessas bolhas, a realidade está moldada à perspectiva individual e tudo é confortável porque não vai contra as convicções de determinado utilizador.

Os académicos chamam *echo chambers* aos “espaços fechados nos *media* onde os utilizadores procuram a confirmação das suas crenças” (Cardoso et al., 2020, p. 23). Depois, as tecnologias fazem o seu trabalho. Criam as chamadas *filter bubbles*, um conteúdo cada vez mais personalizado, com algoritmos que recomendam aquilo com o qual o utilizador provavelmente concordará, dando-lhe a falsa sensação de que todos à sua volta pensam exatamente da mesma forma (Flaxman et al., 2016, p. 299). As *filter bubbles* pioram a polarização e permitem-no viver nas suas próprias *echo chambers online*, onde só existem opiniões que validam, em vez de desafiarem, as suas ideias.

A própria lógica de funcionamento das redes sociais consiste em mostrar no *feed* o que os amigos do utilizador publicam, partilham ou reagem. Dado que o ser humano tende a relacionar-se com pessoas com perspectivas semelhantes às suas, o conteúdo fica cada vez mais adaptado às suas crenças pessoais. “Onde antes os partidários de direita e de esquerda discordavam sobre as suas interpretações de uma narrativa, agora cada parte vê narrativas diferentes, polarizadas e amplamente falsas sobre o outro – e cada um deles pensa que o outro é exclusivamente afetado por *fake news*” (Ball, 2017, p. 9).

Uma pesquisa desenvolvida em 2015 por Bakshy, Messing e Adamic sugere que, utilizadores que leem notícias pelo Facebook ou outra rede social, são menos propensos a receber evidências que contrariam a sua narrativa ideologicamente alinhada, mas falsa. Redes sociais ideologicamente alinhadas tornam o utilizador mais propenso a acreditar em histórias que favorecem o seu candidato favorito porque tudo o que lhe é sugerido vai nessa direção. Já Flaxman et al. descobriram que as pessoas tendem a ler publicações ideologicamente bastante semelhantes e que o público que costuma ler artigos partidários é exposto quase exclusivamente a apenas um lado do espectro político (2016, p. 298). Mesmo quem se considere inteligente, curioso e interessado em vários pontos de vista, de forma inconsciente tenderá para conteúdo ideologicamente semelhante, ficando muitas vezes restrito a um só lado da questão.

Estudos recentes mostram que o atual ambiente digital é marcado pela influência das redes sociais, sendo que o Facebook é a maior fonte de tráfego de informação e o

Twitter de *hard news*² (Figueira et al., 2019, pp. 9-10). A percentagem de cidadãos em Portugal que admite usar as redes sociais como fonte de informação noticiosa é muito elevada e demonstra que plataformas agregadoras de diversos conteúdos com diversas proveniências conseguem captar a atenção do leitor, que busca o imediato e adere mais rapidamente ao conteúdo que está de acordo com os seus interesses, crenças e convicções (ERC, 2019, pp. 37-38). O crescimento das redes sociais como fontes de informação demonstra que as *echo chambers* e as *filter bubbles* são mais do que um problema teórico.

Se ler notícias nas redes sociais torna o leitor menos propenso a receber evidências contra a sua ideologia – e as pessoas leem cada vez mais notícias nas redes sociais – e se a tendência é para a clicar em assuntos que vão ao encontro do que o leitor pensa e este raramente procura contradizer uma história que se adapta às suas convicções, então o *fact-checking* enfrenta sérios problemas. A sua eficácia está dependente do pressuposto de que informação de qualidade a circular é suficiente para fazer a verdade chegar ao leitor e de que informação falsa, descontextualizada e enganosa ou sensacionalista perde contra informação verificada que reflete fidedignamente a realidade. Mas é provável que esta informação nunca chegue a quem é suposto porque significaria furar a sua bolha. “Um liberal provavelmente vai procurar no Google por um *fact-check* a uma declaração que diz que o Obama nasceu no Quénia (não nasceu), mas é muito menos provável que faça o mesmo com a declaração de que Trump chamou uma vez os republicanos de grupo de eleitores mais burro do país (não chamou)” (Ball, 2017, p. 9).

Os próprios jornalistas e *fact-checkers* enfrentam este problema. Para Ivo Neto, uma das principais dificuldades do jornalismo é, por vezes, não estar onde a desinformação acontece. “Os jornalistas vivem numa bolha” e é uma bolha muito diferente da dos leitores. Ao privilegiarem espaços físicos e digitais de informação fidedigna, muitas vezes, não conseguem estar nos espaços onde a desinformação reina e antecipar os acontecimentos. “No entanto, 90% da população não tem esta dieta informativa. Creio que é a principal dificuldade”, conclui o jornalista.

² Segundo Patterson, *hard news* referem-se à cobertura de “acontecimentos de última hora que envolvem líderes de topo, questões importantes ou ruturas significativas nas rotinas diárias, tais como um terramoto ou um desastre de avião” (2000, p. 3).

2.2.2. Os desafios da inteligência artificial

Não é possível falar de informação sem abordar a influência que a evolução da tecnologia proporciona e as transformações que provoca a vários níveis. Todos os dias é dado um passo no sentido da inovação, que requer repensar uma série de valores que durante décadas foram dados como adquiridos. O aparecimento e desenvolvimento do ChatGPT obrigou a sociedade a parar para pensar o que significa ser pessoa. Se um dispositivo evoluir ao ponto de replicar sentimentos, demonstrar compaixão, dor ou até chorar e rir, podemos dizer que é uma pessoa? O que significa ser pessoa? Que responsabilidade moral teríamos para com ela?

Na filosofia, um dos dilemas mais frequentemente discutido é o do *trolley*. Imaginemos que existem duas linhas e um comboio que está avariado. Como somos nós que estamos a conduzir, temos uma escolha difícil pela frente: ou deixamos que ele siga o seu caminho, matando dez pessoas inocentes, ou viramos para a outra linha e matamos uma só pessoa inocente. O dilema já é difícil por si só – é melhor matar ou deixar morrer? – mas se o aplicarmos ao mundo moderno, com automóveis que conduzem sozinhos, ou a uma inteligência artificial que toma decisões, o dilema agiganta-se. Pode o ser humano responsabilizar uma máquina pelas suas decisões? Podemos sequer falar em decisões, se não houver livre-arbítrio? Pode existir livre-arbítrio num robô programado?

A geração que viu o *Blade Runner*, nos anos 1980 e julgou estar a assistir a um cenário apocalíptico, agora testemunha assistentes virtuais como a Alexa, capaz de configurar alarmes, dar a previsão da meteorologia e reproduzir música, ou a robô Sophia, o primeiro andróide humanoíde, apresentada em 2016, no *Web Summit*. A experiência tem demonstrado que a tecnologia está a evoluir cada vez mais rápido e que é difícil acompanhar o ritmo.

O *fact-checking* está contra o tempo. Qualquer avanço tecnológico das ferramentas de *fact-checking* compete com mecanismos também cada vez mais evoluídos de disseminação de má informação. O maior risco do *fact-checking* já foi a informação falsa difundida em redes sociais como o Facebook ou o *Whatsapp*. Hoje, enfrenta imagens manipuladas e *deepfakes*, vídeos enganosos que conseguem substituir rostos, criar situações falsas, alterar discursos e expressões, bem como imitar os timbres de voz de determinada pessoa. Alguns dos vídeos conseguem ser tão bem produzidos por

inteligência artificial que, a olho nu, é impossível reparar na manipulação – e tudo indica que serão cada vez mais realistas. “À medida que corremos para acompanhar o fenômeno atual de fluxos de informação poluída, vamos ter de correr mais rápido se quisermos estar bem posicionados para lidar com esses avanços tecnológicos” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 79).

A única solução passa por o *fact-checking* também se adaptar a sistemas de inteligência artificial – o que já está a acontecer. Fernando Esteves apresenta o exemplo do *site* de *fact-checking* brasileiro Aos Fatos, que já tem um robô alinhado ao repositório de *fact-checks*. Quando é partilhada uma informação falsa, o andróide tem a capacidade de ir buscar o *fact-check* do jornal sobre o assunto em concreto e fazer um *post* na caixa de comentários do indivíduo que está a espalhar aquela informação falsa. Também o Polígrafo já está a trabalhar em dois projetos de inteligência artificial com o objetivo de aumentar a velocidade na identificação da desinformação e agilização da reposição da verdade.

O próprio Facebook, embora conte com a contribuição de *fact-checkers* certificados para combater a desinformação, continua a confiar, em grande medida, na inteligência artificial. No livro *Fábrica de mentiras. Viagem ao mundo das Fake News*, Paulo Pena partilha o que Tessa Lyons-Laing, ex-responsável pela política anti-*fake news* da rede social, referiu sobre o assunto, justificando que não dependem apenas de *fact-checkers*, uma vez que não existem *fact-checkers* que cumpram as regras da IFCN em todo o mundo e porque estariam sempre a correr atrás do problema. A própria admite que “é sempre mais fácil criar histórias falsas do que desmascará-las” (2019, p. 102).

Outro problema é que conteúdo com fundo de verdade, ligeiramente reformulado ou deturpado, tem muito mais sucesso porque é mais eficaz a persuadir as pessoas e menos provável de ser captado por sistemas de inteligência artificial (Wardle, 2020, par. 10). Pequenas mudanças como a alteração da ordem ou a adição de uma pequena informação num texto bastam para impedir que informação falsa seja automaticamente sinalizada por algoritmos como o do Facebook (Bengani & Karbal, 2020, par. 7).

Apesar da tentativa de acompanhar a evolução tecnológica, os *fact-checkers* não estão numa luta justa. Como já foi abordado, ao contrário de uma informação falsa que leva segundos a ser gerada, que não segue nenhum tipo de requisito ou critério e que não

tem nenhum custo ou constrangimento, um *fact-check*, mesmo à publicação mais absurda ou obviamente falsa, demora tempo e requer esforço para se provar que é falsa. Isso não significa que os esforços dos *fact-checkers* são infrutíferos, mas que podem ser, no máximo, “apenas uma pequena parte de uma solução para o atual ecossistema de desinformação” (Ball, 2017, p. 238).

2.2.3. O motor das redes sociais

O ser humano é social e emotivo. O que consome e que informação faz ou não sentido para si é influenciado pela sua *self-identity* e pelas “tribos” à qual se associa. O sentimento de pertencer a um grupo com opiniões semelhantes é tão forte que a maioria das pessoas tentará integrar-se e concordar com a opinião do grupo, mesmo que este seja composto por desconhecidos e o tema seja apolítico (Ball, 2017, p. 187). Informação completamente absurda, mas que vai ao encontro dessa identidade, é mais bem-recebida do que informação confiável e precisa, mas que a desafia. A preocupação por pertencer ao círculo social pode superar, ou pelo menos atenuar, a preocupação com conteúdo verdadeiro e preciso.

Atualmente, as “forças sociais e performativas” são mais fortes do que nunca, visto que é possível partilhar tudo, desde o que se come ao que veste e assiste, com família, amigos, colegas ou mesmo desconhecidos (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 27). Usa-se como veículo as redes sociais, cujo combustível é a emoção: as emoções geram atenção, visualizações e partilha. Consequentemente, obtêm receitas publicitárias (Bakir & McStay, 2018, p. 155). Tal como o *yellow journalism* captava a atenção do grande público e vendia jornais com histórias exageradas, extrapoladas ou títulos sensacionalistas, hoje os “cliques” e visualizações nas redes sociais traduzem-se em lucro através da publicidade (Esteves & Sampaio, 2019, pp. 15-16).

O primeiro problema de seres sociais e emotivos, que utilizam as redes sociais para pertencer a um grupo e receber validação, é que a maior parte do conteúdo que aparece no seu no ecrã vem, de acordo com a UNESCO, de familiares, amigos ou figuras públicas que o utilizador segue nas redes sociais, que é mais provável de ser recompartilhado (2019, p. 64). “Há como que uma recomendação tácita em cada partilha ou indicação de ter gostado, o que leva as pessoas a confiarem mais acriticamente na validade desses conteúdos” (Esteves & Sampaio, 2019, p. 17).

O segundo problema é o contágio emocional. Bakir & McStay mencionam que um estudo de 2014 do Facebook descobriu evidências de contágio emocional em grande escala nas redes sociais. Quando os seres humanos são expostos a conteúdos emocionais positivos ou negativos, tendem a replicá-los nas suas publicações (2018, p. 169). Esta descoberta pode explicar, em parte, porque é que conteúdo sensacionalista ou conspirativo é tão eficaz: o conteúdo emocional não só é mais atrativo, como mais rapidamente partilhado nas redes sociais. Tal como o desejo de pertencer a um grupo, a gratificação pela exposição e partilha de informações falsas pode conduzir os utilizadores a desvalorizar os riscos de manipulação.

A estes dois problemas junta-se o próprio funcionamento das redes sociais, onde o auge do sucesso é o “viral” e a partilha o seu motor. As plataformas destacam o conteúdo mais popular – conforme as visualizações, gostos e partilhas – fazendo-o chegar a mais pessoas e gerando, conseqüentemente, mais visualizações, gostos e partilhas. “Se há pessoas muito ativas *online* a falar sobre o perigo dos migrantes, todas a falar sobre o mesmo assunto, então isso funciona como uma bola de neve: mais e mais pessoas reparam no assunto e começam a falar sobre isso”, explica Paul Butcher, analista político do *Think Tank European Policy Center* (Pena, 2019, p. 125). E como os indicadores de popularidade podem ser manipulados e inflacionados através de *bots* – máquinas que se fazem passar por pessoas na *Internet* – o efeito da popularidade pode ser ainda mais distorcido, “como se um debate de ideias se fizesse à volta de uma mesa, mas um dos participantes tivesse um megafone e os outros não” (*Ididem, ibidem*).

Atualmente já existem tecnologias que leem e medem emoções para melhorar e influenciar a relação dos utilizadores com os dispositivos, direcionando-lhes o conteúdo de acordo com essa leitura. Por exemplo, os dados da empresa de análise EzyInsights mostram que o Facebook favorece conteúdo emocional que vai atingir os leitores, seja ou não verdadeiro (Bakir & McStay, 2018, p. 156). Mas é de esperar que, no futuro, existam ferramentas ainda mais eficazes e automatizadas de manipular o sentimento do público. Como notam os autores, “as *fake news* já representam um aumento da carga emocional, mas as notícias automatizadas têm potencial para intensificar essa situação” (Bakir & Mcstay, 2018, p. 169).

O *fact-checking* parte do pressuposto de que, quando expostos a notícias precisas e contextualizadas, os seres humanos substituem a informação falsa, sensacionalista ou

exagerada, pela informação de qualidade. Mas informação de qualidade não basta numa sociedade em que reinam as redes sociais, otimizadas para ler e explorar as emoções e impulsionadas pela partilha de conteúdo emocional, cuja arquitetura faz com que o “cérebro liberte uma pequena dose de dopamina cada vez que conteúdo é publicado, gostado, comentado ou partilhado” (Wardle & Derakhshan, 2017, p. 13). Se a gratificação social e emocional de partilhar notícias de última hora e o sentimento de pertença a uma “tribo” podem superar a preocupação por notícias precisas e contextualizadas, a eficácia do *fact-checking* está assente no pressuposto errado.

2.3. A psicologia por trás da relação com a informação

2.3.1. A dificuldade em abandonar convicções falsas

Da mesma forma que a relação do leitor ou utilizador com a informação não é alheia a emoções, também não é a convicções. Uma das formas de o leitor se relacionar com os dados que recebe é pela confirmação, de modo que tende a considerar notícias consistentes com as suas crenças mais credíveis (Figueira et al., 2019, p. 234). Na era das redes sociais e das *filter bubbles*, considerar mais credível o que vai ao encontro de convicções pessoais nunca foi tão fácil.

Dá-se o nome de viés de confirmação à tendência para procurar, interpretar, reparar, recordar e acreditar em informação que confirma crenças pré-existentes (Wason, 1960). Por exemplo, uma pessoa que se manifesta contra o aborto é mais provável que procure e partilhe artigos que pareçam demonstrar que esta prática é errada ou pouco ética, tal como é mais plausível relembrar esses artigos do que a informação que se opõe à sua crença.

Esta tendência é um problema para o *fact-checking* porque, enquanto ferramenta para reduzir as perceções erradas, parte do pressuposto de que, como cidadãos e consumidores, confrontados com informação verdadeira e precisa abandonaremos as nossas falsas perceções. Mas o viés de confirmação indica precisamente o oposto. Sugere que, se um *fact-check* for contrário às crenças e visão do mundo de uma pessoa, é mais provável esta ignorar a correção e apegar-se à desinformação original (Swire et al., 2017a, p. 2). E quando procura um *fact-check*, tende a ser de declarações que já estava inclinada a duvidar e cuja refutação vai confirmar essa convicção. Como questiona Ball, quantos

de nós procuram regularmente *fact-checks* de declarações nas quais acreditam? (2017, p. 238).

Por um lado, o ser humano tende a acreditar em informação que vai ao encontro das suas crenças. Por outro lado, mesmo que uma informação falsa seja corrigida, não implica que deixe de ser influenciado pela mesma. A partir do momento em que se sente conectado à informação, a sua ideologia, convicções e valores influenciam o modo como a processa. E mesmo que, no limite, atualize as suas crenças, alguns estudos sugerem que essa atualização é temporária e que volta a acreditar parcialmente na desinformação. Swire et al. concluíram que, após uma semana, os participantes do estudo reacreditavam parcialmente na desinformação e esqueciam parcialmente a informação verdadeira ((2017a), p. 11). Estas descobertas demonstram que uma vez que o público toma uma informação por verdadeira, essa convicção é difícil de mudar.

Se conteúdo partidário parece mais interessante e informativo do que aquele que vai contra as convicções pessoais e é mais provável uma pessoa apegar-se a uma desinformação do que abandonar as suas crenças pré-existentes; se os leitores continuam a ser influenciados por uma informação falsa mesmo depois de esta ser corrigida e se mesmo que a correção funcione podem voltar a acreditar na desinformação com o tempo, então o pressuposto de que basta disseminar informação de qualidade para resolver o problema da desinformação, porque as pessoas vão priorizar o conteúdo preciso, não se efetiva. A resistência psicológica em aceitar dados que contrariam as crenças parece demonstrar que o problema da desinformação não se resolve unicamente com mais informação verdadeira a circular.

Wardle & Derakhshan sublinham que algumas investigações têm evidenciado que, para acabar de forma eficaz com uma informação falsa, os cérebros precisam de apreender uma narrativa alternativa. Por exemplo, em vez de fazer um *fact-check* sobre o Barack Obama não ser muçulmano, pode ser mais eficaz fornecer uma história de Obama a ir à igreja cristã local com a família. Apresentar uma narrativa alternativa é uma forma de utilizar as estratégias que funcionam na informação falsa – a repetição, os aspetos visuais fortes ou uma narrativa poderosa que provoque uma resposta emocional – para a informação verdadeira. Rumores, conspirações e conteúdos sensacionalistas só podem ser combatidos com “narrativas envolventes e poderosas que alavancam as mesmas técnicas da desinformação” (2017, p. 77).

Também os *fact-checkers* portugueses avançam com soluções. Como reconhece Fernando Esteves: “Temos uma tendência para partilhar aquilo que vai ao encontro das nossas convicções, mesmo que seja falso.” Esta partilha ocorre porque as pessoas se informam nas redes sociais, cujo algoritmo é construído para disponibilizar ao utilizador o que lhe é confortável. Mas acontece também, segundo o criador do Polígrafo, porque é a moeda das redes sociais. “Partilho o conteúdo de um amigo no Facebook na esperança de que ele partilhe também o meu. Há uma espécie de negócio, que não é falado, é invisível e funciona no domínio da psicologia.”

Fernando Esteves acredita que a esmagadora maioria das partilhas de desinformação são feitas de boa-fé. “Acontece com base na ignorância mediática das pessoas”, justifica. No seu entender, a literacia mediática e a educação são chaves essenciais para a luta contra a desinformação. O jornalista destaca a importância de ensinar na escola os jovens a distinguir informação falsa de verdadeira, informação que foi trabalhada e verificada por profissionais de informação distorcida ou manipulada. “Têm de ser ensinados a desconfiar do que lhes é posto à frente, a manejar instrumentos básicos de verificação de imagens e de texto. Quanto mais cultura mediática tiverem, mais dificilmente serão enganados e maior a probabilidade de cortar a cadeia viciosa da partilha.”

Ivo Neto concorda com o criador do Polígrafo e também sublinha a importância de a literacia mediática fazer parte da educação dos jovens desde o primeiro ciclo. “Existe uma enorme falta de literacia mediática em Portugal. É um problema que devia ser abordado desde o ensino básico, como já acontece em alguns países.” Para o jornalista, a tendência das pessoas de procurar a informação que as faz sentir melhor torna urgente a aposta na educação. Acredita que, da mesma maneira que qualquer condutor tem de ter carta de condução, saber as regras da estrada e o código, é preciso ensinar as crianças a navegar na informação. A *Internet* e as redes sociais oferecem mais informação do que nunca e para o jornalista a sociedade tem capacidade para ser a mais bem informada da história da humanidade. “A desinformação é inimiga da democracia e a melhor maneira de combater a desinformação é com informação. E os melhores agentes para trabalhar a informação são os jornalistas.”

2.3.2. Um “tiro pela culatra”. O impacto da repetição no fortalecimento de equívocos

Um fator chave para a aprendizagem é a repetição. Repetimos a tabuada centenas de vezes para a decorar e quantas mais vezes ouvimos uma música mais familiarizados ficamos com a letra. Com a informação falsa, o processo parece ser semelhante. Os resultados da investigação de Arkes et al. (1989) sugerem que declarações repetidas são consideradas mais válidas do que declarações não repetidas. Já as investigações de Unkelbach (2007) e de Unkelbach e Stahl (2009) chegaram à conclusão de que quando uma informação falsa é repetida, torna-se mais familiar, mais fácil de processar e, por isso, é mais facilmente tomada como verdadeira. A segunda leitura de uma declaração falsa parece torná-la mais verosímil, porque declarações repetidas recebem classificações de verdade mais altas do que novas declarações (Fazio et al. 2015, p. 993).

Swire et al. defendem que “parte da razão pela qual as correções são frequentemente ineficazes pode vir de as correções normalmente repetirem a desinformação, tornando-a mais familiar” ((2017b), p. 3). Por exemplo, um *fact-check* a uma informação falsa sobre a vacina contra a Covid-19 tem o objetivo de corrigir um equívoco do leitor, deixando-o mais bem informado e seguro. Mas ao repetir a informação falsa e ao torná-la mais familiar na cabeça do leitor, o *fact-check* pode ter o efeito contrário de o deixar mais inseguro, quanto à segurança da toma da vacina. Pior ainda, o leitor pode-se sentir mais impelido a defender o equívoco original do que se nunca tivesse lido o *fact-check*.

O viés de confirmação já é, por si só, difícil de resolver. Mas alguns estudos (Lewandowsky et al., 2012; Trevors et al., 2016) ainda sugerem que quando somos apresentados com evidências que contradizem as nossas crenças, podemos reforçá-las ao invés de as abandonar. Dá-se o nome de *Backfire Effect* a esse fenómeno, descoberto em investigações de Brendan Nyhan e Jason Reifler, no Dartmouth College, que ocorre “quando um indivíduo se sente motivado a defender o seu sistema de crenças e, ironicamente, relata uma crença mais forte no equívoco original após receber a sua refutação” (Swire et al., 2017a, p. 12). O *Backfire Effect* põe em causa não só a eficácia do *fact-checking*, mas o seu propósito. Se quando uma correção desafia o seu sistema de crenças, a pessoa sente-se ainda mais motivada a defendê-las, o *fact-check* não só não reduz, mas agrava a perceção errada.

Pior ainda, o *fact-check* fez a informação falsa chegar a novos leitores. Para os agentes por trás das campanhas de desinformação, a amplificação mediática é uma técnica fundamental de sucesso, independentemente de a informação ser citada para ser confirmada ou refutada. É por isso que alguns autores defendem que, por vezes, é mais eficaz ficar estrategicamente em silêncio do que amplificar conteúdo enganoso ou provocar o *Backfire Effect*. Como explica Álex Grijelmo, o silêncio estratégico acontece quando o agente mede as vantagens e desvantagens e conclui ser preferível ficar em silêncio a falar (2012, secção “La paradoja del silencio”). Wardle & Derakhshan sugerem que a indústria jornalística se deve unir para refletir sobre o silêncio estratégico e o impacto de “reportar informações falsas e fornecer oxigénio a rumores ou conteúdos fabricados que, de outra forma, ficariam em comunidades *online* de nicho” (2017, p. 66).

Ivo Neto concorda e defende que é um fenómeno que merece muita cautela. “É impensável enquanto jornalista do *Público* e trabalhador da *Prova dos Factos*, pegar num *post* que vi o Zé da esquina partilhar no Facebook e dar-lhe visibilidade. Ao entrar no *site* e nas redes sociais do *Público*, vai ter uma multiplicação por plataformas e, certamente, mais visibilidade do que a que merece.”

Embora admita que o *Backfire Effect* pode acontecer, Fernando Esteves considera que a alternativa do silêncio estratégico é muito pior: “A solução para combater a desinformação, que é provavelmente a maior ameaça à democracia nos dias que correm, não é meter a cabeça debaixo da areia, não é fingir que não existe. A desinformação combate-se com informação, não se combate com silêncio, como querem esses académicos.” Para o jornalista, o que se ganha com o *fact-checking* é “estupidamente maior do que o que eventualmente se possa perder.”

A força e a frequência do *Backfire Effect* ainda hoje são debatidas. Wood e Porter, por exemplo, defendem que a sua evidência factual é muito mais ténue do que se faz parecer e que, no geral, os cidadãos prestam atenção às informações factuais, mesmo quando elas desafiam os compromissos ideológicos (2018, p. 135). No entanto, os próprios admitem que não é categoricamente impossível. Existindo *Backfire Effect*, as consequências são tão nefastas que podem abalar o propósito do *fact-checking*.

CAPÍTULO 3 – PROBLEMA DE INVESTIGAÇÃO E METODOLOGIA

3.1. Questão de partida e objetivos

A questão de partida que guiou esta dissertação é “o que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos?”, o qual tem, na sua génese, a verificação dos factos como regra sagrada da existência desta atividade. Entende-se *fact-checking* como a especialidade ou área jornalística que emergiu e dominou a cobertura política com o objetivo de “aumentar o conhecimento ao relatar e pesquisar factos verificáveis de declarações, já publicadas, feitas por políticos e qualquer pessoa cujas palavras tenham impacto na vida e nos meios de subsistência de outras pessoas” (Elizabeth, 2014, Secção “Not Just Politics”).

O primeiro objetivo desta dissertação é compreender qual é o propósito do *fact-checking* e como é que este difere do desígnio do jornalismo tradicional. O segundo objetivo é perceber quais são as limitações do *fact-checking* e o terceiro é compreender se existem vantagens no trabalho de um *fact-checker* face ao trabalho de um jornalista tradicional. Tendo por base estes objetivos, foram elaboradas quatro hipóteses de investigação:

H1 – O *fact-checking* tornou-se uma especialidade ou área do jornalismo.

H2 – As escalas de classificação de verdade do *Fact Check*, Polígrafo e Prova dos Factos são comparáveis.

H3 – Os *fact-checkers* do *Fact Check*, Polígrafo e Prova dos Factos tendem a analisar as mesmas declarações.

H4 – Os *fact-checkers* do *Fact Check*, Polígrafo e Prova dos Factos tendem a atribuir as mesmas classificações.

3.2. *Corpus* de análise

Esta investigação foca-se nos três meios de comunicação que lideram o movimento de *fact-checking* em Portugal: o Polígrafo e os projetos do Observador e do *Público*. Como já foi referido no início da investigação, os três projetos eram certificados pelo *Poynter Institute for Media*, mas uma vez que esta certificação é temporária e

renovável, à data da entrega da dissertação esse quadro alterou-se. Ainda assim, é incontornável a relevância que têm no movimento de *fact-checking* em Portugal. O facto de o Polígrafo ser um jornal exclusivamente dedicado ao *fact-checking*, mas os outros dois projetos praticarem *fact-checking* de forma orgânica na redação também é muito significativo.

O jornal *online* Observador surgiu em janeiro de 2014 como meio direcionado para a nova ecologia de notícias, para a *Internet* e as novas formas de acesso à informação. O seu projeto de *fact-checking* nasceu em 2015 e foi expandido em 2017, com o objetivo de ajudar os leitores a distinguir a verdade da mentira e contribuir para um debate público mais informado e esclarecido. O jornal juntou-se ao programa de *fact-checking* do Facebook, em 2019, para ajudar a combater publicações falsas ou enganadoras na rede social e à *FactCheckUE*, um projeto da IFCN com o objetivo de desmontar e travar a informação, antes das eleições de maio de 2019. O Observador tem ainda uma parceria com a TVI, num programa de *fact-checking* chamado “A Hora da Verdade”.

O jornal *Público* realiza *fact-checking* através do projeto A Prova dos Factos, que tem como objetivo escrutinar “o que dizem os protagonistas do espaço público” e confirmar “o que corre sem filtro nas redes sociais” (*Público*, s.d.). Tal como o Observador, colabora com a IFCN do *Poynter* e segue o seu código de conduta. O *Público* é um exemplo de inserção orgânica do *fact-checking* numa redação, uma vez que, ao invés de terceirizarem este processo, capacitam a equipa para o fazer.

Ao contrário dos projetos anteriores, o Polígrafo é um jornal exclusivamente dedicado ao *fact-checking*. Foi lançado em novembro de 2018, na *Web Summit*, e identifica-se como “um jornal profundamente vocacionado para a utilização das novas tecnologias na atividade jornalística”, com o objetivo de apurar a verdade no espaço público (Polígrafo, s.d., secção “Estatuto Editorial”). Tem uma página *web* ligada ao portal sapo.pt e uma parceria de *fact-checking* com a SIC. Alguns autores consideram esta parceria uma forma de suprimir as necessidades de ambos os intervenientes, visto que a SIC obtém apoio especializado na realização de *fact-checking* e o Polígrafo consegue expor de forma mais eficaz o seu trabalho (Cardoso et al., 2020, p. 26).

Tal como o Observador e o *Público*, o Polígrafo colabora com a IFCN. Alguns autores defendem que o Polígrafo não deve ser considerado um jornal porque o *fact-*

checking ser uma rotina central do jornalismo não é suficiente (Figueira et al., 2019, p. 253). No entanto, tendo o Polígrafo registo na ERC, que é a entidade responsável por atribuir o estatuto de meio jornalístico em Portugal, o Polígrafo deve ser entendido, à semelhança do que defende o seu criador, como um jornal.

Embora esta dissertação se foque no *fact-checking* de redação, muitas iniciativas de combate à desinformação estão em andamento e merecem referência. Destaca-se a agência Lusa, que tem um *site* dedicado exclusivamente a *fact-checking* e ao combate da desinformação. Duas das ferramentas disponíveis no *site* é o Iberifier, um projeto de combate da desinformação em Espanha e Portugal, vinculado ao European Digital Media Observatory (EDMO), e o ContraFake, projeto tecnológico baseado em inteligência artificial com o objetivo de alertar para a desinformação difundida pelas redes sociais. O ISCTE lançou, no final de 2022, a primeira pós-graduação de *fact-checking* em Portugal, com o objetivo de, como consta no *site* da instituição, “ajudar os cidadãos em geral e profissionais da comunicação em particular a explorar os fenómenos da informação, da desinformação e da verificação de factos.”

3.3. Metodologia

3.3.1. Análise de conteúdo

Foram recolhidos todos os *fact-checks* publicados nos *sites* do Polígrafo, do Observador e do *Público*, os quais foram submetidos a técnicas de análise quantitativas e qualitativas, nomeadamente a análise de conteúdo, “um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 1977, p. 38).

As técnicas quantitativas são utilizadas com o objetivo de analisar a frequência de certos elementos e a correção entre os mesmos, numa grande base de dados. “A abordagem quantitativa funda-se na *frequência* de aparição de certos elementos da mensagem” (Bardin, 1977, p. 114). As técnicas qualitativas são utilizadas com o objetivo de analisar um conjunto mais pequeno, mas mais complexo, de elementos. “A abordagem não quantitativa recorre a indicadores não frequenciais susceptíveis de permitir inferências; por exemplo, a *presença* (ou a *ausência*) pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição” (Bardin, 1977, p. 114).

A análise de conteúdo baseou-se nas três etapas de Bardin. A pré-análise é a fase de organização com o objetivo de operacionalizar e sistematizar as ideias iniciais, o que implica escolher e analisar documentos, formular hipóteses e elaborar indicadores para fundamentar a interpretação final. A segunda etapa é a de exploração do material e a última de tratamento dos resultados brutos, por meio de operações estatísticas e interpretação.

Foi estabelecido um período de análise de seis meses, de julho a dezembro de 2022. Considera-se que é um período suficientemente extenso para comparar a quantidade de *fact-checks* produzidos por cada um dos meios, as temáticas dominantes e as classificações mais atribuídas. A escolha deste período de análise também se prende com o facto de existirem vários momentos jornalisticamente relevantes, desde o Mundial do Qatar que gerou discussão à volta do desporto, mas também dos direitos humanos, a morte da rainha Isabel II que mobilizou os *media* em todo o mundo, a guerra na Ucrânia e as vacinas da Covid-19.

No total, foram recolhidos e analisados os 1169 *fact-checks* produzidos durante este período, excluindo-se, à partida, todas as peças do projeto do Observador com formato rádio, uma vez que este formato repete temas já trabalhados em imprensa.

A partir destes dados, foi construída uma grelha de análise que contém a data, o título, o formato e a declaração a ser analisada, além do autor, tema e classificação atribuída. A fonte da declaração divide-se em várias categorias e tópicos de análise: redes sociais, políticos ou partidos, jornais ou fontes oficiais. Foi também analisada a existência ou inexistência de multimédia – fotografias, imagens, vídeos ou infografias – e foi dedicada uma coluna às pessoas e temas visados nas declarações. Segue-se a base a partir da qual foi realizada a análise de conteúdo.

| Nº. | Data | Jornal | Título | Formato | Declaração analisada | Autor | Interligação | Classificação |
|----------------------------|------------------------------|--------|--------------------------------------|---------|----------------------|--------------------------|--------------|---------------|
| Fonte: Redes sociais | Fonte: Políticos/Partidos | | Fonte: Jornais/Fontes oficiais | | Tema | Pessoas/Temas visados | Multimédia | Link |

Figura 1 – Grelha da análise de conteúdo

Um dos aspetos mais relevantes da grelha de análise é a coluna dedicada à interligação entre os três meios, sendo que foram recolhidos todos os *fact-checks* cuja declaração já havia sido analisada por outro meio. O objetivo por trás desta tarefa é compreender se o *Fack Check*, o Polígrafo e a Prova dos Factos tendem a priorizar os mesmos temas e a analisar as mesmas declarações. Mais importante ainda, se quando analisam as mesmas declarações lhes atribuem a mesma classificação. Imagine-se a declaração X, que foi escolhida e verificada pelos três meios. Depois do período de análise, os *fact-checkers*, através das duas respetivas escalas de classificação, atribuem “Verdadeiro”, “Falso” ou uma escala intermédia como “Descontextualizado” ou “Inconclusivo” à declaração. Estas decisões coincidem ou, pelo contrário, o *Fact Check*, o Polígrafo e a Prova dos Factos partem da mesma declaração, mas chegam a conclusões diferentes?

3.3.2. A importância das entrevistas

Para complementar a análise, foram realizadas entrevistas qualitativas aos protagonistas do *fact-checking* em Portugal, por serem “provavelmente o método mais amplamente usado para investigar o mundo social” (Davies, 2002, p. 94). Foram entrevistas semi-estruturadas, uma vez que não seguiram um conjunto rígido de perguntas pré-determinadas, nem foram oferecidas opções de resposta para serem escolhidas pelo entrevistado. Foram realizadas com base em tópicos, mas com abertura para se trocar a ordem, serem introduzidos novos tópicos conforme o decorrer da conversa e com respostas abertas, não restritas a noções pré-concebidas.

A primeira entrevista foi a Ivo Neto, jornalista, editor da secção *online* e cara do projeto de *fact-checking* do jornal *Público*, no dia 12 de janeiro de 2023. Seguiu-se Fernando Esteves, fundador e criador do Polígrafo, a 17 de janeiro de 2023. Por último, Mário Costa, jornalista do Observador desde novembro de 2021, cuja entrevista ocorreu a 22 de maio de 2023. Apesar das sucessivas tentativas, não foi possível entrevistar Pedro Rainho, coordenador de *fact-checks* do Observador.

O facto de os entrevistados terem posições diferentes na hierarquia dos meios a que pertencem permitiu obter uma visão mais transversal do que está em causa quando abordamos o tema *fact-checking*. Fernando Esteves fala da sua perspetiva enquanto criador do primeiro jornal de *fact-checking*, em Portugal. Muitas das ferramentas que o

Polígrafo tem ainda hoje, desde escolhas editoriais à própria escala de classificação, foram criadas por Fernando Esteves. Por outro lado, os jornalistas do Observador e do *Público* oferecem uma visão do *fact-checking* inserido de forma orgânica na redação de um jornal tradicional. Ivo Neto, embora não dedique tanto tempo ao *fact-checking* como outro profissional do Polígrafo, acabou por se tornar a cara do projeto no *Público* quando tratou do processo de candidatura ao *Poynter*. Mário Costa, jornalista mais jovem e com menos experiência, olha para o *fact-checking* como um trabalho extraordinário.

CAPÍTULO 4 – DISCUSSÃO DE RESULTADOS

4.1. Análise geral dos dados

Atendendo que o Polígrafo é o único meio dedicado exclusivamente ao *fact-checking*, a primeira questão que se levanta é se a quantidade de *fact-checks* produzida pelos três meios é muito discrepante. Para responder a esta questão, foram recolhidos todos os *fact-checks* realizados nos últimos seis meses de 2022 pelo *Fact Check*, a Prova dos Factos e o Polígrafo.

Dos 1169 *fact-checks* produzidos durante o período de análise, o Polígrafo lidera com 748. No Observador e no *Público*, onde o *fact-checking* é um dos trabalhos do jornalista, mas não o único, o número de *fact-checks* no período analisado já é consideravelmente menor. O *Fact Check* realizou 316 verificações e o *Público* 105, o que demonstra, como já era expectável, uma forte discrepância em relação ao Polígrafo.

Para Ivo Neto, estes resultados não são surpreendentes. O jornalista admite que a quantidade de *fact-checks* que são produzidos é um dos pontos que distingue, à partida, a Prova dos Factos do Polígrafo. “Nos colegas do Polígrafo, há uma maior produção, mais conteúdos, conteúdos quase diários. Aqui, não temos essa possibilidade”, explica o jornalista. Em primeiro lugar, porque não existe ninguém alocado exclusivamente ao projeto e, em segundo lugar, porque o *Público* tem um filtro muito grande do que deve ou não ser verificado. Também para Mário Costa, os resultados não seriam surpreendentes uma vez que, como o próprio admite, no Observador o *fact-checking* é entendido como um trabalho extraordinário, não primário, dos jornalistas.

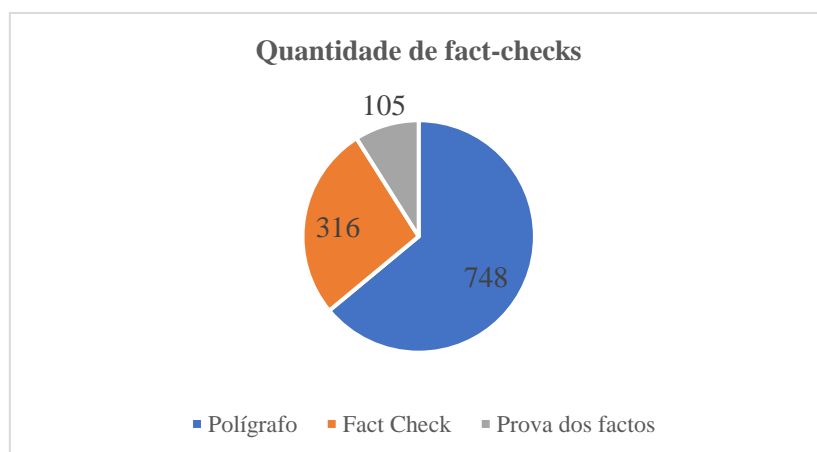


Figura 2 – Quantidade de *fact-checks* produzidos pelo Polígrafo, *Fact Check* e Prova dos Factos

Não é surpreendente que o Polígrafo tenha a menor diversidade de autores, uma vez que todos estão exclusivamente dedicados ao *fact-checking*. Nos restantes projetos, como os profissionais estão divididos entre as tarefas jornalísticas rotineiras e os *fact-checks*, a diversidade de autores é muito maior. O Polígrafo tem onze autores, sendo que Gustavo Sampaio, diretor-adjunto, é o jornalista com maior número de *fact-checks*, seguindo-se Salomé Leal, com 207 *fact-checks*. O Observador tem 19 autores e a Prova dos Factos 33, destacando-se a parceria com a Lupa, um dos principais meios de *fact-checking* no Brasil, também certificado pelo *Poynter*.

O facto de os períodos eleitorais terem desempenhado um papel tão importante na história do *fact-checking* demonstra o vínculo político que lhe está associado. E embora o atual objetivo do *fact-checking* pareça ir além do de manter os políticos honestos, importa perceber se a política continua a ser um tema dominante e as eleições um período particularmente rico de *fact-checks*.

Recolhidos os temas de todos os *fact-checks* realizados no período de análise, foi possível concluir que no Polígrafo dominam *fact-checks* de sociedade, política, economia e internacional. No Observador, os temas dominantes são as eleições do Brasil, internacional e sociedade, seguindo-se o mundial do Qatar e a guerra na Ucrânia. Quanto aos *fact-checks* da Prova dos Factos, são muito marcados pelas eleições do Brasil, daí a parceria que o projeto tem com a Lupa, seguindo-se política e ambiente, numa escala significativamente menor.

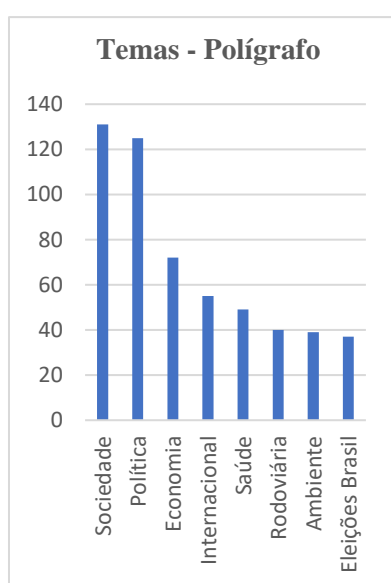


Figura 3 – Temas dominantes no Polígrafo

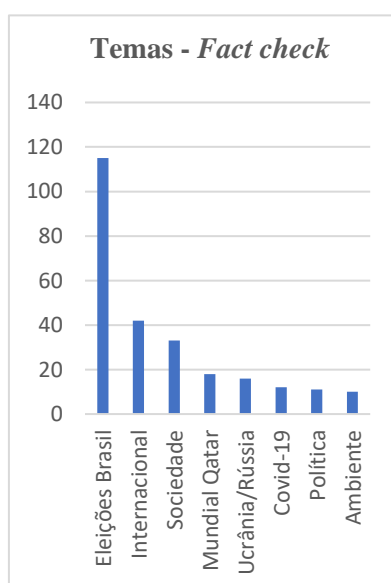


Figura 4 – Temas dominantes no Fact Check

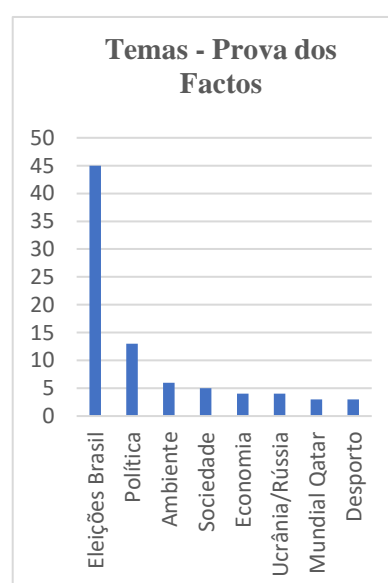


Figura 5 – Temas dominantes na Prova dos Factos

Nos três meios analisados, a categoria “Política” esteve sempre entre os três temas mais abordados e os períodos eleitorais também parecem ser particularmente ricos para *fact-checking*. Tendo ou não uma secção específica de *fact-checking*, a maioria dos jornais acaba por publicar este conteúdo de verificação de factos em época eleitoral, uma vez que estatísticas imprecisas ou descontextualizados, insultos e provocações, dados enganosos ou manipulados, abundam nos discursos eleitorais. Não é por acaso que o ano 2016 é uma data tão importante na história do *fact-checking*, ou que o *Público* fez uma parceria com a Lupa exclusivamente para combater a desinformação relacionada com as eleições do Brasil.

A maior parte das verificações visa declarações das redes sociais. No Polígrafo, 561 das declarações verificadas foram retiradas das redes sociais, seguindo-se 184 afirmações que foram proferidas por políticos e 167 analisadas a pedido dos leitores. No *Fact Check*, também a esmagadora maioria das declarações analisadas provém das redes sociais – 345 declarações face às 14 proferidas por políticos. Na Prova dos Factos, 76 das declarações verificadas foram proferidas por políticos ou partidos e 17 foram retiradas das redes sociais. O foco dos *fact-checkers* não parece ser o de corrigir ou monitorizar o trabalho dos jornalistas tradicionais, mas o de verificar as publicações – que muitas vezes até referem, de forma enganosa, jornais ou jornalistas – das redes sociais.

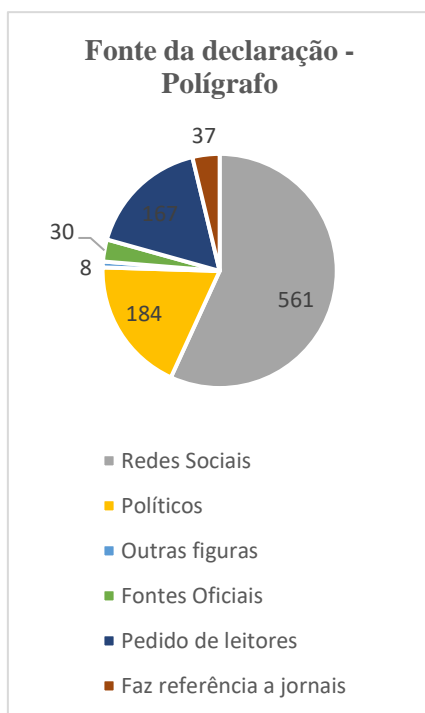


Figura 6 – Fontes de declarações do Polígrafo

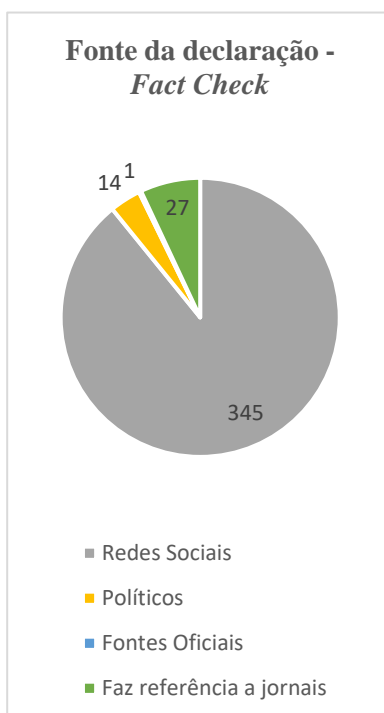


Figura 7 – Fontes de declarações do Fact Check

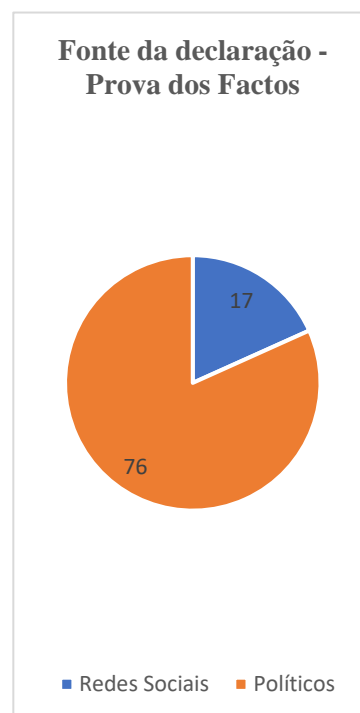


Figura 8 – Fontes de declarações da Prova dos Factos

Entre as várias redes sociais destaca-se o Facebook. No Polígrafo, representa 423 das 561 declarações retiradas das redes sociais. No *Fact Check*, 257 das 345 declarações e, na Prova dos Factos, 4 das 17. Segue-se o Twitter e o Instagram, sendo que o Tiktok representa uma minoria face às outras redes. No entanto, atendendo ao elevado crescimento dos utilizadores nesta rede social, é de esperar que venha a ganhar mais relevância no futuro.

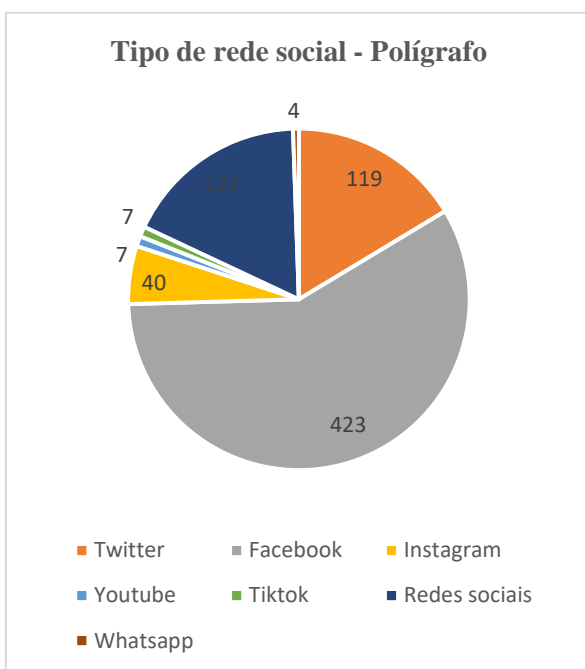


Figura 9 – Redes sociais verificadas pelo Polígrafo

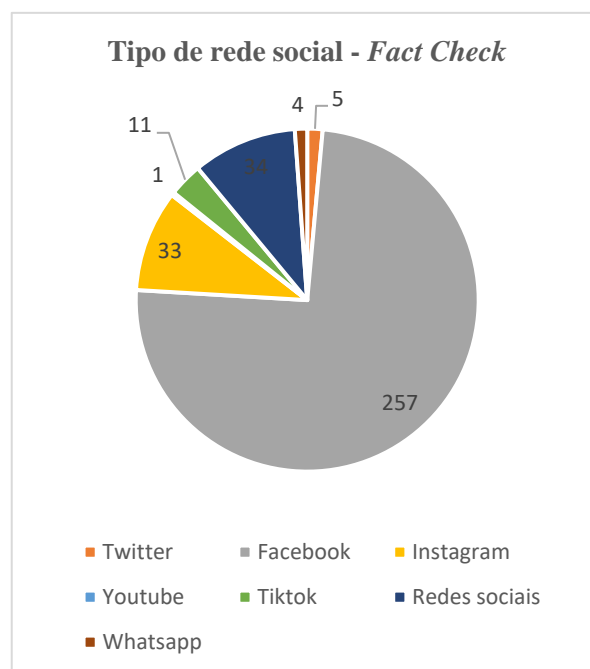


Figura 10 – Redes sociais verificadas pelo *Fact Check*

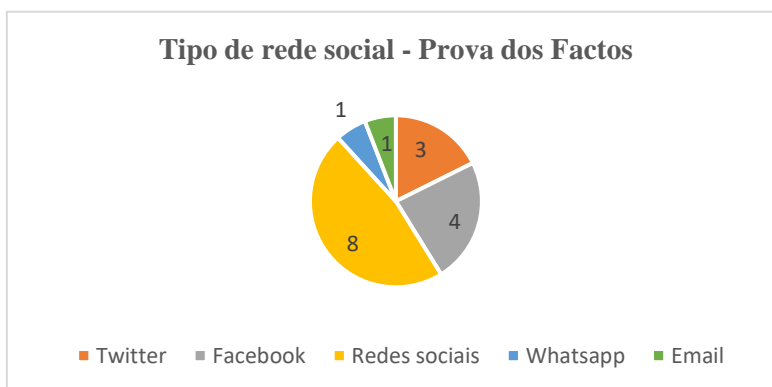


Figura 11 – Redes sociais verificadas pela Prova dos Factos

Entre as figuras políticas mais referidas, destaca-se André Ventura, Luís Montenegro e António Costa, no caso do Polígrafo e do *Fact Check*. Na Prova dos Factos, Lula da Silva e Jair Bolsonaro foram as individualidades cujas declarações mais foram

verificadas, o que é expectável tendo em conta a enorme importância que as eleições do Brasil têm para este projeto. Fundações, associações, forças de segurança e de saúde ou dados retirados de *sites* como o Pordata ou o Eurostat estiveram entre as fontes oficiais mais referidas nas declarações verificadas pelo Polígrafo, sendo que no caso do *Fact Check* e da Prova dos Factos não têm tanta importância.

O facto de o Polígrafo ser o único meio dedicado exclusivamente ao *fact-checking* em Portugal faz com que se distinga dos outros meios, principalmente em termos de quantidade de *fact-checks* e de número de profissionais que tem alocados. Apesar destas diferenças quantitativas, os três meios demonstram um elevado vínculo à política, sendo este o tema mais recorrente, e uma forte relevância das redes sociais enquanto fonte de declarações. Entre elas, destaca-se o Facebook, o que não é surpreendente tendo em conta que tanto o *Fact Check* como o Polígrafo têm parcerias com esta rede social.

4.2. O *fact-checking* tornou-se uma especialidade ou área do jornalismo?

“O fact-checking quase que se autonomizou como uma disciplina autónoma porque é uma espécie de regresso sistematizado aos princípios mais rudimentares da profissão.

No fundo, não é nada mais do que o jornalismo no seu estado mais puro”

Fernando Esteves, *Polígrafo*

Sendo a questão de partida o que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos, a primeira questão que importa responder é se os *fact-checkers* são jornalistas. No caso do Observador e do *Público*, a resposta é mais óbvia, uma vez que os *fact-checkers* são os mesmos profissionais que escrevem diariamente as notícias. Mário Costa, que está no Observador desde novembro de 2021, só faz cerca de quatro *fact-checks* por mês. “É uma espécie de trabalho extra, como se fossem horas extraordinárias. É uma tarefa que é remunerada à parte. Aqueles que têm interesse, há um editor de *fact-checking* e falam com ele. Está aberto para todos, quem quer faz. E há muita gente a fazer”, explica o jornalista. No *Público*, não há um profissional dedicado exclusivamente ao *fact-checking*. “A única pessoa que está verdadeiramente, e nem é oficial, sou eu. No fundo, dou a cara por esta função”, explica Ivo Neto. “Todos os nossos textos são escritos por jornalistas. Colegas que hoje fazem *fact-checks*, ontem fizeram [artigos] sobre macroeconomia e, no dia anterior, sobre empresas. São jornalistas”, conclui.

O caso do Polígrafo não parece tão claro, uma vez que todos os profissionais se dedicam exclusivamente ao *fact-checking*. Mas, para o seu criador, esta divisão entre o jornal e os meios de comunicação tradicionais não faz sentido. Os profissionais do Polígrafo têm um conjunto de rotinas diárias que em nada se distinguem das de um jornalista. Tal como na construção de uma notícia, começam pela pesquisa e pela confirmação dessa informação através do cruzamento de fontes e terminam na escrita do texto. “As técnicas que utilizamos são exatamente as mesmas que são utilizadas pelos meus colegas da imprensa dita tradicional”, explica Fernando Esteves. Aponta apenas duas diferenças. A primeira, mais técnica, que é a avaliação que é realizada no final de cada *fact-check*, em função de uma escala pré-estabelecida. A segunda prende-se com o facto de algumas técnicas jornalísticas serem utilizadas de forma mais sistemática no Polígrafo do que numa redação tradicional. “Refiro-me à não utilização de fontes anónimas, que deveria ser uma regra no jornalismo, mas não é”, explica Fernando Esteves, sublinhando que, no Polígrafo, esta é imprescindível.

Os *fact-checkers* portugueses são jornalistas e na representação do seu trabalho assumem-se como tal. Fernando Esteves expressa esta convicção dizendo que “o *fact-checking* é apenas uma técnica e a técnica mais basilar da profissão.” Para o criador do Polígrafo, a verificação de factos é a essência de todo o trabalho jornalístico. “Não existem os jornalistas e os *fact-checkers*, existem os jornalistas.” São referidos em separado porque a tarefa de verificação dos factos, que desde sempre esteve presente nas redações, autonomizou-se numa “espécie de regresso sistematizado aos princípios mais rudimentares da profissão.” Para Fernando Esteves, *fact-checking* é jornalismo no seu estado mais puro.

Também Ivo Neto não concebe o *fact-checking* como algo que não seja jornalismo, uma vez que a verificação de factos é um princípio basilar do jornalismo desde sempre. “Olhamos para o *fact-checking* como um campo do jornalismo. Isto não é algo que surgiu agora. O *fact-checking* existe desde que existe jornalismo. Porque, se repararmos, o que faz o jornalismo? Torna claro e dá visibilidade àquilo que não é claro.”

Estes resultados não são surpreendentes se tivermos em conta que, como foi referido no início da dissertação, a verificação de factos sempre fez parte do jornalismo, sendo um dos princípios indissociáveis da profissão. À semelhança do clima de redação que se vive no filme “Shattered Glass”, Fernando Esteves refere um dos jornais mais bem-

conceituados do mundo como exemplo da importância que a confirmação dos factos sempre teve numa redação. “O *The New York Times* tem uma secção só de *fact-checkers*, composta por jornalistas, altamente qualificados, que vão confirmar a informação recolhida pelos colegas da redação”, explica. É por isso que considera o *fact-checking* a “caraterística principal do exercício jornalístico.”

Se, como defende Fernando Esteves, não existem os *fact-checkers* e os jornalistas, apenas os jornalistas, porquê investir num jornal que se dedica exclusivamente ao *fact-checking*? Porque é que surgiu um movimento de *fact-checking* enquanto especialidade paralela ao jornalismo? Para o criador do Polígrafo, responder a esta questão implica refletir sobre a crise do jornalismo *mainstream*. Acredita que a esmagadora maioria dos jornais tem as ordens do interesse público e do interesse do público muito desequilibradas e que pensam mais na segunda do que na primeira. Isto acontece porque, com a pressão que é vivida nas redações, o foco passa a estar no tráfego – que é o que garante a sua sobrevivência – e as respostas acabam por ser sempre duas: dar mais conteúdo e conteúdo que promova os cliques. Como tal, vê o *fact-checking* como um regresso aos princípios básicos da profissão. “No fundo, não é nada mais do que o jornalismo no seu estado mais puro.”

O *fact-checking* não surgiu para fiscalizar os jornalistas. O Polígrafo estabelece, por exemplo, a regra de não avaliar jornais ou jornalistas, apenas protagonistas de notícias. Fernando Esteves explica que o objetivo do seu projeto de *fact-checking* não é ser a bíblia do jornalismo, pois “quem deve avaliar os órgãos de comunicação social são os seus leitores.” Quando o Polígrafo foi criado, circulava essa ideia de que o propósito era verificar o que os outros jornais escreviam, existindo alguma resistência por parte dos colegas da imprensa tradicional. Quando se tornou claro que o objetivo não era monitorizar os outros jornais, era “só um projeto jornalístico diferente”, a resistência desapareceu e a relação com os meios tradicionais tornou-se de tal modo estreita que até foi criada uma parceria com a SIC. O programa é totalmente baseado nos conteúdos do jornal digital que, transformados em peças televisivas, conseguem chegar a um público mais vasto.

Os meios tradicionais são, precisamente, uma forma de o *fact-checking* alcançar um público mais amplo. Graves e Cherubini (2016) descobriram que metade dos *sites* europeus de *fact-checking* dependia fortemente dos meios de comunicação tradicionais

para aumentar o seu alcance, independentemente da sua organização, práticas de pesquisa e modelo de funcionamento (pp. 25-30). Esta simbiose entre *fact-checkers* e jornalistas é particularmente óbvia em Portugal visto que tanto o *Fact Check* como a Prova dos Factos são projetos inseridos organicamente em meios de comunicação tradicional – o Observador e o *Público*. Uma relação conflituosa é impossível, uma vez que os *fact-checkers* são os jornalistas.

Uma segunda opção é que o *fact-checking* surgiu porque o jornalismo falhou. Os dados do Digital News Report de 2022 demonstram que, revertendo a confiança adquirida no auge da pandemia quando a importância do jornalismo foi reforçada, a confiança em instituições jornalísticas caiu em quase metade dos países analisados e subiu em apenas sete (Newman et al., 2022, p. 10). E os dados do relatório de 2023 não são mais motivadores. “A confiança nas notícias caiu, em todos os mercados, ainda mais 2% do ano passado, revertendo em muitos países os ganhos obtidos no auge da pandemia da Covid-19”, conclui-se (Newman et al., 2023, p. 10). O consumo de *media* tradicionais como a televisão ou a imprensa continua a cair e, talvez mais surpreendente, também o consumo de notícias *online*. Pelo contrário, o número de leitores que afirma evitar as notícias é cada vez maior.

O défice de confiança do público poderá ser, de alguma forma, indício de que o jornalismo está a falhar? Para Fernando Esteves, “o jornalismo de *fact-checking* só surge como uma resposta à crise do chamado jornalismo tradicional.” O entrevistado lembra que os jornais tradicionais portugueses que vendiam dezenas ou centenas de milhares de exemplares por dia, hoje vendem pouquíssimos. “Aos jornalistas e, nomeadamente, aos diretores editoriais é-lhes bastante confortável pensar que tem a ver com a crise e com o facto de as pessoas terem menos dinheiro para gastar em jornais e gostarem de consumir informação *online*, que é mais barata. Mas não, não tem nada a ver com isso.” Para o jornalista, tem a ver com o desinvestimento nas redações, com a política dos baixos custos, que depois se reflete na qualidade. Gerou-se um distanciamento entre os leitores e os jornalistas porque, como lembra, “quando um produto não tem qualidade, não é possível enganar as pessoas durante muito tempo.”

Fernando Esteves compara a vida que os jornalistas do Polígrafo tinham a escrever 15 notícias por dia e a que têm agora, a fazer um *fact-check* diário. “O Polígrafo tem um ótimo tráfego, é um jornal muito visitado, mas não queremos tráfego a qualquer custo.

Prefiro que as pessoas façam menos, mas façam bem”, considera. É por isso que entende o jornalismo de *fact-checking*, no geral e o Polígrafo em particular, como “uma reação ao estado de coisas, uma espécie de voltar aos princípios da profissão.” O jornalista acredita que o propósito do Polígrafo não é correr atrás dos assuntos, mas ser um “carro vassoura” que analisa tudo o que já foi escrito sobre o tema e tem uma palavra final. “Não me importo que sejamos mais lentos, desde que o que publicamos seja completamente seguro.” Fernando Esteves considera que o próprio leitor está educado nesse sentido. Por exemplo, depois de um debate no Parlamento, não espera *fact-checks* imediatos do Polígrafo. “Os leitores já sabem que provavelmente vão ter de esperar até ao final da noite, ou até ao dia seguinte, para ler o trabalho que desenvolvemos sobre esse debate.”

Para Fernando Esteves, a regra do Polígrafo de não ser o primeiro jornal a escrever sobre os assuntos é o contrário do que acontece na imprensa tradicional. “Há jornalistas em Portugal, nomeadamente esta nova geração, que chegam aos 30 anos sem ainda saber fazer coisas básicas como cruzamento de fontes, confirmação de informação porque isso nunca lhes foi pedido. É-lhes pedido que copiem notícias das agências noticiosas como a Lusa ou a Reuters e que não façam mais do que isso. O que teria de ser feito a mais do que isso é que é essencial na prática jornalística”, conclui. Como consequência, criam-se “analfabetos jornalísticos” num círculo vicioso, em que uns males alimentam os outros. “Prefiro acreditar que a qualidade resulta e o Polígrafo é um exemplo disso. É um jornal lucrativo, apesar de publicar apenas, em média, 4 conteúdos por dia.”

A qualidade do que produz influencia, em grande medida, o sucesso empresarial. “A sobrevivência do negócio do Polígrafo está diretamente relacionada com a qualidade dos seus conteúdos, não com o tráfego”, explica. Porque fazem parte da IFCN, são alvo de uma auditoria anual. Se com essa auditoria perderem a certificação, veem-se limitados no acesso aos fundos internacionais, que afetam a sobrevivência do Polígrafo enquanto negócio. E porque o auditor não avalia o tráfego do *site* – essa é uma informação que nem têm de fornecer –, a avaliação acontece exclusivamente ao nível da qualidade do trabalho que o jornal faz, o que Fernando Esteves considera ser “muito saudável”.

Para Ivo Neto, o jornalismo não falhou às pessoas. “Caso contrário, não tínhamos esta democracia. Tem muitos defeitos, mas modificou-se, alterou-se.” E o crescimento do *fact-checking* pode ser um sinal dessa mutação, uma forma que os jornais arranjaram de

trabalhar temas que de outro modo não seriam trabalhados ou com um tipo de abordagem diferente.

A ideia de que o *fact-checking* é um sinal da adaptação do jornalismo a novas necessidades, do aproveitamento pela crescente procura por fontes não tradicionais de notícias para se estabelecer como fonte credível e confiável que os cidadãos podem consultar em alternativa às redes sociais, é apontada por Goyanes e Lavín (2018, pp. 4-5). Ivo Neto confia que um dos artigos mais lidos do *Público*, na semana anterior à entrevista, era de um *fact-check* sobre uma alegada burla dos CTT. “Também fizemos da SONAE, da Decathlon e são sempre artigos com muita procura. São artimanhas cada vez mais bem montadas. Eu próprio fiquei na dúvida. Quando vi esse da SONAE, lembro-me de pensar que poderia ser verdadeiro.” Este é um exemplo de como o *fact-checking* pode pegar na base jornalística e dar-lhe um invólucro diferente, direcionando a informação para as novas necessidades dos leitores. O velocímetro é outro exemplo de como é possível apresentar a informação de forma mais simples e fácil de ler.

Esta adaptação não significa que o jornalismo se tornou arcaico. Os leitores já não precisam de um jornalista *gatekeeper*, mas não significa que não precisem de um jornalista de todo. O *fact-checking* pode ser entendido como um sinal de que o jornalismo se está a adaptar a novos tempos – à necessidade do público por um tipo de conteúdo mais explicativo. Apesar dos riscos que a *Internet* acarreta, nunca o jornalismo teve tanta facilidade em chegar a tantos leitores (Pena, 2019, p. 162). E por isso, mais do que uma era de ameaças, vive-se uma era de oportunidades. O futuro do jornalismo pode não passar pelo seu papel de mediador entre a informação e o público – porque agora o público consegue aceder diretamente à informação sem o jornalista – mas pela qualidade da informação que entrega. “Mais do que um produto, pode dizer às pessoas o que elas devem saber, informá-las e facilitar a discussão” (Kovach & Rosenstiel, 2010, p. 248).

Uma das funções que Kovach e Rosenstiel acreditam que se requererá do jornalista é a de autenticador. Com tanta informação disponível, o jornalista é a figura confiável que autentica que dados são verdadeiros e dá as evidências que explicam porque é que assim é. “À medida que temos mais fontes a oferecer-nos informação atualmente, este papel pode tornar-se mais importante do que nunca” (2010, p. 249). Os autores acreditam que este papel será fundamental em qualquer organização noticiosa, o que também requer um nível mais elevado de conhecimento nas redações e um fornecimento

transparente dos factos. Esta é uma preocupação da própria ERC, que alerta para a necessidade de reforçar e consolidar a confiança das pessoas nos órgãos de comunicação social, de combater a banalização de notícias com ausência de fontes e de parar de divulgar informação não confirmada (2019, p. 55).

Por outro lado, é preciso compreender que *fact-checking* só cresceu enquanto especialidade jornalística porque houve oportunidade e alguma lacuna para preencher. As redes sociais, que aumentaram a rapidez e o alcance da informação falsa, criaram essa necessidade, bem como a falta de literacia. Como diz Clair Wardle, antiga diretora e co-fundadora da *First Draft News*, todos temos um papel crucial neste ecossistema: “Cada vez que aceitamos passivamente informação sem verificar duas vezes, ou partilhamos uma publicação, imagem ou vídeo antes de verificarmos, estamos a contribuir para o barulho e confusão” (2017, par. 14).

As limitações são muitas e os instrumentos para combater a desinformação são poucos, o que não significa que o trabalho dos *fact-checkers* é improficuo. Pelo contrário, estes profissionais educam e estimulam o espírito crítico do leitor e, mais do que isso, permitem a discussão de temas que não teriam espaço no jornalismo de “última hora”. O *fact-checking* traz para o espaço público assuntos que perderam a atenção das redações com poucos recursos, poucos profissionais e muita pressão. O jornalista do *Público* dá os exemplos do vídeo de um alegado tiroteio por causa dos quartéis de Sinaloa, que na verdade era um jogo de computador, e do fantasma de Kiev, para precisamente explicar que o *fact-checking* permite novas abordagens aos temas e dá oportunidade a artigos que de outro modo não seriam trabalhados. O facto de cada vez mais meios se autoidentificarem como *fact-checkers* em todo o mundo, comprometendo-se com normas e rotinas comuns e de o *fact-checking* já ter chegado às grandes e pequenas redações, é um sinal de que há procura por esta forma de alternativa de informar.

4.3. As escalas de classificação de verdade são comparáveis?

Para o leitor, as escalas de classificação de verdade ajudam a processar a informação de forma mais intuitiva e imediata. O recurso a elementos visuais como o velocímetro, com uma variação de cores entre o verde para verdadeiro e o vermelho para falso, facilita ainda mais a leitura. Não é surpreendente que a investigação de Graves e Cherubini tenha concluído que 57% dos *fact-checkers* analisados usava escalas para graus

de verdade, que 27% usava rótulos para diferentes tipos de erros, mas sem escalas, e que apenas 17% dos *fact-checkers* optou por não usar nenhum sistema de classificação, apenas conclusões (2016, p. 18).

Apesar de tornar a leitura mais intuitiva para o leitor, a criação de uma escala de classificação é complexa e obriga a tomar decisões subjetivas. “A escala foi difícil, criámos por necessidade”, admite o jornalista da Prova dos Factos. Também o *Fact Check* e o Polígrafo optaram por ter uma escala de classificação, de modo que um dos objetivos da investigação é perceber se as escalas são comparáveis.

A Prova dos Factos tem a menor escala de classificação, de cinco graus de verdade. “Verdadeiro” aplica-se a afirmações claramente verdadeiras, “Parcialmente Verdadeiro” a declarações verdadeiras, mas com aspetos que carecem de melhor clarificação e “Inconclusivo” a declarações impossíveis de contextualizar. “Parcialmente Falso” aplica-se às afirmações que são falsas, mas têm alguns aspetos que carecem de melhor clarificação e “Falso” às que são claramente falsas (*Público*, s.d.).

Segue-se o *Fact Check*, com seis pontos: “Certo”, “Parcialmente certo”, “Esticado”, “Inconclusivo”, “Enganador” e “Errado”. O conteúdo sob verificação é selecionado pelo Observador no âmbito de uma parceria de *fact-checking* com o Facebook de modo que, no final dos artigos, se pode encontrar uma explicação do sistema de classificação de verdade. Por exemplo, uma declaração que receba o selo “Errado” no sistema de classificação do Facebook corresponde a “Falso”, ou seja, a um conteúdo cujas principais alegações são factualmente imprecisas. Já o selo “Enganador” corresponde, no sistema de classificação do Facebook, a “Parcialmente Falso”, ou seja, a um conteúdo que mistura factos precisos com imprecisos, ou cuja principal alegação é enganadora ou está incompleta. Como veremos, estas duas classificações são as mais atribuídas pelo *Fact Check*.

Por último, o Polígrafo tem sete níveis de classificação, explicados detalhadamente no *site*. “Verdadeiro” aplica-se a declarações totalmente verdadeiras e “Verdadeiro, mas...” a declarações estruturalmente verdadeiras, mas que carecem de enquadramento e contextualização. “Impreciso” é usado nas declarações com elementos que distorcem ligeiramente a realidade e “Descontextualizado” para a informação retirada do contexto real com o objetivo de lhe dar um sentido sem sustentação factual.

“Manipulado” serve sobretudo para imagens trabalhadas com a finalidade de distorcer, “Falso” para declarações comprovadamente erradas e “Pimenta na língua” para a informação escandalosamente falsa ou satírica.

| Polígrafo | <i>Fact Check</i> | Prova dos Factos |
|--------------------|--------------------------|-------------------------|
| Verdadeiro | Certo | Verdadeiro |
| Verdadeiro, mas... | Praticamente certo | Parcialmente verdadeiro |
| Impreciso | | |
| Descontextualizado | Esticado | |
| | Inconclusivo | Inconclusivo |
| Manipulado | Enganador | Parcialmente falso |
| Falso | Errado | Falso |
| Pimenta na língua | | |

Figura 12 – Escalas de classificação de verdade do Polígrafo, *Fact Check* e Prova dos Factos

Embora não diretamente comparáveis, são sistemas semelhantes em alguns pontos. O *Fact Check* classifica as declarações como “Certas” ou “Erradas”, a Prova dos Factos e o Polígrafo como “Verdadeiras” ou “Falsas”. O Polígrafo é o único meio cuja escala contempla um grau mais forte do que o de falsidade, o da “Pimenta na Língua”. Segundo Fernando Esteves, as declarações desta categoria são as mais fáceis de avaliar. Pelo contrário, as escalas intermédias são as mais difíceis. “O que é mais difícil, às vezes, a escolher são aquelas escalas intermédias: impreciso, verdadeiro, mas... são sobretudo estas, porque às vezes estão ali muito próximas”, explica o jornalista do Polígrafo.

A Prova dos Factos e o *Fact Check* contemplam a classificação “Inconclusivo”, mas o Polígrafo não. E embora os três meios dediquem um grau à informação que é parcialmente verdadeira, o Polígrafo refere “Impreciso” e “Descontextualizado”, enquanto o *Fact Check* fala em “Esticado”. O *Fact Check* e a Prova dos Factos têm um grau para “Inconclusivo”, mas o Polígrafo não, e a Prova dos Factos refere “Parcialmente falso”, o *Fact Check* “Enganador” e o Polígrafo “Manipulado”. Apesar de semelhantes em alguns pontos, os sistemas de classificação não só não são diretamente comparáveis como os graus intermédios são os que geram mais discordância, visto que cada projeto arranja a sua forma de representar ou expressar o grau de verdade que atribui a uma declaração.

Não é por isso surpreendente que os graus intermédios sejam os menos utilizados e que “Verdadeiro” e “Falso” sejam as classificações mais atribuídas pelos três meios. No Polígrafo, 289 declarações foram classificadas como verdadeiras e 187 como falsas. Entre as classificações intermédias, “Verdadeiro, mas...” e “Impreciso” foram as mais utilizadas. De referir que 36 declarações não receberam nenhuma classificação, o que pode demonstrar a dificuldade em encaixá-las numa escala.

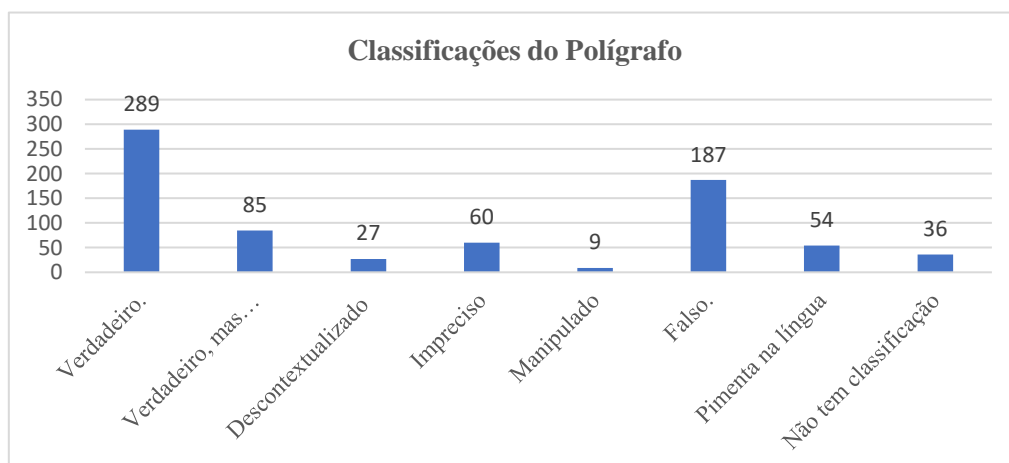


Figura 13 – Classificações dos *fact-checks* do Polígrafo

Na Prova dos Factos, “Verdadeiro” e “Falso” foram as classificações mais utilizadas, em igual número. Ao contrário do Polígrafo, a classificação “Verdadeiro, mas...” tem pouca relevância, sendo atribuída a uma única declaração, tal como “Inconclusivo”. De destacar que onze declarações não receberam nenhuma classificação, o que, mais uma vez, pode refletir a dificuldade em atribuir-lhes um grau de verdade. Os extremos são, como no Polígrafo, os graus mais utilizados, ao contrário dos graus intermédios, cujas fronteiras são mais dúbias.

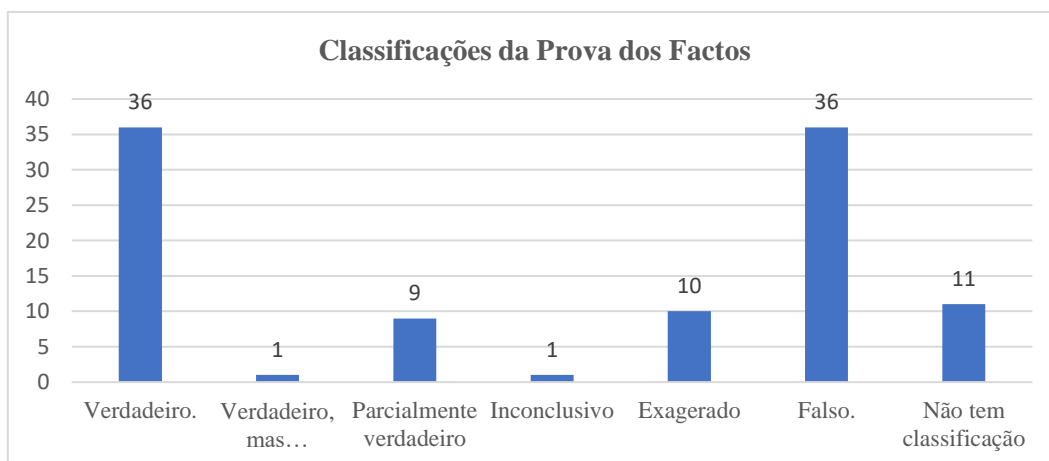


Figura 14 – Classificações dos *fact-checks* da Prova dos Factos

O *Fact Check* tem os resultados mais surpreendentes. No período analisado, a esmagadora maioria das declarações verificadas recebeu “Errado”, sendo que apenas três declarações receberam a classificação “Certo”, “Parcialmente certo” e “Esticado”. É bastante clara a escolha editorial do projeto de *fact-checking* do Observador, de se focar em verificar declarações erradas ou enganadoras. Esta análise vai ao encontro da entrevista ao jornalista Mário Costa: “O trabalho de seleção de base já é feito de forma que o jornalista tem apenas de explicar o que está ali em questão, mas não é assim tão duvidoso do que se trata, se é verdadeiro ou não.” Como explica o mesmo jornalista: “Ou a declaração está mesmo desmentida, ou é claramente falsa, ou há ali questões de descontextualização. É relativamente fácil. Creio que nunca me aconteceu ter essa dificuldade de perceber o que é que era. Foi sempre relativamente óbvio: ou era falso, ou era enganador.”

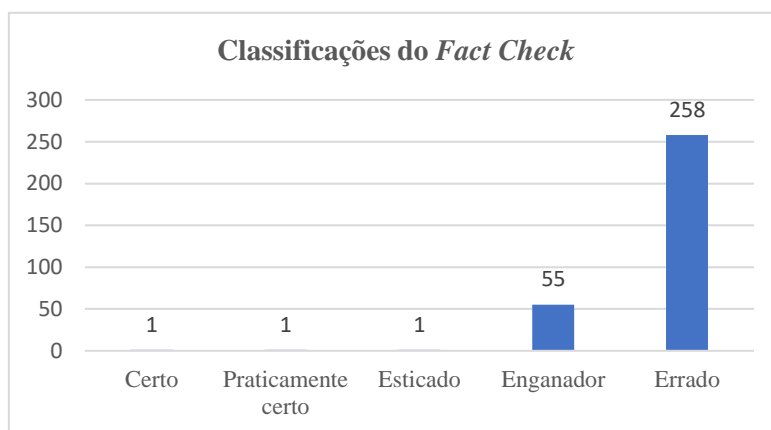


Figura 15 – Classificações dos *fact-checks* do *Fact Check*

Desde a escolha de ter ou não uma escala de classificação, até que escala de classificação é adotada, parece haver muita subjetividade envolvida. As escalas do *Fact Check*, da Prova dos Factos e do Polígrafo são facilmente comparáveis quando se trata de verdadeiro ou falso, mas os graus intermédios são mais ambíguos. Enquanto o Polígrafo optou por distribuir as declarações numa escala de classificações maior, a Prova dos Factos fez uma discriminação menos pormenorizada e só distinguiu cinco graus de verdade.

Há várias formas de olhar e descrever a realidade. Onde um *fact-checker* vê descontextualizado, outro vê impreciso. Por isso é que diferentes *fact-checkers*, perante a mesma tarefa difícil de estabelecer uma escala, fizeram escolhas diferentes, cada um deles

acreditando ter feito a melhor. Em última instância, há um grau de subjetividade no trabalho do *fact-checker* que é impossível de evitar.

4.4. Os *fact-checkers* tendem a analisar as mesmas declarações?

A primeira fase do trabalho de um *fact-checker* é selecionar que afirmações verificar. Começa por descartar opiniões e declarações obviamente verdadeiras ou que parecem impossíveis de verificar, mas mesmo depois desta seleção, o mar de possibilidades é imenso, além de que o processo implica alguma intuição sobre o que interessa ao leitor e que assuntos têm ou não importância. O *fact-checker* questiona se o seu trabalho vai afetar a sociedade em geral ou se a declaração só é verdadeira para um pequeno grupo de pessoas. Se afetar a sociedade, avança para a verificação; caso contrário, segue para outra.

Fernando Esteves aponta dois critérios que contam na seleção de material jornalístico: o interesse público e o interesse do público. O responsável do Polígrafo acredita que o problema do jornalismo atual é que a maioria das redações tem estas duas ordens de valor muito desequilibradas: “pensam mais no interesse do público do que no interesse público.” Para o criador do Polígrafo, o *fact-checking* é uma forma de equilibrar estas duas ordens.

A questão é que até este processo de escolha de declarações implica alguma subjetividade. Pessoas diferentes, com contextos, referências e crenças distintas fazem escolhas dissemelhantes. Não é surpreendente que a quantidade de declarações analisadas por mais do que um meio seja mínima. No período de análise, apenas 119 declarações foram verificadas por mais do que um meio, o que corresponde a apenas 10% das declarações. Este resultado sugere que, ou os *fact-checkers* priorizam declarações diferentes e têm diferentes entendimentos do que é interesse do público e interesse público, ou que não verificam declarações que já foram verificadas por outro meio.

No Observador, a seleção das declarações não é realizada pelos *fact-checkers*, mas pelo editor. É disponibilizada uma lista, a partir da qual os *fact-checkers* escolhem o que querem verificar. Caso identifiquem algo nas redes sociais que acreditam ser falso, Mário Costa garante que têm liberdade para propor uma verificação. No Polígrafo, há uma reunião diária em que cada jornalista diz as informações que tem e os temas que considera importantes, sendo discutidos pela equipa. “Depois em função da sensibilidade de cada

um, acabamos por eleger os temas. Óbvio que a última palavra é sempre do diretor da publicação, no caso eu”, explica Fernando Esteves.

Independentemente dos princípios que o *fact-checking* segue para garantir a sua objetividade, cai na subjetividade logo à partida. Não há nenhuma máquina que estabeleça que declarações verificar ou qual é a percentagem de interesse público de cada uma delas. Em última instância, tanto no jornalismo como no *fact-checking* existe uma parte do trabalho que não é neutra, que não é objetiva, nem exata, mas depende do julgamento de quem o pratica.

4.5. Os *fact-checkers* tendem a atribuir as mesmas classificações de verdade?

Mais importante do que perceber se analisam as mesmas declarações é verificar se, quando o fazem, chegam à mesma classificação. Tudo indica que as mesmas evidências podem conduzir a interpretações diferentes. Como diz Lim, “avaliar o significado ou as implicações das imprecisões em declarações políticas pode exigir um julgamento subjetivo, o que geralmente leva a discrepâncias nas classificações” (2018, p. 1).

A análise de conteúdo permitiu concluir que, das 119 declarações analisadas por mais do que um meio, 71 receberam a mesma classificação. Destas, apenas duas declarações receberam a mesma classificação intermédia, ao passo que o “Falso” e o “Verdadeiro” resultam em maior concordância, com 56 e 13 declarações respetivamente.

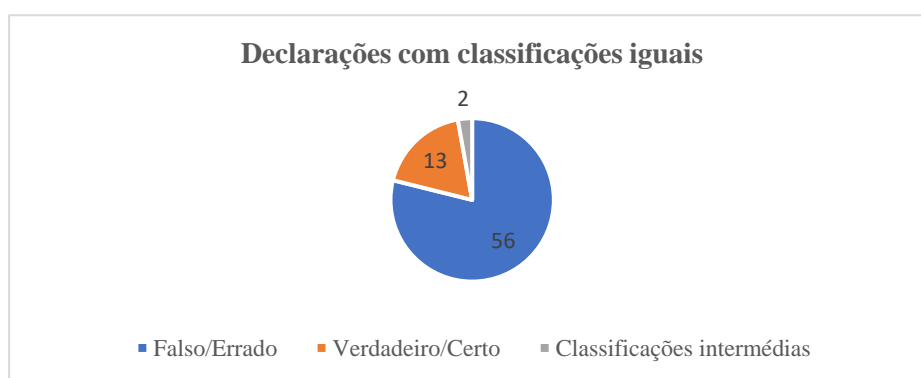


Figura 16 – Declarações verificadas pelo Polígrafo, *Fact Check* e Prova dos Factos com classificações iguais

Dos casos em que vários meios analisaram a mesma declaração, mas chegaram a conclusões diferentes, a maioria resulta de um desfasamento entre as escalas de

classificação de verdade. A Prova dos Factos e o *Fact Check* terminam a sua escala no “Falso” ou “Errado”, enquanto o Polígrafo ainda atribui o selo “Pimenta na Língua” para declarações escandalosamente falsas ou satíricas. Consequentemente, 22 declarações receberam “Falso” ou “Errado” pela Prova dos Factos ou pelo *Fact Check* e “Pimenta na Língua” pelo Polígrafo.

Mas é nas classificações intermédias que, mais uma vez, parece estar a dificuldade. 13 declarações receberam classificações discordantes entre “Falso” ou “Errado” e “Enganador”, “Descontextualizado”, “Impreciso” ou “Parcialmente verdadeiro” e 5 declarações receberam o selo “Verdadeiro” ou “Certo” por um meio, mas “Verdadeiro, mas...”, “Parcialmente verdadeiro”, “Impreciso” ou “Esticado” por outro. Esta análise vai ao encontro da investigação de Graves (2013), segundo o qual a linha entre as diferentes classificações é difícil de estabelecer principalmente nos graus intermédios (pp. 204-205).

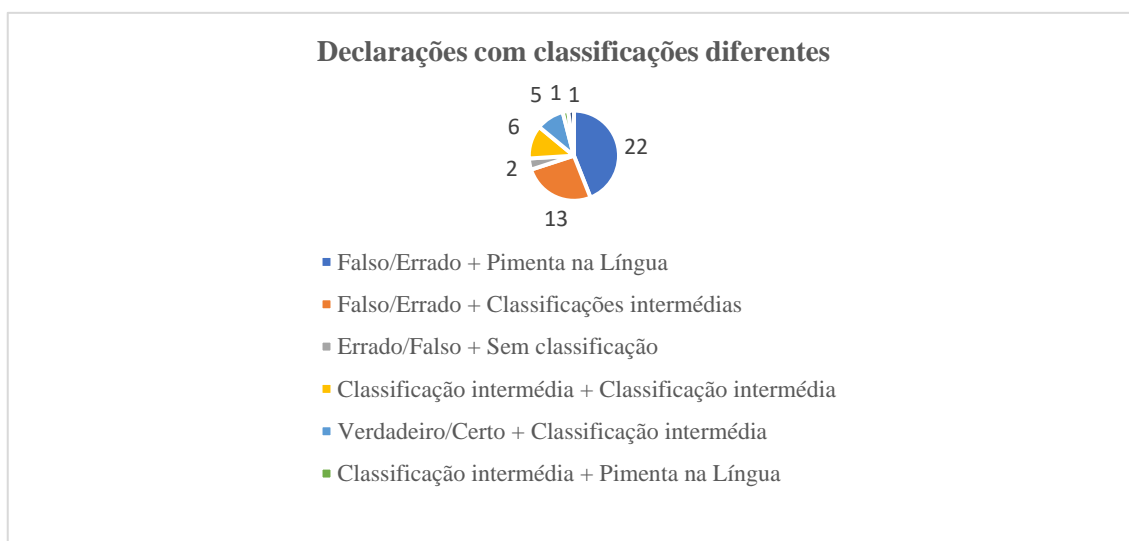


Figura 17 – Declarações verificadas pelo Polígrafo, *Fact Check* e Prova dos Factos com classificações diferentes

Porque esta avaliação depende do julgamento do *fact-checker* e não há nenhuma fórmula objetiva que se possa consultar, é natural que diferentes *fact-checkers*, com diferentes julgamentos, cheguem a conclusões diferentes. Lim dá o exemplo da declaração “a Flórida liderou o país na criação de emprego” de Jeb Bush, que recebeu 4 “Pinóquios” no Fact-Checker, mas só recebeu “Parcialmente Verdadeiro” no PolitiFact (2018, p. 6). As mesmas falácias não terem sido consideradas tão flagrantes pelo

PolitiFact como foram pelo Fact-Checker é um exemplo de como dois *fact-checkers* podem partir das mesmas evidências, mas discordar quanto ao seu grau de gravidade.

Também Mário Costa dá o exemplo de um *fact-check* que foi realizado tanto pelo Observador como pelo Polígrafo, em que chegaram a classificações diferentes. Para o jornalista, a avaliação do Polígrafo não parecia a mais correta, embora perceba a interpretação que estava a ser feita e admita que depende das margens de classificação. “A análise que eu fazia não era de “Verdadeiro, mas...”, olhava e dizia que era “Descontextualizado”, porque não apresenta os dados todos.” O jornalista admite que situações destas, em que analisam uma declaração que já foi analisada por outro meio, mas chegam a uma classificação diferente, geram alguma insegurança.

Em caso de dúvida entre dois graus de verdade, a única solução é os *fact-checkers* discutirem entre si. “A maior parte das coisas é mais ou menos indiscutível, mas depois existem ali, de facto, terrenos mais finos em que é preciso uma avaliação mais micro. Mas para isso, dialogamos e tentamos chegar a consensos. E acho que a maior parte das vezes acertamos”, refere Fernando Esteves.

Mas o que é acertar? Parece haver um salto no seu trabalho que envolve sempre alguma subjetividade. Tal como dois jornalistas partem da mesma conferência, mas escrevem dois artigos diferentes, dois *fact-checkers* partem da mesma declaração, mas atribuem classificações diferentes. Mais ainda, os dois *fact-checkers* até podem concordar sobre uma declaração ser imprecisa, mas discordar sobre quão imprecisa ela é. Cada um fará a sua própria avaliação sobre que fontes contam ou não como confiáveis, quantos dados são ou não apropriados, que estatísticas devem ser utilizadas e como devem ser lidas, quantas evidências e contraexemplos bastam para sustentar uma verificação. E se, em última instância, desde a escolha de que sistema de classificações usar, até à atribuição de um grau de verdade a uma declaração, tudo depende das decisões do *fact-checker*, onde está a objetividade?

Nas entrevistas que foram feitas no decorrer desta investigação, os profissionais mostraram-se cientes dos constrangimentos que afetam a relação do ser humano com a informação, e garantiram lutar para não dar demasiada visibilidade a conteúdo que não merece e para deixar disponível toda a informação necessária para que os leitores possam pesquisar e confirmar por si mesmos através dos *links*. Estes *fact-checkers* regem-se não

só pelo Código Deontológico do Jornalista, mas também pelos princípios da IFCN, sendo certificados pelo Poynter em função da qualidade do que produzem, não do seu tráfego. Estes são procedimentos que os *fact-checkers* utilizam para se escudarem de críticas, e para justificarem o seu nascimento e crescimento enquanto profissionais imparciais que lutam pela verdade. Neste sentido, é impossível não referir a investigação de Tuchman, de 1972, sobre os rituais estratégicos que os jornalistas seguem de modo a proteger-se dos riscos inerentes à sua profissão, de críticas ou mesmo de processos de difamação.

O jornalista tem um tempo limitado para se familiarizar com o contexto de uma história, para procurar e reunir informações, e para escrever a peça. Ao longo desta dissertação, várias foram as referências às dificuldades que são vividas nas redações, e que obrigam o jornalista a tomar decisões imediatas sobre o que é válido, confiável e verdadeiro. De forma a minimizar os erros, proteger-se de críticas e a lidar com esta pressão, os jornalistas assumem uma atitude de imparcialidade e afastamento dos factos. Como descreve Tuchman, estes profissionais acreditam que “se cada repórter reunir e estruturar «factos» de forma isenta, imparcial e impessoal, os prazos serão cumpridos e os processos por difamação evitados” (1972, p. 664). Para alcançar este objetivo, os profissionais praticam a verificação de factos, apresentam “os dois lados da história”, deixando “os factos falar por si mesmos”, privilegiam a citação de opiniões, e recusam-se a partilhar a sua para não se envolverem na peça, e estruturam as notícias como uma pirâmide invertida, colocando a informação mais importante no princípio, e a menos importante no final.

No entanto, como descreve Tuchman, há uma série de problemas que surgem destes procedimentos estratégicos. Se o jornalista não conseguir inquirir a verdade ou falsidade de uma declaração A, e construir a história através do que é um facto, ou seja, que “X diz que A”, corre os riscos de 1. não reportar o que efetivamente importa ao leitor, que é a verdade ou falsidade de A; 2. ser acusado de parcialidade, ao reportar apenas a opinião de X. Para se proteger, o jornalista pode reportar também a opinião de Y – “Y diz que B” – de modo a oferecer os dois lados da história e a deixar ao encargo do leitor decidir o que é ou não é verdadeiro. Mas, como nota Tuchman, é problemático afirmar que esta prática consiste num procedimento que promove a objetividade, uma vez que pode conduzir o leitor a acreditar que as duas versões da realidade – A e B – têm a mesma potencial validade (1972, p. 666).

Já a ideia de que “os factos podem falar por si mesmos”, contrariamente ao caso em que o jornalista fala pelos factos, é questionável e obrigaria a uma reflexão mais profunda sobre se a avaliação e aceitação dos factos depende ou não do contexto. No que toca ao refúgio nas citações como forma de o jornalista se remover da participação da história, deixando os “factos falar por si mesmos”, é questionável se este procedimento lhe permite aclamar objetividade no caso de partilhar da opinião citada.

Mais problemático ainda, o processo de estruturação de uma notícia deixa, inevitavelmente, o jornalista exposto, enquanto responsável pelo *lead* da história. Em última instância, tudo o que pode invocar para se defender é o profissionalismo e intuição jornalística. Não é por isso surpreendente que os jornais divirjam tanto na escolha dos “factos” e nas suas políticas internas, ou que no decurso desta investigação tenham sido encontrados casos em que dois *fact-checkers* partiram das mesmas declarações, mas recolheram factos diferentes, ou fizeram leituras diferentes dos factos.

As conclusões tão relevantes de Tuchman de que os jornalistas, por causa das diversas pressões a que estão sujeitos, sentem que têm de proteger-se, desenvolvendo estratégias que os permitam aclamar-se como profissionais objetivos, podem ser extrapoladas para os *fact-checkers*. Estes profissionais, cujo propósito e subsistência depende da objetividade e neutralidade, pois só assim se podem estabelecer como alternativas confiáveis de informação, adotaram uma série de procedimentos para aclamar objetividade. Mas, em última instância, “embora tais procedimentos possam fornecer evidências demonstráveis de uma tentativa de alcançar a objetividade, não podem fornecer objetividade” (1972, p. 676).

Tal como no jornalismo tradicional, mesmo cumprindo todos os procedimentos de objetividade, nunca haverá total garantia de que a informação verificada é livre de inclinações ideológicas, convicções pessoais, constrangimentos ou influência de linhas editoriais. Apesar de todo o rigor metodológico do *fact-checking*, os padrões de objetividade não asseguram isenção absoluta, nem afastamento total de influências políticas, corporativas e ideológicas. “Todo o discurso, inclusive jornalístico, é atravessado por convicções pessoais e coletivas e, portanto, deve ser abordado de maneira crítica, ainda que alegue a utópica neutralidade” (Diniz, 2017, p. 35).

CONCLUSÃO

A resposta à questão de o que é que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos é complexa e exige muita reflexão. As evidências recolhidas na análise de conteúdo e nas entrevistas sugerem que as rotinas de confirmação de factos não são muito distintas. Tal como os outros jornalistas das diferentes áreas e linguagens profissionais, os *fact-checkers* seguem um conjunto de princípios éticos, desde o Código Deontológico do Jornalista aos princípios da IFCN, que os comprometem com a transparência e a verdade.

“Somos neutros e escrupulosamente justos. Examinamos todos os lados de uma questão, usamos as fontes mais imparciais que podemos encontrar e então chegamos a uma decisão”, disseram os *fact-checkers* estagiários do PolitiFact (Graves, 2013, p. 178). Estas poderiam ser as palavras de qualquer jornalista que respeite os princípios da sua profissão. Na teoria, não parece haver nada que separe o *fact-checking* do jornalismo no habitual processo de confirmação de factos, a não ser o pressuposto que os factos a confirmar, no caso particular dos *fact-checkers*, são, na sua génese, informação que pode não ser verdadeira e que é a dúvida que suscitam e as consequências sociais envolvidas o motivo que justifica a urgência deste procedimento. Ambos se regem pelo valor da verdade, têm o objetivo de informar as pessoas e, como diz Ivo Neto, de dar contexto e tornar claro aquilo que não é claro.

Os *fact-checkers* portugueses são jornalistas. No caso do Observador e do *Público*, esta não é uma conclusão surpreendente, uma vez que o trabalho do *Fact-check* e da Prova dos Factos está ao cargo dos mesmos jornalistas que, na sua rotina diária, escrevem notícias. Mas também no Polígrafo o dia a dia dos *fact-checkers* é semelhante ao de qualquer jornalista de uma redação tradicional. As únicas diferenças que foram apontadas por Fernando Esteves foi a avaliação que acontece no final dos *fact-checks*, em função de uma escala de classificação, e o facto de algumas técnicas jornalísticas, nomeadamente a não utilização de fontes anónimas, serem praticadas de forma mais aplicada no Polígrafo. Para além do rigoroso Código Deontológico que qualquer jornalista tem de seguir, os *fact-checkers* têm de seguir o Código da IFCN, que estabelece um conjunto de princípios com o objetivo de manter esta especialidade jornalística transparente e rigorosa. Fernando Esteves considera que o *fact-checking* enquanto área autónoma do jornalismo é um “regresso sistematizado aos princípios mais rudimentares da profissão”, é jornalismo no

seu estado mais puro. Esta também não é uma conclusão inesperada, uma vez que o *fact-checking* faz parte das redações desde sempre – como demonstrou o relato de Paulo Pena da revista *Visão* em 1998, em que uma longa cadeia de profissionais lia e relia os textos para os blindar de críticas e garantir que chegavam sem erros ao leitor.

Com a redução das redações e o despedimento de jornalistas seniores, este processo interno de verificação de factos não sobreviveu (Pena, 2019). É neste contexto que, apesar de ser uma etapa fulcral do trabalho do jornalista desde sempre, o *fact-checking* cresce enquanto área independente. Ao contrário do que se acreditava quando surgiu o Polígrafo em Portugal, os *fact-checkers* não estão focados em perseguir e corrigir os outros jornais. Como ficou claro no capítulo dedicado às *fake news*, os jornais não produzem informação falsa – apesar das tentativas de vários políticos e organizações enganosas de os associar a má conduta profissional. O foco dos *fact-checkers* está, sim, nas redes sociais. Os estudos realizados nesta área (Alcott & Gentzkow, 2017; Lazer et al., 2018) têm demonstrado que as redes sociais desempenham um papel central na difusão, mas também no combate, da desinformação.

Não é por acaso que tanto o Observador como o Polígrafo têm uma parceria com o Facebook. Em entrevista, Fernando Esteves confirmou que existe um acordo para realizarem algumas dezenas de verificações de falsidades que correm na rede. Essas verificações são depois partilhadas com o Facebook, que coloca a correr num mecanismo de Inteligência Artificial. Essa ferramenta sinaliza a publicação e põe um filtro a indicar que foi verificada por uma organização independente e que tem informação falsa, com um *link* para o *fact-check* do Polígrafo. O procedimento acontece não só na publicação, mas em todas as suas partilhas. Como sublinha o jornalista: “O que parece um número ridículo ao início – cinco dezenas de *fact-checks* que fazemos por mês no âmbito deste acordo com o Facebook – normalmente resulta em mais do que 400 mil publicações ocultadas ou sinalizadas por mês.”

Esta parceria levanta duas questões importantes. Ao contrário do Observador e do Polígrafo, o *Público* não tem nenhuma parceria com o Facebook. Como constata Ivo Neto: “Muitas vezes, o Polígrafo pega em certas coisas que, se calhar, não têm tanta visibilidade e dão-lhe essa visibilidade. Na Prova dos Factos, não fazemos isso”, ressalvando que é uma análise, não uma crítica. “Essa visibilidade pode acontecer porque o Polígrafo, como o Observador, tem uma parceria com o Facebook.”

Ivo Neto não é o único, nem o primeiro, a demonstrar preocupação com esta parceria. Brooke Binkowski, jornalista de investigação premiada, abandonou o cargo de editora-executiva no Snopes em 2018, em parte pelo acordo que foi estabelecido entre o jornal e o Facebook. À semelhança do Observador e do Polígrafo em Portugal, e de dezenas de *sites* de *fact-checking* no mundo, o Snopes embarcou numa parceria com o Facebook para acabar com a crise de desinformação. Para a editora, estabeleceu-se uma relação de poder problemática em que os *fact-checkers* passaram a ser vistos como empregados da rede social, sendo afastados de algumas histórias (Paulo Pena, 2019, pp. 99-100).

Em segundo lugar, a desinformação da rede social só é sinalizada, não retirada. Como explica Paulo Pena, o Facebook apenas elimina apelos à violência, tentativas de limitação dos direitos eleitorais e violações dos «padrões da comunidade». Tudo o resto, seja mentiras, discursos racistas, *clickbait*, informações falsas sobre saúde, é entregue aos *fact-checkers* para uma análise mais pormenorizada, sendo que independentemente do que seja decidido, o conteúdo não é apagado da rede social. “Os *fact-checkers* podem decidir uma de quatro coisas: ou o conteúdo não tem problemas (e nada acontece), ou é falso, parcialmente falso, ou tem um título enganador. Em qualquer um destes casos, o conteúdo permanece na rede” (2019, pp. 101-103). O objetivo da rede social é tão-somente reduzir o alcance da desinformação, o que pode não ser suficiente.

A parceria com o Facebook não é a única crítica levantada ao *fact-checking*. Como ficou claro no capítulo dedicado às suas limitações, a eficácia do *fact-checking* é questionada desde logo porque o ser humano tende a acreditar na informação que confirma as suas convicções (Bakir & McStay, 2018; Taber & Lodge, 2006) e memoriza mais facilmente histórias emotivas e sensacionalistas do que histórias bem construídas e verificadas (Cardoso et al., 2020). Mas também porque, por muito rápido que os *fact-checkers* trabalhem, é impossível competir com a informação falsa, que é mais veloz, chega mais longe, não tem custos e cuja narrativa capta o leitor (Vosoughi et al., 2018). É ainda argumentado que, em última instância, ou quem vai ler o *fact-check* reforça a sua crença na informação falsa (Lewandowsky et al., 2012), ou mesmo que a desinformação seja corrigida, pode ser reacreditada como verdadeira após um período (Swire et al., 2017a).

A análise de conteúdo permitiu concluir que a verdade é uma questão complexa, que muitas vezes levanta dúvidas e discórdia entre os *fact-checkers*. Desde logo, embora semelhantes, as escalas de classificação do *Fact Check*, da Prova dos Factos e do Polígrafo não são diretamente comparáveis, o que se reflete nas avaliações que são feitas. Os graus intermédios como “Verdadeiro, mas...”, “Inconclusivo” ou “Descontextualizado” são os menos utilizados, porque também são os que suscitam mais dúvidas (Graves, 2013). E uma vez que as mesmas evidências podem conduzir a interpretações diferentes (Lim, 2018), não é surpreendente que os graus intermédios também sejam os que geram maior desentendimento entre os *fact-checkers*. Mário Costa deu o exemplo de um *fact-check* em que discordou da avaliação que foi feita pelos colegas do Polígrafo, pois onde estes viam “Verdadeiro, mas...”, o jornalista do Observador via “Descontextualizado”.

“Verdadeiro” e “Falso” são as classificações mais atribuídas, sendo os resultados do projeto de *fact-checking* do Observador particularmente surpreendentes, uma vez que apenas três declarações não receberam a classificação “Errado”. Este resultado foi ao encontro da entrevista com o jornalista Mário Costa, que explica que o trabalho de seleção do editor de *fact-checking* é desempenhado de modo que os *fact-checkers* só têm de explicar ao leitor o que está em causa. Esta perspetiva do *fact-checker* como explicador, que torna claros assuntos obscuros, também foi observada na entrevista de Ivo Neto, que confidenciou que os artigos mais lidos da Prova dos Factos eram de alegadas burlas, que geram sempre preocupação entre os leitores.

O objetivo desta dissertação não é demonstrar que o *fact-checking* é ineficaz. Existem relatos de políticos que alteraram os discursos ou pediram desculpa publicamente por causa de um *fact-check* – como é o caso do ex-Presidente Barack Obama, que clarificou as suas alegações depois de uma verificação do FactCheck.org – e todos os dias estes profissionais contribuem para o domínio político através de pequenas intervenções factuais, que se infiltram num ambiente noticioso cada vez mais caracterizado por veículos e efeitos intermediários (Graves, 2013, p. 285).

O *fact-checking* também é um meio de trazer para a discussão pública assuntos que, de outro modo, não seriam explorados ou explicados, numa indústria muito marcada pela “última hora”. O objetivo é seguir o conselho de Mantzarlis (2016) de dar um passo atrás para questionar o que sabemos sobre o seu impacto.

No que concerne a soluções a longo prazo, a literacia mediática pode ser ainda mais impactante do que o *fact-checking*, pois, embora formar uma atitude crítica e mudar os hábitos de consumo dos cidadãos não acabe com a desinformação, vacina-os contra ela. “A verificação de factos serve como antídoto pós-exposição ao vírus, ajudando a conferir se a informação é verdadeira ou falsa, rigorosa ou imprecisa, objetiva e imparcial ou contaminada por motivações políticas, adulterada, enganadora” (Esteves & Sampaio, 2019, p. 42). Mas a literacia atua ainda antes da cadeia, prevenindo e ajudando a identificar as fontes credíveis de informação, a distinguir factos de opiniões e notícias de ficção.

O facto de pessoas com ensino superior, com mais idade ou que são grandes consumidoras de *media* terem crenças mais precisas do que pessoas cujas redes sociais são fonte de notícias mostra a importância da educação (Alcott, 2017, p. 228). Ao contrário do *fact-checking*, que atua a curto prazo, a literacia atua a longo prazo. O *fact-checking* está sempre contra o tempo e tem de investir muitos profissionais, meios e recursos para fazer meia dúzia de *fact-checks* que podem nem chegar ao público certo – afinal, quantas pessoas vão procurar *fact-checks* que refutem as suas convicções? A literacia mediática e digital, pelo contrário, reflete-se nos hábitos dos cidadãos e forma uma atitude crítica relativamente ao conteúdo que circula na *Internet*. Por outras palavras, torna cada indivíduo agente contra a desinformação.

Uma investigação promovida pela Comissão Europeia que resultou no relatório de 2018 “A multi-dimensional approach to disinformation” aponta para a literacia mediática como uma resposta segura para o problema da desinformação, por colocar ao alcance do cidadão o conhecimento necessário para lhe resistir. “Reconhecer as fontes fidedignas de informação, cruzar fontes, reconhecer o que é plausível, independentemente de confirmar ou infirmar as convicções de cada um, são armas poderosas contra a desinformação por parte dos cidadãos” (ERC, 2019, p. 45). Em última instância, não faz mal se os *fact-checkers* não têm capacidade para lidar com toda a informação falsa que circula no digital e para refutar cada mentira que é publicada nas redes sociais, porque cada cidadão seria capaz de fazer uma leitura crítica do conteúdo, de fazer escolhas conscientes de consumo mediático e de atuar de forma responsável no espaço *online*.

Capacitar o leitor para distinguir o que é notícia, o que é desinformação, informação falsa, exagerada ou sensacionalista é uma estratégia que pode demorar tempo,

mas que funciona a longo prazo. E a Finlândia é o exemplo disso. O governo finlandês apelou aos cidadãos para que assumissem responsabilidade na luta contra a informação falsa, contratou especialistas norte-americanos para ajudarem as autoridades a reconhecer informação falsa e a desenvolver estratégias para as combater e reformou o sistema educativo enfatizando a importância do pensamento crítico (Esteves & Sampaio, 2019, pp. 49-50). Os resultados são inegáveis. Dos 41 países analisados, a Finlândia destacou-se no *European Media Literacy Index 2023*, que mede a resiliência à difusão de informação falsa, pós-verdade e desinformação, com o maior índice (74 em 100). Destaca-se com um sistema de educação pública e espírito crítico fortes e, de acordo com os dados do *Digital News Report 2023*, também continua a ser o país com os níveis de confiança nas instituições jornalísticas mais altos.

Apesar das dificuldades que o jornalismo enfrenta com a adaptação ao novo espaço mediático, deve-se reconhecer que as tecnologias trazem uma série de ganhos para a comunicação e a informação (Figueira et al., 2019). Além de democratizar o acesso à cultura e conhecimento, a *Internet* permite pôr links para peças, infografias, vídeos bem editados e diminui o espaço entre o jornalista e o leitor, ao permitir que este comente, partilhe a notícia nas redes sociais, contacte diretamente com o jornalista ou dê sugestões. “Comparando com a imprensa em papel, a *Internet* tem um potencial muito mais rico e profundo de cobertura que permite uma melhor compreensão” (Kovach & Rosenstiel, 2010, p. 259).

Os *fact-checkers* não são super-heróis que vieram salvar o mundo da desinformação. Não são agentes da verdade que vêm corrigir jornalistas, nem juízes supremos com acesso à verdade absoluta. São profissionais comprometidos com a verdade que tentam olhar para a nova era e para as novas tecnologias não só como um risco, mas como uma oportunidade. E o crescimento do *fact-checking* deve ser entendido, não como um sinal de que o jornalismo falhou, mas de que se está a adaptar a uma nova década e a novas necessidades. Embora os meios de comunicação tradicionais já não tenham domínio absoluto da informação, continuam a desempenhar um papel central no atual espaço mediático, pois com tantos agentes a participar no processo de *gatekeeping* sem nenhum código profissional de conduta, o jornalista é a figura confiável que autentica o que é verdadeiro e apresenta as evidências que explicam porque é que assim é (Kovach & Rosenstiel, 2010).

As entrevistas aos *fact-checkers* portugueses provam precisamente esta ideia. Demonstram que *fact-checking* é, e sempre foi, a essência do jornalismo e que o crescimento desta área independente, no cerne ou paralelamente às redações, deve ser entendido como um regresso aos princípios mais rudimentares da profissão. Evidenciam também que, na perspectiva dos *fact-checkers*, o jornalismo não falhou às pessoas, modificou-se e adaptou-se a novas necessidades. E comprovam, acima de tudo, que os *fact-checkers* estão cientes do papel central do leitor no jornalismo. “É impossível o jornalismo crescer quando as pessoas se desinteressam pelo jornalismo e o jornalismo se desinteressa pelas pessoas”, diz Ivo Neto. É por isso que resolver o problema da desinformação exige, como afirmou Figueira (2019) não só voltar a pensar no jornalismo como um trabalho rigoroso e de excelência, mas enquanto trabalho de resistência intelectual suportado por públicos esclarecidos.

BIBLIOGRAFIA

- Alcott, H. & Gentzkow, M. (2017, primavera). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>
- Amazeen, M. A. (2020). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journalism*, 21(1), 95–111. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>
- Antunes, R. P. (2019, março). Observador em plataforma para combater *fake news* nas eleições europeias. *Observador*. Consultado a 17 de outubro de 2023 em <https://observador.pt/2019/03/18/observador-em-plataforma-para-combater-fake-news-nas-eleicoes-europeias/>
- Arkes, H. R., Hackett, C., Boehm, L. (1989). The generality of the relation between familiarity and judged validity. *Journal of Behavioral Decision Making* 2(2), 81-94. <https://doi.org/10.1002/bdm.3960020203>
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake News and The Economy of Emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Bakshy, E., Messing, S. & Adamic, L. A. (2015, maio). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science* 348(6239), 1130-1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Ball, James. (2017). *Post-truth. How bullshit conquered the world*. Biteback Publishing.
- Bengani, P. & Karbal, I. (2020, outubro). *Five Days of Facebook Fact-Checking*. Columbia Journalism Review. Consultado a 5 de janeiro de 2023 em <https://www.cjr.org/analysis/five-days-of-facebook-fact-checking.php>
- Bardin, L. (1977). *Análise de conteúdo*. Edições 70. https://www.academia.edu/40820250/BARDIN_L_1977_An%C3%A1lise_de_conte%C3%BAdo_Lisboa_edi%C3%A7%C3%B5es_70_225

Canavilhas, J. & Ferrari, P. (2018). Fact-checking: o jornalismo regressa às origens. In D. S. Buitoni (org.), *Jornalismo em tempo de transformação: desafios de produção e de ação* (pp. 31-49). Editorial Sulina. <http://hdl.handle.net/10400.6/6892>

Cardoso, G., Baldi, V. (coords.), Quintanilha, T. L. & Paisana, M. (2020). *Agências de notícias e fact-checking. Meta-análise de estratégias de integração da verificação de factos no jornalismo de agência*. Obercom. https://obercom.pt/wp-content/uploads/2020/11/Agencias_factchecking_Nov2020.pdf

Christofoletti, R. (2014, junho). Preocupações éticas no jornalismo feito por não-jornalistas. *Comunicação e Sociedade* 25, 267-277. [https://doi.org/10.17231/comsoc.25\(2014\).1873](https://doi.org/10.17231/comsoc.25(2014).1873)

Czopek, M. (2023, junho). *As GlobalFact10 brings international fact-checkers together, meet some of the new IFCN signatories*. Poynter. Consultado a 5 de outubro de 2023 em <https://www.poynter.org/ifcn/2023/as-globalfact10-brings-international-fact-checkers-together-meet-some-of-the-new-ifcn-signatories/>

Davies, C. A. (2002). *Reflexive Ethnography. A guide to researching selves and others*. Routledge. <https://handoutset.com/wp-content/uploads/2022/06/Reflex-Ethnography.pdf>

Diniz, A. T. (2017). Fact-Checking no Ecosistema Jornalístico Digital: Práticas, Possibilidades e Legitimação. *Mediapolis* 5, 23-37. https://doi.org/10.14195/2183-6019_5_2

Donald Trump as President? Thank Facebook (2016, novembro). Ezyinsights. Consultado a 17 de outubro de 2023 em <https://ezyinsights.com/donald-trump-as-president-thank-facebook/>

Elizabeth, B. (2014, maio). *Who are you calling a fact checker?* American Press Institute. Consultado a 11 de Janeiro de 2023 em <https://www.americanpressinstitute.org/fact-checking-project/fact-checker-definition/>

ERC (2019). *A desinformação – Contexto Europeu e Nacional*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social. https://www.parlamento.pt/Documents/2019/abril/desinformacao_contextoeuroeunacion al-ERC-abril2019.pdf

Esteves, F. & Sampaio, G. (2019). *Viral. A epidemia de fake news e a guerra da desinformação*. Desassossego.

Fazio, L. K., Payne, B. K., Brashier, N. M. & Marsh, E. J. (2015). Knowledge does not protect against illusory truth. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144(5), 993-1002. <http://dx.doi.org/10.1037/xge0000098.supp>

Fernandes, J. M. (2014, maio). Tudo o que precisa de saber sobre o Observador. *Observador*. Consultado a 17 de outubro de 2023 em <https://observador.pt/explicadores/tudo-o-que-precisa-de-saber-sobre-o-observador/>

Figueira, J., Santos, S. (orgs.), Filho, C. M., Silva, J. M., Baptista, C., Amaral, I., Santos, S. J., Sodr e, M., S a, A. F., Prior, H., Zamith, F., Umbelino, L. A., Neto, A. F., Spinelli, E. M., Ramos, D. O., Jorge, T. M., Marinho, S. (2019). *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da p os-verdade: manipula o, polariza o, filter bubbles*. Imprensa da Universidade de Coimbra. https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7_4

Flaxman, S., Goel, S. & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320. <https://doi.org/10.1093/poq/nfw006>

Frankfurt, H. G. (2005). *On Bullshit*. Bookout.

Graves, L. (2013). *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News* [Tese de doutoramento, Columbia University]. Columbia Academic Commons. <https://doi.org/10.7916/D8XG9Z7C>

Graves, L. & Cherubini, F. (2016). *The Rise of Fact-checking sites in Europe*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-factcheckingsites-europe>

Grijelmo, A. (2012). *La información del silencio: C mo se miente contando hechos verdaderos*. Taurus.

Gonçalves, I. M. (2023, maio). Sally Reynolds apela a que a Literacia Mediática e Digital seja levada mais a sério. *Jornal ESCS*.

<https://congressolmc7.wixsite.com/2023/post/sally-reynolds-apela-a-que-a-literacia-medi%C3%A1tica-e-digital-seja-levada-mais-a-s%C3%A9rio>

Goyanes, M. & Lavín, A. (2018, junho). The Sociology of Fake News: Factors Affecting the Probability of Sharing Political Fake News Online. *Media@LSE Working Papers Series* 55.

https://www.researchgate.net/publication/325721782_The_Sociology_of_Fake_News_Factors_Affecting_the_Probability_of_Sharing_Political_Fake_News_Online

International Fact-Checking Network (s.d.). *The commitments of the code of principles*. IFCN. Consultado a 14 de Janeiro de 2023 em <https://www.ifncodeofprinciples.poynter.org/know-more/the-commitments-of-the-code-of-principles>

International Fact-Checking Network (s.d.). *How to fact-check a politician's claim in 10 steps*. IFCN. Consultado a 14 de janeiro de 2023 em <https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps>

Ireton, C., Posetti, J. (eds.), Wardle, C. Derakhshan, H., Matthews, A., Abu-Fadil, M., Trewinnard, T., Bell, F. & Mantzarlis, A. (2019). *Jornalismo, fake news & desinformação: manual para educação e treinamento em jornalismo*. Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>

Iscte (s.d.). *Pós-Graduação em Informação, Desinformação e Fact-Checking – 2023/2024*. Iscte. Consultado a 17 de janeiro de 2023 em <https://www.ipps.iscte-iul.pt/index.php/formacao/pos-graduacao/1147-pos-graduacao-em-fact-checking-desinformacao-e-informacao>

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2010). *Blur. How to know what's true in the age of information overload*. Bloomsbury USA

Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2021). *The Elements of Journalism. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect* (4ª ed.). Crown Publishing Group

Krasnova, H., Veltri, N., Eling, N., Buxmann, P. (2017, dezembro). Why men and women continue to use social networking sites: The role of gender differences. *The journal of Strategic Information Systems*, 26(4), 261-284. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2017.01.004>

Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J. & Zittrain, J. (2018, março). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012, setembro). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, 13(3), 106-131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>

Lim, C. (2018, julho). Checking how fact-checkers check. *Research & Politics*, 5(3). <https://doi.org/10.1177/2053168018786848>

Luengo, M. & García-Marín, D. (2020, setembro). The performance of truth: politicians, fact-checking journalism, and the struggle to tackle COVID-19 misinformation. *American Journal of Cultural Sociology* 8, 405-427. <https://doi.org/10.1057/s41290-020-00115-w>

Lusa (s.d.). *Combate às Fake News. Uma questão democrática*. Lusa. Consultado a 17 de janeiro de 2023 em <https://combatefakenews.lusa.pt/>.

Lusa (2022, julho). Quase um terço dos portugueses admite frequente exposição a desinformação. *Lusa*. Consultado a 17 de outubro de 2023 em <https://combatefakenews.lusa.pt/fake-news-quase-um-terco-dos-portugueses-admite-frequente-exposicao-a-desinformacao/>

Mantzaris, A. (2016, junho). There's been an explosion of international fact-checkers, but they face big challenges. *Poynter*. <https://www.poynter.org/fact-checking/2016/theres-been-an-explosion-of-international-fact-checkers-but-they-face-big-challenges/>

Marx, G. (2012, janeiro). *What the Fact-Checkers Get Wrong*. Columbia Journalism Review. Consultado a 15 de Janeiro de 2023 em https://archives.cjr.org/campaign_desk/what_the_fact-checkers_get_wro.php

McIntyre, L. (2018). *Post-truth*. MIT Press.

Mikkelson, D. (2016, novembro). We Have a Bad News Problem, Not a Fake News Problem. *Snopes*. <https://www.snopes.com/news/2016/11/17/we-have-a-bad-news-problem-not-a-fake-news-problem/>

Naveh-Benjamin, M. (2000). Adult age differences in memory performance: Tests of an associative deficit hypothesis. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 26(5), 1170-1187. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0278-7393.26.5.1170>

Neves, A. M. (2019, fevereiro). Menos de metade dos portugueses consegue identificar notícias falsas. *Lusa*. <https://combatefakenews.lusa.pt/menos-de-metade-dos-portugueses-consegue-identificar-noticias-falsas/>

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K. & Nielsen, R. K. (2022). *Digital News Report 2022*. Reuters Institute. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2022>

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T. & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

Nyhan, B. & Reifler, J. (2010, março). When corrections fail: The persistence of Political Misperceptions. *Media Policy Initiative* 32, 303-330. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9112-2>

Orwell, G. (2007). *1984*. Antígona

Patterson, T. (2000). *Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – And Shrinking the News Audience and Weakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It*. Cambridge: Harvard University Press.

Pena, P. (2019). *Fábrica de mentiras. Viagem ao mundo das Fake News*. Objectiva.

Pinheiro, M. (2017, fevereiro). Como são os novos Fact Checks do Observador? *Observador*. <https://observador.pt/especiais/como-vaio-ser-os-novos-fact-checks-do-observador/>

Polígrafo (s.d.). Estatuto Editorial. <https://poligrafo.sapo.pt/institucional/artigos/estatuto-editorial>

Polígrafo (s.d.). O nosso método. <https://poligrafo.sapo.pt/institucional/artigos/o-nosso-metodo>

Público (s.d.). Prova dos Factos. <https://www.publico.pt/prova-dos-factos>

Ray, B. (Diretor). (2003). *Shattered Glass* [Filme].

Simão, S. (2023, abril). ONU irá apresentar código de conduta para integridade da informação nas plataformas digitais em 2024. *Jornal ESCS*. <https://congressolmc7.wixsite.com/2023/post/onu-ir%C3%A1-apresentar-c%C3%B3digo-de-conduta-para-integridade-da-informa%C3%A7%C3%A3o-nas-plataformas-digitais-em-2024>

Sindicato dos Jornalistas (2017, outubro). *Novo Código Deontológico*. Consultado a 17 de outubro de 2023 em <https://jornalistas.eu/deontologico/novo-codigo-deontologico/>

Stencel, M. (2017, dezembro). A big year for fact-checking, but not for new U.S. fact-checkers. *Duke Reporter's Lab*. <https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/?print=true>

Stencel, M., Ryan, R. & Luther, J. (2022, junho). Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed. *Duke Reporter's Lab*. <https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed/>

Streit, C. K. (2018). O Problema das Notícias Falsas. *Revista Portuguesa de História da Comunicação* 3, 1-18.

Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S., Ecker & U. K. (2017a, março). Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon. *Royal Society Open Science* 4, 1-21. <http://dx.doi.org/10.1098/rsos.160802>

- Swire, B., Ecker, U. K. H. & Lewandowsky, S. (2017b, dezembro). The Role of Familiarity in Correcting Inaccurate Information. *Journal of Experimental Psychology Learning Memory and Cognition*, 43(12), 1-46. <https://doi.org/10.1037/xlm0000422>
- Taber, C. S. & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science* 50(3), 755-769. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>
- Tardáguila, C. (2019, outubro). This Portuguese fact-checking platform reached its break-even point in less than a year. *Poynter*. <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/this-portuguese-fact-checking-platform-reached-its-break-even-point-in-less-than-a-year/>
- Tesich, S. (1992, janeiro). A government of lies. *The Nation*. https://www.prrac.org/projects/fair_housing_commission/los_angeles/AndPoorGetPoorer-TheNation.01.96.pdf
- Trevors, G. J., Muis, K. R., Pekrun, R., Sinatra, G. M., & Winne, P. H. (2016, junho). Identity and Epistemic Emotions During Knowledge Revision: A Potential Account for the Backfire Effect. *Discourse Processes*, 53(5-6), 339-370. <https://doi.org/10.1080/0163853X.2015.1136507>
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity. *American Journal of Sociology*, 77(4), 660-679. <http://www.jstor.org/stable/2776752>
- Unkelbach, C. (2007). Reversing the truth effect: learning the interpretation of processing fluency in judgments of truth. *Journal of experimental psychology. Learning, memory and cognition*, 33(1), 219-230. <https://doi.org/10.1037/0278-7393.33.1.219>
- Unkelbach, C., & Stahl, C. (2009). A multinomial modeling approach to dissociate different components of the truth effect. *Consciousness and cognition*, 18(1), 22-38. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2008.09.006>
- Uscinski, J. E., Klofstad, C. & Atkinson, M. D. (2016, janeiro). What Drives Conspiratorial Beliefs? The Role of Informational Cues and Predispositions. *Political Research Quarterly*, 69(1), 57-71. <https://doi.org/10.1177/1065912915621621>

- Viner, K. (2016, julho). How technology disrupted the truth. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth>
- Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018, março). The spread of true and false news online. *Science* 359(6380), 1146-1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Waldman, P. (2011, novembro). Does Fact-Checkig Work? *The American Prospect*. <https://prospect.org/power/fact-checking-work/>
- Wardle, C. (2017, fevereiro). *Fake News. It's Complicated*. First Draft News. Consultado a 20 de dezembro de 2022 em <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c>
- Wardle, C. (2020, setembro). *Understanding Information Disorder*. First Draft News. Consultado a 20 de dezembro de 2022 em <https://firstdraftnews.org/long-form-article/understanding-information-disorder/>
- Wason, P. C. (1960, julho). On the Failure to Eliminate Hypotheses in a Conceptual Task. *Quarterly Journal of Experimental Psychology* 12(3), 129–140. <https://doi.org/10.1080/17470216008416717>
- White, D. M. (1950, setembro). The “Gate Keeper”: A Case Study in the Selection of News. *Journalism Quarterly*, 27(4), 383-390. <https://doi.org/10.1177/107769905002700403>
- Wood, T. & Porter, E. (2018, janeiro). The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes’ Steadfast Factual Adherence. *Polit Behav* 41, 135-163. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-018-9443-y>
- Word of the year 2016*. (2016). Oxford Languages. Consultado a 14 de outubro de 2023 em <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

ANEXOS

Anexo 1 – Entrevista a Ivo Neto, jornalista do *Público*, no dia 12 de janeiro de 2023

Qual é a diferença entre a Prova dos Factos e um projeto como o Polígrafo?

Nos colegas do Polígrafo, há uma maior produção, mais conteúdos, conteúdos quase diários. Aqui, não temos essa possibilidade, por uma série de fatores. Primeiro, não temos pessoas só alocadas a este projeto. Não existe ninguém só alocado à Prova dos Factos. Depois, não faz parte da identidade do *Público*, temos um filtro muito reduzido daquilo que fazemos, ou seja, temos o cuidado de não pegar numa coisa que está por exemplo no Facebook, em que, se calhar viu uma pessoa e a sua amiga, e publicar algo sobre isso. No fundo, isso promove esse artigo que não tem visibilidade e passa a ter. Isto não é uma crítica, apenas uma análise. Muitas vezes, o Polígrafo pega em certas coisas que, se calhar, não têm tanta visibilidade e dão-lhe essa visibilidade. Na Prova dos Factos, não fazemos isso. E isso pode acontecer porque o Polígrafo, como o Observador, tem uma parceria com o Facebook. Mas, essencialmente, a principal diferença é mesmo a questão da quantidade de informação que o Polígrafo, por exemplo, tem.

Os profissionais da Prova dos Factos são *fact-checkers* ou jornalistas?

Somos sobretudo jornalistas. Todos os nossos textos são escritos por jornalistas. Colegas que hoje fazem *fact-checks*, ontem fizeram [artigos] sobre macroeconomia e, no dia anterior, sobre empresas. São jornalistas.

Quais são as vantagens de o *fact-checking* estar inserido organicamente numa redação?

Olhamos para o *fact-checking* como um campo do jornalismo. Isto não é algo que surgiu agora. O *fact-checking* existe desde que existe jornalismo. Porque, se repararmos, o que faz o jornalismo? Torna claro e dá visibilidade àquilo que não é claro. Ou seja, vemos todos os dias casos que desconhecemos e que sabemos por causa do jornalismo. No fundo, é a teoria da *agenda setting*. O *fact-checking* é um campo do jornalismo. A grande vantagem que temos, de facto, é esse equilíbrio de termos pessoas muito seniores a fazer *fact-checking*. Não é uma crítica aos mais novos, bem pelo contrário, mas é outra experiência. É diferente teres uma pessoa a fazer um *fact-checking* de economia que tem

uma experiência de 25 anos do que alguém como eu que tem dez ou onze. Temos essa grande vantagem.

Quantos jornalistas fazem *fact-checking* no *Público*?

Não temos ninguém a trabalhar exclusivamente no *fact-checking*. A única pessoa que está verdadeiramente, e nem é oficial, sou eu. No fundo, dou a cara por esta função, por uma série de fatores. Mas não existe ninguém alocado, sou quem dá a cara por isto. No ano passado ou há dois anos, candidatámo-nos à Poynter e fui eu que tratei do processo de candidatura.

Como é que surgiu esta ideia de realizar *fact-checking* no *Público*?

Foi uma ideia que partiu de mim. Por uma série de fatores: porque gosto muito de fazer coisas diferentes e canso-me muito rapidamente do que faço e, portanto, tento sempre procurar coisas para fazer. Apresentei a proposta de tentarmos também ter um posicionamento dentro desta área que, não sendo uma área nova, tem muita procura. E o facto de hoje comunicarmos muito pelas redes sociais, e temos as fontes políticas que quase não comunicam com os jornalistas, que dizem que o querem nas redes sociais. Porque as redes sociais permitem que qualquer um faça isso muitas vezes, temos de ser nós também a dar contexto às coisas... lá está, nisto não existe salto. Na prova dos factos, nem no *fact-checking*. As nossas notícias, muitas vezes, partem de coisas que os líderes políticos dizem nas redes sociais e dá-nos o contexto, que é a essência do jornalismo. Mas isto, de facto, permite ter outro tipo de abordagens. Por exemplo, na semana passada estava a circular um vídeo de um alegado tiroteio por causa dos quartéis de Sinaloa e aquilo era um jogo de computador, tal como aconteceu com o fantasma de Kiev. À partida, são textos que, se calhar, não se escreveriam no *Público*, nem no Polígrafo, nem no Observador, e que estas secções de *fact-checking* permitem tratar. No fundo, dão oportunidade de este tipo de artigos ser trabalhado.

E sentem procura por este género jornalístico?

Há pessoas que procuram muito este tipo de conteúdo. Na semana passada, um dos artigos mais lidos do *Público* foi um *fact-checking* que realizámos àquela burla dos CTT. Também fizemos da SONAE, da Decathlon, e são sempre artigos com muita procura. São

artimanhas cada vez mais bem montadas. Eu próprio fiquei na dúvida. Quando vi esse da SONAE, lembro-me de pensar que poderia ser verdadeiro.

Quanto tempo é dedicado em média a um *fact-check*?

Depende muito se é ou não óbvio, se temos ou não respostas fáceis. Não consigo quantificar, depende muito do artigo que se está a fazer.

Na *Prova dos Factos* sentem pressão com os prazos?

No *Público*, não temos isso. Mentiria se dissesse que tínhamos. Temos a pressão de ter, pelo menos, um trabalho por semana porque sairá na versão em papel ao sábado.

Foi difícil estabelecer uma escala de classificação e atribuir um valor de verdade às declarações conforme essa escala?

Às vezes, é difícil, outras vezes não. Por exemplo, o último que realizámos foi de André Ventura ter publicado aquela imagem do Lula da Silva algemado e, claramente, é uma imagem falsa. Nós até contactámos André Ventura e o Chega, porque tentamos sempre ir além do dizer que é verdadeiro ou falso. Tentamos dar essa perspetiva jornalística. Porque isto é jornalismo. Não obtivemos resposta, mas essa foi fácil. Mas depois há outras que, de facto, são mais complicadas, e que merecem outro tipo de abordagem. A escala foi difícil, criámos algumas por necessidade. [Em casos mais difíceis] há discussão entre os jornalistas, do que é que fazemos. Nem toda a gente concorda, mas isso é assim com tudo.

Sentem que os políticos ignoram os *fact-checks*?

A nossa experiência é essa. Ainda agora, por exemplo, voltando àquela questão do Chega, a imagem do André Ventura foi partilhada por militantes da página de apoio que o partido tem no Porto, por isso sim. No fundo, acontece com tudo. Os políticos também não ligam, muitas vezes, às primeiras páginas. Assistimos a polémicas repetidas. Todos os anos vemos os mesmos problemas – discutimos as cheias no inverno e a seca e os incêndios no verão. É transversal a qualquer campo do jornalismo.

Que dificuldades ou falhas aponta ao *fact-checking*?

Estarmos no sítio onde verdadeiramente a desinformação acontece. Os jornalistas vivem numa bolha. E a nossa bolha é muito diferente da bolha, por exemplo, do meu pai e de

alguns amigos que não são jornalistas. É um problema que o jornalismo tem. Trabalhamos muito a partir do sítio onde estamos. E o sítio onde estou é um sítio bem informado, em que as pessoas à minha volta leem notícias no sítio certo, que não vão ler notícias ao “Está Bonito” ou essas coisas. No entanto, 90% da população não tem esta dieta informativa. Por isso, creio que é a principal dificuldade. No jornalismo – e na sociedade em geral, mesmo quem se dedica a isto nas universidades –, chegamos depois, ou seja, no fim da festa. Por exemplo, se formos aos *sites* brasileiros, que têm uma aptidão para a pesquisa muito maior do que nós, porque também têm um grau de informação muito maior do que o nosso e muito mais antigo, só agora é que estão a sair dos artigos da forma de como toda a invasão no domingo foi organizada. Isto decorreu nos dias antes, ou seja, eles próprios chegaram tarde. Ou seja, parece-me que essa é a grande dificuldade. As maiores valências será, no futuro, sermos capazes de demonstrar o que é que está a acontecer, para isto acabar. Por exemplo, sermos capazes, enquanto jornalistas, de perceber que na rede está a acontecer um apelo para que as pessoas se desloquem a Brasília, dos vários pontos do país, denunciar e isso, de facto, ter uma consequência. Porque se não, estamos só a fazer aquilo que sempre fizemos, muitas vezes, que é dar conta do que aconteceu. E, de facto, acho que *fact-checking* associado às redes sociais tem esta possibilidade: demonstrar o que está a acontecer, como aconteceu em Brasília. Neste caso, a informação estava toda disponível; os apelos feitos pelas grandes igrejas evangélicas; estava tudo a acontecer na rede, ou seja, era preciso os jornalistas estarem lá. Mas, lá está, vivemos em bolhas. Enquanto jornalistas, é normal não estarmos em sítios onde a desinformação reine porque somos pessoas que, para sermos jornalistas temos de gostar de notícias, temos de gostar de informação, ou seja, vamos privilegiar estar em espaços, tanto físicos como digitais, em que a informação seja boa e fidedigna e isso é uma dificuldade que temos.

Alguns autores apontam para o viés da confirmação. Como é que este viés põe em causa a eficácia do *fact-checking*?

No fundo, é o que sustenta a teoria das *filter bubbles* e das caixas de ressonância. Existe sempre uma parte da população que não vai estar... É assim. Acredito perfeitamente que não temos a capacidade de expolarizar alguém que seja polarizado. Por exemplo, se for uma pessoa totalmente anti-vacinas ou totalmente pró-Lula, não terei capacidade de lhe demonstrar que está errada. Mas se for alguém que consome informação e que leu que as vacinas tornam possível colocar o telemóvel colado no braço, tenho a capacidade de a levar a essa informação e de lhe explicar por que acontece. Se for uma pessoa totalmente

pró-esquerda, que vive na bolha do PCP e que defende o Putin, não vou chegar a ela. Mas se for uma pessoa que, por exemplo, tem um perfil de esquerda; normalmente, vota à esquerda e tem muitas pessoas à sua volta que votam à esquerda e que defendem o Putin, mas tem esse equilíbrio, vai procurar, sobretudo, um meio que a mantém informada, tendo aí a capacidade de a guiar para aquilo que é a informação boa.

E alguns autores apontam também que o *fact-checking* pode resultar num *backfire effect*, ao reforçar e fazer chegar a informação falsa a mais pessoas. Acredita que é um problema?

Existe, totalmente, e tem de se ter muita cautela. É impensável enquanto jornalista do *Público* e trabalhador da *Prova dos Factos*, pegar num *post* que vi o Zé da esquina partilhar no Facebook e dar-lhe visibilidade. Ao entrar no *site* e nas redes sociais do *Público*, vai ter uma multiplicação por plataformas e, certamente, mais visibilidade do que a que merece.

O *fact-checking* surgiu porque o jornalismo falhou?

Não concebo o *fact-checking* como algo que não seja jornalismo. O jornalismo não falhou às pessoas, caso contrário, não tínhamos esta democracia. Tem muitos defeitos, mas modificou-se, alterou-se. As pessoas também falharam ao jornalismo. Por exemplo, quando temos um problema de saúde, vamos ao médico. As pessoas quando querem informação, muitas vezes, não vão ao jornalismo. Por exemplo, sou adepto do Sporting, mas se quiser ler notícias do Sporting vou ao *Público*, ao *Jogo*, ao *Record*, ao *A Bola*, mas sei que muitos sportinguistas que não vão aqui, mas sim aos *sites* do Sporting. Quem é que falhou aqui? Não foi o jornalismo, o jornalismo existe, está ali. Mas é a nossa natureza, a tribalização existe desde sempre.

O *fact-checking* pode ser uma forma de contribuir para a literacia mediática e para o espírito crítico?

É exatamente isso. Existe uma enorme falta de literacia mediática em Portugal. É um problema que devia ser abordado desde o ensino básico, como já acontece em alguns países.

Como vê o futuro do jornalismo?

É impossível o jornalismo crescer quando as pessoas também se desinteressam pelo jornalismo e o jornalismo se desinteressa pelas pessoas. As pessoas hoje têm acesso à informação como nunca houve na história da humanidade – falo de informação, não falo de notícias. Existe informação como nunca houve, fruto da *Internet*, das redes sociais, e temos oportunidade de ser a sociedade mais bem informada da história da humanidade. E, muitas vezes, não somos porque temos essa questão: somos animais e procuramos informação naquilo que nos conforta. Vários teóricos da comunicação demonstraram que procuramos informação que nos faz sentir melhor. Por outro lado, os jornalistas também vivem em bolhas. É uma crítica que faço: vivo numa bolha, tenho um meio muito diferente até da minha mulher, que mora comigo, come comigo, que temos uma filha. Muitas vezes, ela fala de coisas que eu não sei e devia saber. Por outro lado, também penso no jornalismo a partir de mim, ou seja, tem de haver este trabalho conjunto. Mas uma chave para o jornalismo funcionar – e o jornalismo é a chave para a democracia; a democracia tem falhas, mas não existe na história da humanidade nenhum sistema político melhor que a democracia – é uma grande aposta na literacia. Tem de começar com os mais novos, desde a primária. Da mesma maneira que temos a carta de condução e todos sabemos conduzir – aprendemos a conduzir, sabemos as regras, temos o código; eu consigo ensinar uma criança de 12 anos a conduzir, certamente –, temos de preparar as crianças para saber navegar na informação. E assim vamos ter uma sociedade melhor. A partir do momento em que deixar de existir jornalistas, deixa de haver a tal ideia do quarto poder, que muita gente diz que já desapareceu. Não desapareceu. Basta perceber o que aconteceu estas semanas em Portugal, em relação a este governo. Caiu um secretário de Estado porque houve jornalistas que falaram disso, que sabem disso e foi o que motivou esta situação política que vivemos agora. E isso acontece porque existem pessoas que trabalham nesta área. Um dia que esta área deixe de existir, a sociedade vai deixar de existir como é e deixamos de ter democracias tão fortes. E a democracia está sob ataque e muito graças à desinformação. Basta perceber o que aconteceu nos EUA e no Brasil. Em Portugal, recebemos muito mais tarde a tecnologia, tanto para o bem, como para o mal. As coisas boas também recebemos depois. O início do Facebook deu-se muito tardiamente aqui. Ou seja, recebemos estas coisas boas, mas as más também as recebemos mais tarde. Tudo isto que aconteceu nos EUA e no Brasil não sei se vai ter a mesma proporção em Portugal. Somos países diferentes, mas estamos a ver isto a acontecer.

Vemos a maneira como a extrema-direita está a utilizar as redes sociais para a desinformação. O que aconteceu com as vacinas não foi tão grave em Portugal porque temos um histórico de aceitação de vacinas como mais nenhum país no mundo. Somos o país do mundo que melhor relação tem com as vacinas e o SNS, mas vimos o que aconteceu noutros países, como em França, na Alemanha, onde a desinformação, de facto, reinou. A desinformação é inimiga da democracia, e a melhor maneira de combater a desinformação é com informação. E os melhores agentes para trabalhar a informação são os jornalistas.

Anexo 2 – Entrevista a Fernando Esteves, criador do Polígrafo, no dia 17 de janeiro de 2023

O Polígrafo é um jornal ou um projeto de *fact-checking*?

O Polígrafo é um jornal, como qualquer outro. Tem um embrulho diferente, mas é um jornal. É mais focado numa modalidade jornalística um pouco diferente, daquela que é normalmente vista como sendo o jornalismo *mainstream*, mas o que fazemos é exatamente o mesmo que fazem todos os outros nossos colegas nos outros jornais, que é pesquisar informação, fazer a confirmação dessa informação através do cruzamento de fontes, e escrever o texto final. As técnicas que utilizamos são exatamente as mesmas que são usadas pelos meus colegas da imprensa dita tradicional. Existem é depois algumas diferenças na medida em que, eventualmente, nós as utilizaremos, por um lado, de forma mais sistemática, digamos assim, no sentido em que elas são imprescindíveis ao nosso trabalho. Refiro-me à não utilização de fontes anónimas, que deveria ser uma regra no jornalismo, mas não é. Temos um código de princípios, um de valores, além de nos regermos pelos códigos que existem na profissão, o código deontológico dos jornalistas, ou lei de imprensa, etc., pertencemos à International Fact-Checking Network, que é uma instituição que funciona na orla do Poynter Institute nos EUA e que tem um código de princípios muito exigente. Esse código de princípios passa por termos uma grande transparência nas fontes que utilizamos, termos uma política de correção de erros muito aberta, muito visível, ao contrário do que acontece, por exemplo, na imprensa dita tradicional, em que se tenta, de alguma forma, esconder nas notas de rodapé as correções que há para fazer. Conosco não acontece. Todas as correções são realizadas com igual destaque ao obtido pelos artigos a que elas dizem respeito.

Temos também um forte compromisso na transparência do nosso financiamento. Divulgamos as nossas fontes de rendimentos no *site*, temos também de as partilhar com a IFCN. Todos os anos, somos alvo de uma auditoria muito rigorosa por parte de um perito internacional escolhido pela IFCN, que avalia a qualidade dos nossos conteúdos, a transparência dos nossos conteúdos, do nosso financiamento, a qualidade da nossa política de correção de erros, etc. Portanto, desse ponto de vista, temos uma série de diferenças relativamente àquilo que é a prática normal do jornalismo dito tradicional. Por isso, somos um pouco mais exigentes. Mas, em termos de instrumentos que utilizamos, recorremos aos instrumentos clássicos que qualquer jornalista utiliza. Fazemos entrevistas, escrevemos os artigos. A única diferença é que no final dos artigos, fazemos uma avaliação em função da escala que inventámos: verdadeiro, falso, verdadeiro, mas..., impreciso, descontextualizado, pimenta na língua.

O *fact-checking* é uma resposta a um jornalismo em crise?

O jornalismo de *fact-checking* só surge como uma resposta à crise do chamado jornalismo tradicional. E essa crise consiste na proletarização da profissão. As redações estão cada vez mais desprovidas de jornalistas experientes e têm cada vez mais jovens, que são inexperientes, que ainda não aprenderam totalmente os rudimentos da profissão. Os jornalistas mais experientes são mais caros, custam mais às organizações e digamos que, de alguma forma, desequilibram os orçamentos. E chegou-se à conclusão em Portugal – e um bocadinho por todo o mundo, na realidade –, que provavelmente era mais fácil produzir em quantidade, nomeadamente com o surgimento das edições online, do que em qualidade. As edições *online* vivem muito do tráfego, o qual vive das publicações. Quanto mais notícias forem produzidas durante um dia, mais tráfego, em princípio, elas irão gerar. Ora, se é pedido a um jornalista que faça dez, 15, às vezes, 20 artigos por dia, é humanamente impossível pedir-lhe que tenha um grau de qualidade elevada em todos os artigos, porque, simplesmente, não tem tempo para o fazer, para cruzar as fontes, para ver se tudo aquilo que escreve é verdade. Muitas vezes, os jornalistas acabam por se alimentar do que aparece nas redes sociais, onde não existe triagem jornalística. E, sem tempo para confirmar, acabam por publicar conteúdos sem muita qualidade, às vezes, não confirmados. E se multiplicarmos isto a uma escala universal, tantos erros e tanta falta de qualidade acabou por resultar numa desconfiança, numa distância dos leitores face ao jornalismo que se pratica. Porque o leitor pode ser enganado uma vez, duas, três, mas não vai estar sempre a ser enganado. E a crise dos jornais e da imprensa tradicional tem muito

a ver com o desinvestimento que foi feito nas redações, com a política dos baixos custos, que depois obviamente se reflete em termos de qualidade. E quando um jornal, a imprensa não oferece qualidade, um produto não tem qualidade, não é possível enganar as pessoas durante muito tempo. Daí que hoje, os jornais que vendiam dezenas, senão, às vezes, centenas de milhares, de exemplares por dia, hoje vendem pouquíssimos. Há vários casos conhecidos. Há dez anos, o *Correio da Manhã* vendia acima de cem mil exemplares, hoje em dia, vende 40 mil. Existem outros casos, quase todos os jornais portugueses tradicionais, todos mesmo, passaram por este processo de erosão de vendas.

Aos jornalistas e, nomeadamente, aos diretores editoriais é-lhes bastante confortável pensar que tem a ver com a crise e com o facto de as pessoas terem menos dinheiro para gastar em jornais e gostarem de consumir informação *online*, que é mais barata. Mas não, não tem nada a ver com isso. Tem fundamentalmente a ver com a perda de qualidade do produto que oferecemos, que gerou um distanciamento entre os leitores e os produtos que os jornalistas produzem. O Polígrafo e o jornalismo de *fact-checking* é um bocadinho uma reação ao estado de coisas. É uma espécie de voltar aos princípios básicos do jornalismo: o *slow journalism*. Não há nenhum jornalista do Polígrafo que faça mais do que um, no limite dos limites dois conteúdos por dia, normalmente um. Há jornalistas no Polígrafo que imediatamente, antes de trabalharem no Polígrafo, escreviam 15 notícias por dia. Ao chegarem ao Polígrafo, peço-lhes para fazerem um *fact-check* diário. E as pessoas até estranham um bocadinho, mas depois percebem que, de facto, para fazer um texto jornalístico a sério, fundamentado, há que ter tempo, que é o tempo que as redações tradicionais não dão aos jornalistas para trabalhar. No limite, resulta não só num produto com menos qualidade, mas também, até para o próprio jornalista, numa experiência bastante incompleta. Há jornalistas em Portugal, nomeadamente esta nova geração, que chegam aos 30 anos sem ainda saber fazer coisas básicas como cruzamento de fontes, confirmação de informação porque nunca lhes foi pedido. É-lhes pedido que copiem notícias das agências noticiosas como a Lusa ou a Reuters e que não façam mais do que isso. O que teria de ser feito a mais do que isso é que é essencial na prática jornalística. Portanto, estamos a criar uma geração de analfabetos jornalísticos, sem o sabermos. No limite, quem é que perde? As publicações, os negócios e, obviamente, também os jornalistas, que são cada vez mais trabalhadores desqualificados, proletarizados. Ganham mal. As empresas jornalísticas pagam, por norma, bastante mal. Tudo isto é um círculo vicioso em que uns males alimentam os outros. E é muito difícil romper com este ciclo.

Prefiro acreditar que a qualidade resulta e o Polígrafo é um exemplo disso. É um jornal lucrativo, apesar de publicar apenas, em média, quatro conteúdos por dia. Não publicamos 200 ou 300 como há jornais a publicar, o Observador lança 300 conteúdos por dia. Não o fazemos, mas também não queremos, não é um campeonato em que queiramos entrar. O Polígrafo tem um ótimo tráfego, é um jornal muito visitado, mas não queremos tráfego a qualquer custo. Prefiro que as pessoas façam menos, mas façam bem. Instituí uma regra no Polígrafo que, uma vez mais, é a contradição daquilo que acontece na imprensa tradicional: não me importo nada que o Polígrafo seja o último jornal a escrever sobre um assunto, porque a pressa, já diz o ditado popular, é inimiga da perfeição. Gosto de dizer aos jornalistas do Polígrafo que somos uma espécie de carro vassoura, que vem no fim ver tudo o que é publicado e de alguma forma tem a palavra final sobre aquilo que é a verdade das coisas, ou pelo menos a nossa palavra. Não me importo que sejamos mais lentos, desde que o que publicamos seja completamente seguro. E os nossos leitores já estão educados nesse sentido. Quando acaba um debate no Parlamento, os nossos leitores não vão a correr ao Polígrafo à espera de que tenhamos imediatamente os *fact-checks* sobre o debate. Os leitores já sabem que provavelmente vão ter de esperar até ao final da noite, ou até ao dia seguinte, para ler o trabalho que desenvolvemos sobre esse debate. Esse trabalho de educação do leitor também é muito importante. E o crescimento do Polígrafo e seu sucesso como projeto de referência são a prova de que fazer mais e mais rápido não é a receita para o sucesso.

Como é que o Polígrafo seleciona as declarações que verifica?

Realizamos uma reunião todos os dias do lançamento do dia. Cada jornalista partilha as informações que tem, aqueles que considera serem os temas mais interessantes para trabalhar nesse dia, debatemos entre nós. Depois, em função da sensibilidade de cada um, acabamos por eleger os temas. Óbvio que a última palavra é sempre do diretor da publicação, no caso, eu. Normalmente, não temos assim grandes divergências. Há, sobretudo, dois critérios quando se seleciona material jornalístico. Um é o interesse público. E o outro é o interesse do público. Qual é que é o problema do jornalismo atual? É que a esmagadora maioria dos jornais das publicações tem estas duas ordens de valores muito desequilibradas: pensam mais no interesse do público do que no interesse público. Aqui no Polígrafo também tenho os dois critérios, mas são muito equilibrados. Quando nos referimos a assuntos de interesse público, estamos a falar de coisas, provavelmente, até mais pesadas. É importante que se fale sobre as instituições, sobre o Parlamento, sobre

o Governo, sobre questões de carácter internacional, etc. Acredito que essa é uma função que os jornais têm. Por outro lado, também é importante não nos esquecermos do chamado interesse do público, que, muitas vezes, se cruza com interesse público porque há muito público que se interessa por estas matérias. Mas evidentemente qualquer jornal, publicação, órgão de *media* tem de se preocupar com audiências, as quais estão diretamente relacionadas com interesse do público, o que normalmente se traduz em conteúdos um pouco mais leves.

O Polígrafo não é, por natureza, um jornal leve, mas também se preocupa com isso. Temos desde artigos com *fact-checks* a eventos mais ou menos ridículos, que dizem respeito a montagens fotográficas, filmes criados com base em Inteligência Artificial, coisas que são um bocadinho insustentáveis e quase ridículas, até outras mais pesadas. O que é complicado é quando as publicações só se preocupam com o interesse do público, o que acontece muito com as publicações tabloide, em que, de facto, quando se seleccionam os temas a tratar, a questão do interesse público nem sequer é pensada. O único critério é como é que vamos ter mais tráfego, o que é que podemos dar às pessoas para ter mais tráfego. E as respostas são sempre duas: temos de dar-lhe mais conteúdo, mais, mais e mais conteúdos, alimentar o monstro e, por outro lado, dar-lhes conteúdos que promovam os cliques, o que é chamado fenómeno do *clickbait*, em que, muitas vezes, conteúdos são vendidos de forma completamente enganosa. Há um académico que é bastante conhecido nos EUA, Aviv Ovadya, que tem uma tese muito interessante a que chama de infocalipse, que é o momento para que nos dirigimos, e a que um dia provavelmente chegaremos, avaliando a forma como as coisas estão a evoluir, em que as pessoas vão ter muita dificuldade em distinguir aquilo que é real e aquilo que é ficção. É o apocalipse informativo. E nessa altura, tudo vai estar em causa, porque se não tivermos confiança na informação que nos chega, ficamos perdidos, embriagados. E quando estamos embriagados, normalmente, nunca tomamos as melhores decisões. Esta distância que se está a criar entre as instituições e as pessoas, este buraco, está a ser preenchido por discursos que tentam explicar às pessoas, com base em ideias radicais, aquilo que as incomoda. Está a acontecer em todas as cidades modernas, acontece em Portugal com André Ventura, em Espanha com o Vox, nos EUA com o Trump, no Brasil com o Bolsonaro. São pessoas que chegaram para preencher o vazio que se criou entre políticos e instituições em crise e uma população que já não se revê nas instituições e nos políticos que as representam. E depois chega alguém com um discurso que vai ao encontro das

frustrações das pessoas e do que elas sentem— os políticos são corruptos, os tribunais funcionam para os pobres de uma forma e para os ricos de outra, os jornalistas são todos comprados – e corremos grandes riscos de estarmos a pôr em causa um bem-comum, que é, provavelmente, a maior conquista do último século, que é a democracia, que é o que nos permite viver e falar em liberdade.

Por que é que o Polígrafo segue o princípio de não avaliar jornais ou jornalistas, mas apenas protagonistas das notícias?

Por um motivo simples: porque acreditamos que quem deve avaliar os jornais e os jornalistas devem ser os leitores. Não somos a bíblia do jornalismo, nem queremos ser. Não nos consideramos melhor do que os outros jornalistas, não temos essa arrogância. Quem deve avaliar os órgãos de comunicação social são os seus leitores, que são sábios. Não é por acaso que a imprensa tradicional está em crise. É porque os leitores têm sabido avaliar, têm sido sensíveis ao decréscimo enormíssimo da qualidade dos conteúdos que lhes são colocados à frente. Há uma questão interessante que me pode fazer: então e o Polígrafo é avaliado por quem? E a minha resposta é: também pelos leitores. Mas uma grande diferença do Polígrafo relativamente à imprensa tradicional: um texto de *fact-checking* bem escrito é aquele que permite ao leitor, enquanto está a ler o texto, ir verificando se as informações são verdadeiras. Isso faz-se como? Através da disponibilização de *links*. O primeiro-ministro faz uma declaração sobre a descida do défice no Orçamento de Estado, nos últimos dez anos: e dizemos que o primeiro-ministro está a mentir por isto, isto e isto. Por cada argumento que acrescentamos ao texto, colocamos o *link* para o documento original, em que a pessoa pode ir confirmar se aquilo que nós estamos a dizer é verdadeiro ou falso. Um texto de *fact-checking* pode ser avaliado em tempo real por quem está a lê-lo. Não há uma forma mais prática – eu, pelo menos, não conheço – de envolver o leitor no processo de avaliação da atividade jornalística. Por outro lado, somos ainda alvo de outra avaliação, que é a auditoria anual que referi por parte da IFCN. Se não passarmos nessa auditoria, não nos é conseguida a certificação, com todas as implicações que isso pode ter, nomeadamente limitação de acesso aos fundos internacionais. É um fator muito importante até para o Polígrafo como negócio, para nos defendermos temos de ser bons no que fazemos. A sobrevivência do negócio do Polígrafo está diretamente relacionada com a qualidade dos seus conteúdos, não com o tráfego. O auditor não avalia o tráfego que temos, nem sequer quer saber, não temos de lhe disponibilizar essa informação. O que ele avalia é a qualidade dos nossos

conteúdos. Estamos reféns, o nosso sucesso, até empresarial, está totalmente depende da qualidade do trabalho que fazemos. Eu acho que isso é muito saudável.

Qual é a relação do Polígrafo com os jornais tradicionais?

Quando o Polígrafo surgiu senti alguma resistência por parte dos meus colegas da imprensa tradicional. É normal, é um novo *player*, é uma coisa que na maior parte dos casos nem sequer era conhecida. Em média, os jornalistas portugueses não têm assim grande cultura mediática, a esmagadora maioria, por mais incrível que pareça, nem sequer sabia o que era o jornalismo de *fact-checking*. E depois criou-se, no início, embora tenha vincado sempre o contrário, a ideia de que o Polígrafo vinha para verificar aquilo que os outros jornais faziam e escreviam.

Passada essa fase inicial em que as pessoas perceberam que não era esse o nosso propósito e tendo em conta os resultados, bem como a reação positiva que tivemos, a par da importância que o jornal ganhou muito rapidamente na sociedade portuguesa, as pessoas conheceram melhor o projeto e perceberam que era só um projeto jornalístico diferente. Portanto, hoje em dia, o Polígrafo faz parte do ecossistema mediático. A sua autonomia é genericamente respeitada, acredito que é admirada. Está a ser replicada pela imprensa tradicional, o que é um sinal do nosso sucesso. O *Público* criou uma boa secção de *fact-checking*, também agora já verificada pela IFCN, outros jornais, o Observador, a própria *Visão* também criou uma secção de *fact-checking*, o *Expresso*. A verdade é que o Polígrafo veio primeiro chocar, mas depois revolucionar. As pessoas perceberam muito rapidamente que faltava na imprensa em Portugal, e daí que todos tenham reagido e começado a fazer *fact-checking*. A TVI criou um programa de *fact-checking* concorrente do Polígrafo, a Rádio Observador faz *fact-checking*, todos os meios em época eleitoral fazem *fact-checking*, e porquê? Por causa do surgimento do Polígrafo. Portanto, se a imprensa tradicional também já faz *fact-checking*, é porque reconheceu o nosso mérito e reconheceu a legitimidade da nossa prática jornalística, percebeu que o Polígrafo e que o *fact-checking* são mais-valias.

A parceria do Polígrafo com a SIC foi benéfica, ou teve desvantagens?

Só vejo vantagens. Foi muito importante no processo de afirmação do Polígrafo. Quando começámos o programa, o Polígrafo já tinha cinco meses. O programa só existe porque o Polígrafo digital, o jornal digital, foi um sucesso imediato e instantâneo. Só por causa

disso é que a SIC decidiu convidar o Polígrafo para fazer um programa de televisão. E desde então, o Polígrafo SIC é líder de audiências, praticamente desde o primeiro programa até hoje. No dia 1 de abril, que foi quando foi lançado – e não foi por acaso – fazemos quatro anos – quatro anos de liderança. Significa que o trabalho é bem feito e que este tipo de trabalho não é de nicho, que as pessoas consomem informação de qualidade, informação que esteja fundamentalmente alicerçada naquilo que é o interesse público. Estamos a falar de um programa que chega às massas. Todas as segundas-feiras chegamos a mais de um milhão de pessoas, há muitos anos. E o facto de as pessoas nos acompanharem de forma tão atenta e tão recorrente, ao longo de quatro anos, significa que gostam do programa e dos nossos conteúdos. As pessoas não fazem fretes. Quando têm um comando na mão que lhes permite mudar instantaneamente para o programa concorrente em milésimos de segundos, não hesitam.

O sucesso do Polígrafo na televisão - e também no jornal - é um grande barómetro daquilo que as pessoas gostam. Os jornalistas deviam estar mais atentos a esta realidade. Temos um programa totalmente baseado naquilo que são os conteúdos do jornal, os quais são publicados primeiro no jornal e só depois é que são transformados em peças televisivas, e que, apesar de tudo, têm muita audiência. Significa que as pessoas estão interessadas em jornalismo de qualidade. Se o programa é líder de audiências, é sinal de que as pessoas veem jornalismo de qualidade e que a solução não é encher a redação de jovens jornalistas mal pagos e colocá-los a fazer 15 a 20 artigos por dia. A solução não é essa e quem pensa que é vai afundar-se no lodo em que uma boa parte dos *media* já estão hoje.

Foi difícil estabelecer uma escala de classificação de verdade e depois encaixar as declarações nessa escala?

A escala de avaliação foi um procedimento de que me lembrei, mas é uma solução que também é utilizada internacionalmente. A escala depois fomos nós que a criámos, todas as escalas são diferentes. Criei, por exemplo, a categoria “Pimenta na língua” para as afirmações que são ridiculamente falsas. Essas são as mais fáceis de avaliar. O que é mais difícil, às vezes, a escolher são aquelas escalas intermédias: impreciso, verdadeiro, mas... são sobretudo estas, porque, às vezes, estão ali muito próximas. Quando temos dúvidas, discutimos uns com os outros para chegar a um consenso. Posso ter uma opinião, mas se há três pessoas dentro da redação que têm uma opinião diferente, se calhar, é porque têm razão. É desta discussão, desta interação entre colegas, que muitas vezes são decididas

estas escalas mais intermédias. A maior parte das coisas é mais ou menos indiscutível, mas depois existem ali, de facto, terrenos mais finos em que é preciso uma avaliação mais micro. Mas para isso dialogamos e tentamos chegar a consensos. E a maior parte das vezes acertamos.

Os profissionais do Polígrafo estão cientes dos desafios tecnológicos e psicológicos que se levantam ao *fact-checking*? E como é que os enfrentam?

A questão de as pessoas procurarem informação que vai ao encontro das suas crenças é um pouco assustadora e para a qual muito tem contribuído o algoritmo das redes, que vem a ser construído no sentido de disponibilizar o que lhes é confortável, para que partilhem imediatamente com os amigos. E a partilha é a base das redes sociais. Costumo dizer que a partilha é a moeda das redes sociais porque é esta que serve de transação. Partilho o conteúdo de um amigo no Facebook na esperança de que ele partilhe também o meu. Há uma espécie de negócio, que não é falado, é invisível e funciona no domínio da psicologia. Partilhamos todas as coisas da nossa vida, pensamentos, notícias, na esperança de que sejamos pela nossa comunidade e de tal forma que ela replique a nossa mensagem. É muito assustador, se tivermos em conta que as pessoas são fundamentalmente atingidas por informação que vai ao encontro das suas convicções. A conclusão a que chegamos é que as pessoas acabam por ter muito pouco contacto com ideias que são contrárias às suas, o que não lhes permite ter um raciocínio informado. E mais do que isso, acabam por funcionar em comunidade fechada, porque depois enviam a informação que vai ao encontro das suas convicções, também para os seus amigos, que são impactados pelo mesmo tipo de informação. A informação circula ali em circuito fechado e isso tem-nos criado uma geração de pessoas meio acríticas. Quando somos impactados apenas com uma parte da realidade e tendo em conta que atualmente 60% da informação que é consumida pelas pessoas vem das redes sociais, e sendo a natureza da informação das redes sociais altamente enviesada por ser formatada em função do consumidor, chegamos a uma realidade um bocadinho triste. Há aqui uma questão interessante. Está estudado que a desinformação circula a uma velocidade muito maior do que a informação comumente aceite. Se há uma desinformação que é colocada a circular, e faço um *fact-check* sobre o assunto, sei que mais facilmente é partilhada a desinformação. Temos uma tendência para partilhar aquilo que vai ao encontro das nossas convicções, mesmo que seja falso. E já dizia Mark Twain, “mais depressa uma mentira dá a volta ao mundo do que a verdade calça os sapatos para ir atrás dela”. Um fator essencial para combater a

desinformação é o tempo. Quanto mais depressa agirmos em cima de uma desinformação, mais inibimos a partilha, que a moeda das redes sociais atue. Imaginemos que alguém partilha uma mentira. Se, através de um mecanismo de Inteligência Artificial, se detetar a mentira quase em tempo real e enviar um *fact-check* para a caixa de comentários do seu *tweet*, inibo a partilha. Uma mega influenciadora diz que o mundo é quadrado e o Polígrafo tem um robô, um mecanismo de inteligência artificial, que monitoriza, em tempo real, 200 pessoas em Portugal que são conhecidas por serem influenciadoras, desde comentadores, políticos, etc. Esse robô vê aquilo que escrevem e, imediatamente, cruza aquilo que alguém disse com a base de dados – do Polígrafo, da Biblioteca Nacional, do Instituto Nacional de Estatística, do Eurostat, etc. – e percebe que aquilo que escreveu é errado. Imediatamente, lança a informação verdadeira para o topo da caixa de comentários. Isto tem dois efeitos: é uma vergonha para a influenciadora, descredita-a perante os seus leitores e faz com que estes, perante uma falsidade manifesta, pensem duas vezes antes de partilhar. Já existem experiências a este nível, que ainda não estão completamente acabadas. Por exemplo, há um jornal brasileiro de *fact-checking* chamado Aos Factos, que tem um robô a que eles chamaram Fátima, que atua precisamente entre 250 influenciadores da sociedade brasileira. O robô está alinhado ao repositório *de fact-checks* do Aos Factos, que já tem vários anos, e cruza as publicações desses influenciadores e comentadores, com o arquivo do Aos Factos. A partir do momento em que é publicada uma informação falsa, o robô vai buscar o *fact-check* do Aos Factos sobre esse assunto em concreto e faz um *post* na caixa de comentários desse influenciador, ou da personagem que está a ser verificada. E isso, de facto, é uma arma poderosíssima. No futuro, vai massificar-se. O Polígrafo está a trabalhar, neste momento, em dois projetos de IA, um no âmbito do Observatório Ibérico dos Media Digitais, de que somos fundadores, e um outro de uma candidatura a um fundo. Todos têm sempre como base instituir mais velocidade na identificação de desinformação e mais agilidade na reposição da verdade. No futuro, a luta contra a mentira e a desinformação terá dois vetores. Um é puramente tecnológico: como é que vamos chegar mais rapidamente à desinformação e como vamos combatê-la também rapidamente com boa informação? A outra é através da literacia mediática, da educação. Os jovens, nas escolas, têm de ser ensinados a distinguir uma informação falsa de uma verdadeira, têm de ser ensinados a distinguir aquilo que é uma informação que está verificada por jornalistas, por profissionais, e aquilo que não é uma informação verificada e feita por profissionais. Têm de ser ensinados a desconfiar do que lhes é posto à frente, a manejar instrumentos básicos de verificação de imagens e

de texto. Quanto mais cultura mediática tiverem, mais dificilmente serão enganados, e maior a probabilidade de cortar a cadeia viciosa da partilha. Porque a esmagadora maioria das partilhas de desinformação é feita de boa-fé, as pessoas acreditam no que partilham e que a informação é verdadeira. Acontece com base na ignorância mediática das pessoas. Somos o produto da nossa educação. Há esses dois trabalhos a fazer: por um lado, a questão tecnológica, que está a evoluir muito rapidamente, e por outro lado, uma coisa que tem a ver com a organização das sociedades e dos governos, que é, de facto, tornar a literacia mediática uma disciplina absolutamente nuclear na formação dos jovens.

Acredita que o silêncio estratégico pode ser uma solução para o problema do Backfire Effect?

É uma discussão recorrente, mas dos velhos do Restelo. Qual é a alternativa? Não fazer nada? Sim, [o *Backfire Effect*] pode acontecer, sem dúvida, está estudado. Pode acontecer, mas a alternativa é não fazer nada, e acredito que essa alternativa é muito pior. Posso dar um dado simples. No Polígrafo, temos um acordo com o Facebook que passa por fazermos algumas dezenas de verificações de falsidades que correm na rede. E depois partilhamos essas verificações com o Facebook, que coloca a correr num mecanismo de Inteligência Artificial. Imagine que publica uma falsidade. O Polígrafo deteta essa falsidade e faz um *fact-check*. E depois partilhamos esse *fact-check* com o Facebook. O Facebook através de uma ferramenta de Inteligência Artificial sinaliza a sua publicação, põe um filtro a dizer “a sua publicação foi verificada por uma organização independente, e tem informação falsa, veja porquê”, e põe o *link* para o nosso *fact-check*. Mas não vai fazer isso só com a sua publicação, mas com todas as partilhas da sua publicação e com todas as partilhas, das partilhas, das partilhas das partilhas. O que parece um número ridículo ao início – cinco dezenas de *fact-checks* que fazemos por mês no âmbito deste acordo com o Facebook – normalmente, resulta em mais do que 400 mil publicações ocultadas ou sinalizadas por mês no Facebook como resultado do nosso trabalho. É disto que esses académicos querem prescindir. Para defender, entre aspas, algumas pessoas de cadeias informativas que se podem criar, querem prescindir do resto, estão a tomar a parte pelo todo. Acredito que o que se ganha é muitíssimo maior do que aquilo que eventualmente se pode perder. E não há modelos perfeitos, como é evidente. Toda a gente é livre para pensar o que quiser. Na minha opinião, é uma forma reacionária de ver o jornalismo e o exercício do jornalismo, bem como de pensar a sociedade que temos atualmente. A solução para combater a desinformação, que é provavelmente a maior

ameaça à democracia nos dias que correm, não é meter a cabeça debaixo da areia, não é fingir que não existe. A desinformação combate-se com informação, não se combate com silêncio, como querem esses académicos, não se combate com distração, não se combate com regulação. Combate-se com informação de qualidade. E para isso é preciso termos bons jornalistas, com tempo para investigar. É necessário termos jornalistas que não escrevam 20 notícias por dia. É preciso termos empresários da comunicação social que percebam que a solução não passa pela quantidade, mas sim pela qualidade.

O que distingue o *fact-checking* do jornalismo tradicional no basilar processo de confirmação dos factos?

[O *fact-checking*] é a característica principal do exercício jornalístico. O *The New York Times* tem uma secção só de *fact-checkers*, composta por jornalistas, altamente qualificados, que vão confirmar a informação recolhida pelos colegas da redação. Até é engraçado porque eles rodam naquele papel. Imaginemos, durante seis meses há um grupo de jornalistas que ficam na secção de *fact-checking*, e depois vão outra vez fazer reportagem no terreno, e os que estavam a fazer reportagem fazem o trabalho de *fact-checking*. Portanto, o *fact-checking* é apenas uma técnica, que é a técnica mais basilar da profissão. A palavra define-se por si própria: *fact-checking*, verificar os factos, confirmar os factos. Isto é a essência de todo o trabalho jornalístico. Não existem os jornalistas e os *fact-checkers*, existem os jornalistas. O *fact-checking* quase que se autonomizou como uma disciplina autónoma porque é uma espécie de regresso sistematizado aos princípios mais rudimentares da profissão. No fundo, não é nada mais do que o jornalismo no seu estado mais puro.

Anexo 3 – Guião de entrevista a Mário Costa, jornalista do Observador, no dia 22 de maio de 2023

Há quanto tempo está no Observador e com que regularidade faz *fact-checks*?

Estou no Observador desde novembro de 2021, ou seja, há cerca de um ano e meio. Faço à volta de quatro *fact-checks* por mês desde novembro/dezembro do ano passado. É uma espécie de trabalho extra, como se fossem horas extraordinárias. É uma tarefa que é remunerada à parte. Aqueles que têm interesse, há um editor de *fact-checking* e falam com ele. Está aberto para todos, quem quer faz. E há muita gente a fazer.

Como funciona o *fact-checking* na redação do Observador?

Na mecânica do Observador, só fazemos *fact-checks* a publicações das redes sociais. Ou seja, fazemos o *fact-checking* das notícias que estamos a fazer e isso é uma coisa normal, rotineira. Só fazemos *fact-check*, nessa modalidade extra, a publicações nas redes sociais, ou seja, informações falsas ou enganadoras. É uma parceria com o Facebook e vamos verificar aquilo que está a ser dito na publicação. Para quem vir aquela publicação, fica lá nota de um artigo publicado sobre aquela publicação em que explica se é verdade ou mentira.

Como é se processa a seleção das declarações verificadas?

Não sei se sou a melhor pessoa para responder porque a escolha não é feita por nós. Podemos fazê-la. Se tropeçarmos nas redes sociais em algo que achamos que é falso, temos liberdade para propor e para fazer *fact-check*, seja pelo simples facto de garantir que quem vir aquilo vai saber o que é que é verdade ou mentira. Mas esse trabalho de seleção é realizado pelo editor de *fact-checks* que disponibiliza uma lista extensa e nós depois escolhemos quais é que queremos fazer.

É difícil encaixar as declarações numa escala de classificação de verdade?

No Observador, praticamente só fazemos ou enganadores ou falsos. Mas é relativamente simples. Ou a declaração está mesmo desmentida, ou é claramente falsa, ou há ali questões de descontextualização. É relativamente fácil. Acho que nunca me aconteceu ter essa dificuldade de perceber o que é que era. Foi sempre relativamente óbvio: ou era falso, ou era enganador. Acima de tudo, porque também são escolhidas publicações relativamente claras, da parte de quem escolhe. Aquilo que nos é colocado à disposição é relativamente claro. Nem sempre é simples de fazer, porque às vezes envolve contactar associações que não são fáceis de contactar. Às vezes, há surpresas. Há associações que não se espera que respondam e depois acabam por responder. E outras vice-versa, espera-se, à partida, que respondam e depois não respondem. O trabalho de seleção de base já é feito de forma que o jornalista tem apenas de explicar o que está ali em questão, mas não é assim tão duvidoso do que se trata, se é verdadeiro ou não.

Que dificuldades enfrenta ao realizar *fact-checking*?

Depende. Há *fact-checks* que são muito fáceis de realizar. E há outros que são mais complexos. Por exemplo, tive de fazer um sobre uma galeria de arte, National Gallery, Londres, ter intenção de remover um quadro do século XIV porque o quadro é muito parecido com o Putin. E o quadro é, de facto, muito parecido com o Putin. E mandei um mail – há associações que não esperamos que nos respondam, e acabam por nos responder – para a National Gallery, para o gabinete de imprensa, e não esperava resposta, mas eles muito rapidamente responderam e foi muito bom. Disseram que não tinham qualquer plano de tirar aquele quadro e foi um *fact-check* muito simples de concretizar. Foi só mandar um mail e obter a resposta. Mas por exemplo, tive de fazer um sobre Portugal ser o quinto país da Europa com mais assaltos. É uma informação descontextualizada porque era baseada em dados do Eurostat, que dividem o ato de roubar em três formas: o assalto com recurso a violência, o furto e o arrombamento. Portugal num desses índices era, de facto, o quinto. Mas em todo o ato de roubar estava longe do topo. E aí já deu mais trabalho de análise de dados. A facilidade ou dificuldade do processo depende muito da informação do *fact-check*. Quando envolve preços é preciso verificar muito melhor, porque o preço varia de sítio para sítio, de data para data, já envolve uma pesquisa maior. Portanto, em alguns casos é a pesquisa a parte mais... não é difícil, aborrecida.

Tendem a comparar as declarações do *Fact Check* com as do Polígrafo ou da Prova dos Factos?

Mais do que comparar, às vezes, é uma forma de ajudar. Porque a publicação que estamos a fazer *fact-check* já teve um *fact-check* feito por um desses dois e é uma forma de te ajudar, ir ver como é que eles fizeram e proceder de igual forma. Às vezes, contactamos a associação que eles também contactaram. Não quero aqui dizer que andamos a copiar o trabalho dos outros, às vezes, ajuda. Mas tanto pode dar confiança como pode deixar na dúvida porque a nossa análise pode estar numa direção diferente da do Polígrafo. Nesse que mencionei há bocado dos assaltos, aconteceu-me isso. Porque eles também têm avaliações diferentes das nossas, mas o Polígrafo estava a dar uma avaliação que não me parecia assim a mais correta, mas percebi a interpretação que eles estavam a fazer.

Considera que essa diferença de classificações vem do facto de existir uma leitura subjetiva dos factos?

Não sei bem se subjetiva é a palavra certa. Depende mais das margens de classificação que têm. Eles consideram que, naquela questão dos assaltos, é “Verdadeiro mas...”. A análise que eu fazia não era de “Verdadeiro, mas...”, olhava e dizia que era “Descontextualizado”, porque não apresenta os dados todos. A pessoa que fez aquela publicação só está a referir um ponto e é preciso o contexto total dos dados. Acho que é mais por aí. No observador, o “Enganador” é quase um chapéu que abrange essas duas classificações.

Existe público para o *fact-checking*?

Acho que sim, mas não sou muito atento a isso. É uma coisa que funciona muito nas redes sociais e chama à atenção das pessoas.