

FACULDADES INTEGRADAS HÉLIO ALONSO (FACHA)
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
HABILITAÇÃO: JORNALISMO

BRUNO UZÊDA SILVA FERNANDES

JORNALISMO DE DADOS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Rio de Janeiro

2018

MON
2626/18

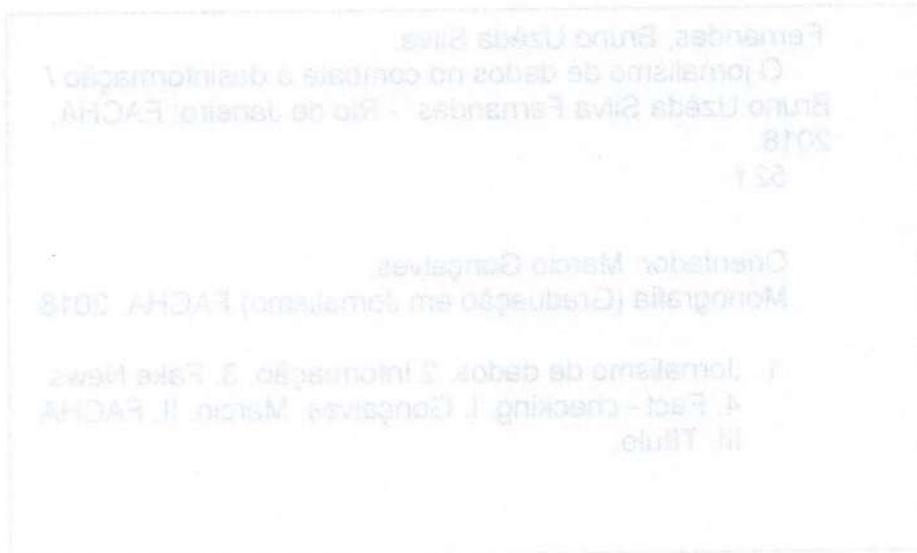
MON
2626/18

BRUNO UZÊDA SILVA FERNANDES

JORNALISMO DE DADOS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Hélio Alonso, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientador (a): Prof. Dr. Márcio Gonçalves



Rio de Janeiro

2018

BRUNO UZÊDA SILVA FERNANDES

JORNALISMO DE DADOS NO COMBATE À DESINFORMAÇÃO

Projeto Final II apresentado ao Curso de Comunicação Social das Faculdades Integradas Hélio Alonso, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Rio de Janeiro, 6 de junho de 2018.

Prof. Dr. Márcio Gonçalves – Faculdades Integradas Hélio Alonso
Orientador (a)

Prof. Esp. José Telmo
Membro interno

Prof. M^a. Ariadene Jaques
Membro interno

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente à minha família por todo o amparo necessário desde meus primeiros anos da vida escolar. Em especial, minha querida mãe Tânia de Uzêda da Silva Fernandes que, lamentavelmente, não pode acompanhar boa parte dessa trajetória - sendo interrompida ainda no ensino fundamental - e minha querida avó Nicea de Uzêda da Silva que esteve conosco até metade da graduação sempre com muito zelo e afago para que as coisas acontecessem da melhor forma possível. E é claro, reverenciar meu pai Sérgio Amorim Fernandes e meu avô Amâncio da Silva Filho por estarem sempre presentes em momentos felizes e tristes.

Agradeço também aos meus amigos pelos bons momentos ao longo desses 4 anos muito intensos e cheios de esperança para prosperar no futuro. Obrigado para Lucas Medeiros, Jean Luiz, João Pedro Silva, Victor Daflon, entre outros. Além dos amigos não posso deixar de mencionar a minha doce e amada namorada Vivian da Silva Andrade que me apareceu quase no final do ciclo, mas já fez o suficiente para marcá-lo por toda a eternidade. Não meço palavras por todo o seu apoio e preocupação a fim de que esse período de fechamento de curso transcorresse bem sem deixar de encontrar-nos eventualmente. Te amo muito, minha beterrabinha!

Como não podia deixar de ser, agradeço muitíssimo ao corpo docente da FACHA por todo conhecimento e conselhos ao longo dos semestres. Em especial, ao meu orientador Márcio Gonçalves que sempre me auxiliou com ideias e correções necessárias a fim de lograr o nosso objetivo em comum: um trabalho muito bom e elaborado com a primazia exigida, além da professora Ariadene Jacques que ministrou a disciplina TCC 1 no qual fiz parte. Talvez não tenha os vernáculos adequados para expressar minha satisfação de ter sido seu aluno e poder ter a honra de aprender com uma professora do seu gabarito.

E a minha última parte é um agradecimento um tanto incomum, mas que me auxiliou em cada etapa da minha monografia: aos músicos que coloriram esse TCC de tal maneira que parece que foi tudo uma grande brincadeira no final das contas. Obrigado às Bandas Roupa Nova, The Fevers e *Renato e seus Blue Caps* por suas melodias tão doces e com mensagens de renovação intensas nas quais me faziam seguir sempre em frente mesmos nos piores cenários enfrentados.

*“O começo de todas as ciências é o
espanto de as coisas serem o que são”
(ARISTÓTELES, METAFÍSICA)*

RESUMO

O presente trabalho tem por objetivo demonstrar o segmento de jornalismo de dados nos tempos atuais e como o mesmo pode ser benéfico para uma melhor circulação da informação na rede como um todo. Para isso, serão estabelecidas relações entre jornalismo e ciência por meio da figura do jornalista e professor universitário Philip Meyer e o jornalista e sociólogo Robert Park. A aplicação do Jornalismo de dados conta com a missão de reavaliar conceitos considerados básicos na profissão como a notícia, informação, checagem e apuração; além disso, evitar sempre que possível as *fake news* que assolam aqueles que buscam notícias e reportagens com credibilidade. Dentro desse universo, o fenômeno do *fact-checking* também é mencionado como uma possibilidade de resolução para alguns dos problemas enfrentados com conteúdo falso exponencialmente divulgado em redes sociais principalmente. Ademais, a pesquisa se abará em contrapor alguns dos pontos mais polêmicos da ferramenta como o Apartidarismo e a Transparência. Por fim, comenta-se a função social dessa prática jornalística a qual as agências de checagem consideram parte essencial de seu trabalho, citando exemplos de projetos de *fact-checking* das agências com o público-alvo que eles definem como um divisor de águas entre as *fake news* e as informações verídicas: Os adolescentes.

Palavras-chave: jornalismo de dados. informação. fake news. fact - checking

ABSTRACT

The present work aims to approach and contextualize the segment of data journalism in the current times and how it can be beneficial for a better circulation of information in the network as a whole. For this, relations between journalism and science will be established through the figure of journalist and university professor Philip Meyer and journalist and sociologist Robert Park. The application of data journalism has the mission to reassess concepts considered basic in the profession such as news, information, checking and verification; furthermore, avoid whenever possible the Fake News that plague those who seek news and reports with credibility. Within this universe, the fact of fact-checking is also mentioned as a possibility of resolution for some of the problems faced with false content exponentially disseminated in social networks mainly. In addition, the research will cover in contrast some of the most controversial points of the tool such as nonpartisan and Transparency. Finally, the social function of this journalistic practice is reviewed which check agencies consider an essential part of their work, citing examples of fact-checking projects of the agencies with the target audience that they define as a watershed between the Fake News and the truthful information: Teenagers.

Keywords: Data journalism. Information. Fake News. Fact-Checking.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 1 -	Classificação Proposta pelo Professor João de Deus Corrêa.....	15
Quadro 2 -	Classificação Proposta pelo Professor João de Deus Corrêa.....	16
Figura 1 -	Blog do Estadão Dados.....	18
Figura 2 -	Blog Afinal de Contas.....	18
Figura 3 -	Dados Abertos: Câmara dos Deputados.....	19
Figura 4 -	Dados Abertos: Senado Federal.....	20
Quadro 3 -	Princípios da LAI.....	21
Gráfico 1 -	Concentração de jornais segundo o IDHM.....	24
Figura 5 -	O ecossistema da desinformação.....	25
Gráfico 2 -	Confiabilidade dos veículos de comunicação no mundo.....	26
Quadro 4 -	As categorias de Wolf.....	27
Gráfico 3 -	Crescimento do Fact-checking.....	32
Figura 6 -	Exemplo Truth-Meter: Truco.....	33
Figura 7 -	Correção de um internauta à uma checagem	34
Quadro 5 -	Os 9 elementos do jornalismo.....	35
Quadro 6 -	A natureza das fontes.....	36
Figura 8 -	Fake ou News – É falso ou é notícia?.....	39
Gráfico 4 -	Cor e Faixa de Idade.....	43
Gráfico 5 -	Números do feminicídio no Rio.....	43
Gráfico 6 -	Uso de submetralhadora – Série Histórica.....	44
Gráfico 7 -	Armas de fogo: 2017 e 2018.....	45

1 INTRODUÇÃO

O jornalismo, do latim *journalisme*, é uma atividade de cunho social cuja proposta é prover diversas informações e dados à população de diferentes classes econômicas, a fim de fomentar discussões a despeito do funcionamento dos complexos sistemas existentes na sociedade. O conceito de dados refere-se às informações que podem ser armazenadas no meio digital, formando-se assim uma grande cadeia à disposição para uso. O desafio da modalidade do jornalismo de dados é saber usar essas informações de maneira correta e assim evitar a manipulação da mesma e manter a boa utilização do ofício jornalístico.

Nessa perspectiva, em meados de 1980, que a internet chegou ao seu uso domiciliar e de certa forma democratizou o acesso à informação para cada vez mais pessoas e facilitou muitos processos nos quais eram outrora burocráticos. E assim tornando-se mais presente na vida das pessoas, a rede passou a se flexibilizar a fim de aumentar a maior participação e ações por parte dos usuários; além de trazer um novo conceito para o público: velocidade e instantaneidade da informação, acarretando mais fluidez na interação dos internautas e logo estabelecendo novas deixas simbólicas.

Com a interação em alta, comunidades de pessoas com interesses em comuns foram surgindo em plataformas denominadas de redes sociais com um resumo de cada segmento do que a rede pode oferecer para o bem e para o mal. O lado bom é a propagação de campanhas e avisos a maior quantidade de pessoas possíveis, podendo ser um evento; pedido de ajuda e até divulgar uma notícia em larga escala. Esses fatores desencadeiam também o lado obscuro da internet, no qual se formam e difundem exponencialmente as chamadas *fake news*, afetando questões éticas na profissão de jornalista.

Porém, as notícias falsas não nasceram com o *boom* tecnológico; é o que afirma DARNTON (2017) citando *Procópio de Cesareia*, historiador bizantino conhecido por escrever anedotas, a principal delas sobre a vida do imperador Juliano. Também é mencionado o escritor e jornalista italiano *Pietro Arentino* (1492-1556) que costuma ter severas palavras sobre a classe rica de Roma e possui até uma área reservada para suas críticas: A estátua de pasquino. Poemas e sonetos são colocados lá, a fim de difamar principalmente a categoria política ali está instalada.

Na atualidade, há diversas iniciativas de jornalismo de dados no Brasil para se diminuir a quantidade de notícias falsas entre organizações governamentais e a própria imprensa tradicional. Destaca-se também o trabalho das agências de *fact-checking*. O mecanismo consiste em checar declarações de figuras públicas e verificar se os dados por elas utilizados estão corretos. Como a verdade é um conceito subjetivo, estabelecem-se diferentes níveis de graduação da informação - Conhecidos pelo nome de *Truth-o-meter* - e sua formatação varia de agência para agência.

O *Fact-checking* aparece forte no cenário atual do jornalismo devido à sua preocupação social também. Os checadores querem fazer da atividade um exercício prático e contínuo para toda a sociedade a fim de desenvolver o senso crítico sobre os conteúdos que estão circulando pela rede e os dados usados pela classe política. Um exemplo vem aqui do Brasil com a agência Lupa, na qual desenvolve diversas oficinas pelo Brasil divulgando essa "nova" prática jornalística, no qual esse trabalho busca aprofundar e mostrar que não é algo tão inédito para os bons profissionais.

1.1 PROBLEMA

O jornalismo de dados é uma alternativa viável para diminuir a propagação de notícias falsas na internet?

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos de estudo estão divididos em geral e específicos, conforme segue.

1.2.1 OBJETIVO GERAL

Demonstrar como a aplicação do Jornalismo de Dados pode colaborar na diminuição de notícias falsas na internet

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Analisar o Jornalismo como uma forma de Ciência;
- b) Contextualizar as notícias falsas com alguns aspectos do Jornalismo;
- c) Apresentar a fenômeno de fact-checking e seus principais conceitos.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho é de suma importância para a reflexão do jornalismo nos tempos modernos, haja vista que uma das principais plataformas de uso da sociedade e dos jornalistas, a internet está sob constante alvo de manipulação de notícias afetando a todos como um todo. Buscando aumentar o debate acerca desse problema, uma das possibilidades de combate à essa desinformação que surge na rede se denomina como jornalismo de Dados.

De acordo com o jornalista inglês *Paul Bradshaw* (2014), os termos “Jornalismo” e “Dados” tem uma definição problemática por causa do advento da internet, pois fez crescer exponencialmente as possibilidades de cruzamento de dados. Um exemplo prático e concreto é a chamada “Deep Web”, considerada como a quase total expansão da internet e não acessível aos softwares comuns. Por meio desse viés, o tema ainda requer mais pesquisas no campo científico, com o intuito de se entender melhor a crise midiática atravessada atualmente no Brasil.

Com essa modalidade torna-se possível considerar a atividade de checagem de fatos ou *fact-checking*; implementado nos Estados Unidos, na década de 90, durante as eleições presidenciais. No Brasil, essa função jornalística fica a cargo das Agências Lupa, Aos Fatos e Pública – por meio do projeto Truco. Um dos principais objetivos do *fact-checking* é aumentar o debate público acerca dos dados que são mencionados na esfera pública pela classe política. Pode-se citar como iniciativa de propagação da atividade as oficinas da Lupa nomeadas como Lupa Educação e abertas a qualquer cidadão que queira conhecer as técnicas utilizadas do *fact-checking*.

Atualmente, o fenômeno ganha destaque graças a uma parceria das Agências de checagem com o Facebook em um projeto de verificação de notícias na rede social chamado *Third Party Fact Checker Project*, no qual se checa posts denunciados pelos usuários e se confirmando algum dado falso, a página ou a pessoa fica com o alcance reduzido e impedido de impulsionar a publicação. Essa iniciativa certamente gera um debate muito grande em torno do *fact-checking* com apoio e críticas ao processo e aumentando as perspectivas para o futuro no Brasil.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Considerada uma profissão importante na sociedade, o jornalismo vive uma crise sem precedentes quanto à sua credibilidade afetada, dentre outros fatores, pela despolarização dos canais de informação com o advento da internet como fonte de conhecimento e produção de conteúdo, no qual qualquer indivíduo pode emitir seus pensamentos possuindo assim interesse próprio ou não, influenciando a opinião pública de certa maneira.

A esse fenômeno descrito acima denomina-se como pós-verdade que devido a sua grande repercussão foi citada pelo Oxford *dictionaires* como a palavra do ano, em 2016. D'ANCONA (2017) utiliza como exemplo de pós-verdade, as eleições norte-americanas vencidas pelo empresário republicano Donald John *Trump* no mesmo ano e como o atual presidenciável se porta enquanto pessoa pública perante à sociedade moderna tanto presencialmente como pelas redes sociais.

Trump é uma figura conhecida por propagar as chamadas fakes News na Internet e reafirmando assim o processo da pós-verdade no mundo moderno. Como forma de combater que pessoas como o empresário fiquem impunes no cargo, surge a ferramenta de *fact-checking*, na qual possui como objetivo checar a veracidade de declarações de políticos e mudar a forma como a sociedade recebe as notícias de gestão pública e adoece mais o senso crítico.

2.1 – EIS QUE SURGE A *BIG DATA*

Jornalismo e Ciência: dois universos aparentemente diferentes, mas que dialogam entre si por meio, majoritariamente, pela busca da “verdade” através de métodos objetivos. O conceito de objetividade no jornalismo segundo Pena (2008, p.50) se refere a uma construção complexa de signos e valores baseadas em sua visão de mundo e que se absorve do convívio social, ou seja, o lado subjetivo da questão existe para afirmar que a concepção objetiva se faz cada vez mais necessário muito embora não seja atingível em sua plenitude.

A ciência por meio de métodos específicos de investigação se autointitula como algo absoluto em termos de conhecimento, porém de acordo com James (1896, p.221-222) existem dois tipos de saber: *acquaintance with* e *acquaintance about*. A primeira refere-se a episteme que se adquire através da cultura popular e do contato com o outro no cotidiano, isto é, o conhecimento de “senso comum”; já a segunda é onde a Ciência está inserida tratando de um conhecimento mais formal, ou seja, algo que se concerne ao aprofundamento de algum assunto que já se conhecia anteriormente.

Ao abordar a questão do aprofundamento, temos como principal aspecto a palavra método. “A etimologia do termo é composta pelos conceitos gregos *meta* (destino) e *odos* (caminho), encerrando a idéia de caminho para um alvo.” Pena op.cit p. 55. E se subdivide em: método quantitativo e método qualitativo. O primeiro se preocupa somente com a exposição de números e percentuais, já a segunda não se prende aos dados; mas busca interpretá-los à realidade da sociedade.

De acordo com Park (1940, p. 675), o jornalismo se encontra em um *continuum* entre os dois saberes propostos por James, isto é, não é tão genérico assim como as trocas simbólicas do cotidiano, mas também não se aprofunda tanto como a ciência nas pautas nas quais se propõem a realizar. Para ele, a notícia seria uma espécie de tempo “presente especial”, ou seja, elas podem existir; mas só no presente por considerá-la uma *commodity* pela forma comercial que é utilizada pelas empresas de comunicação.

Por outro lado, Meyer (2002, p.10) afirma que o método científico já deveria ser usado no jornalismo como uma forma de acompanhar o ritmo de crescimento da informação e o seu acesso a ela. Para ele, o jornalista moderno que quiser acompanhar as exigências feitas à profissão precisa ser um filtro, bem como um transmissor, um organizador e interpretador de informação.

Nessa perspectiva, ele instituiu o RAC - Reportagem Assistida por Computador¹ - que nada mais era do que a inserção de computadores, planilhas, cálculos e bancos de dados no trabalho jornalístico a fim de se “qualificar” os meios de se produzir a informação de uma maneira mais densa e complexa. Pode-se pensar que é muita pretensão dos jornalistas em se aventurar no ramo científico, mas para idem p.11 e outros profissionais – entre jornalistas e cientistas - o jornalismo já é uma ciência por si só; pois assim como a ciência, tem a responsabilidade de prover o conhecimento e compartilhá-lo com a sociedade.

Dessa forma, mais possibilidades para as matérias jornalísticas existirão. Segundo idem, p.669, a notícia no jornalismo é um mecanismo para dar voz às pessoas e tende a usar um personagem como prova testemunhal para eventos que trazem o repentino e mudanças decisivas.² A fim de facilitar a maneira como a utilização de dados se aplica ao exercício do jornalismo na prática, Corrêa (2003) dividiu o trabalho em seis categorias diferentes.

Tabela 1: Classificação Proposta pelo Professor João de Deus Corrêa³

Observação direta	Consiste em o pesquisador, pessoal e diretamente, ‘se debruçar’ sobre o objeto, sem intermediários. No jornalismo ocorre quando se presencia o fato para a produção de notícia ou reportagem.
Observação direta participativa	Ocorre quando o estudioso se insere no fenômeno a ser observado para sensibilizar-se com as correntes e dinâmicas internas a este. Está presente no jornalismo em reportagens rigorosamente sigilosas, associadas ao levantamento mencionado a seguir.
Observação indireta	É caracterizada pelo uso de intermediários que observam para o pesquisador, a quem repassam os dados apurados. É usada pelos jornalistas quando os fatos ocorrem de modo inacessível a eles, ou como estratégia de coleta

Fonte: CORRÊA apud PENA, 2010, p.55

¹ Em inglês, CAR - Computer Assisted Reporting

² Original: “News is ‘something that will make people talk’, tends to have the character of a public document, and is characteristically limited to events that bring about sudden and decisive changes” (PARK, 1940, p. 669).

³ CORRÊA apud PENA, 2010, p.55

Tabela 2: Classificação Proposta pelo Professor João de Deus Corrêa⁴

Coleta	Pode ser definida como um processo em que as fontes ou objetos da pesquisa disponibilizam os dados para o observador, sem que ele necessite de um esforço maior ou mais concentrado que o de apanhá-los ("colhê-los"), em princípio de forma acrítica. No jornalismo, são comuns os relatórios contábeis das empresas (balanços) e os press-releases, oferecidos por assessores de imprensa ou de comunicação, cada vez mais habilitados tecnicamente, pois são jornalistas - em geral, bem experientes.
Levantamento	Consiste num processo gerado pela desconfiança de que os dados disponíveis não são confiáveis ou suficientes; então o passo seguinte é investigar o que o possa estar sendo escondido, negado, omitido ou deturpado pela fonte. É um procedimento padrão em grandes e boas reportagens. É preciso ter cuidado e contar com a cobertura estratégica do veículo para quem se trabalha, pois frequentemente as fontes incomodadas reagem. Aconteceu algumas vezes com o jornalista Tim Lopes, até que, em 2 de junho de 2002, foi torturado e morto ao levantar dados sobre a exploração sexual em bailes funk de uma favela carioca. Em outra reportagem, ele já havia denunciado a atuação de quadrilhas de traficantes em uma feira de drogas ao ar livre.
Análise	É o ritual mais rigoroso entre as metodologias aqui apresentadas. Ela se realiza no decompor em subunidades o objeto, ao examinar a coerência interna de cada elemento colhido ou observado. Em seguida, investiga a coerência das relações de cada um desses mesmos elementos com os demais que formam com ele um todo, assim como a relação de cada um com o próprio todo. Esse método costuma ser muito eficaz para contornar as deficiências dos demais. É uma espécie de "prova real" para a autenticidade dos outros métodos. É muito empregado na elaboração de artigos, editoriais, crônicas e, principalmente, em reportagens, nas quais se busca a profundidade, a articulação de causas, contextos e consequências e se lida com um volume expressivo de fontes, depoimentos e dados a serem checados antes de serem interpretados como confiáveis.

Fonte: CORRÊA apud PENA (2010, p.55)

Nesse cenário, surge uma categoria "científica" dentro do universo jornalístico: o jornalismo de dados. O jornalista inglês *Paul Bradshaw* considera difícil definir precisamente esse fenômeno, entretanto, refuta a ideia simplista de ser apenas "jornalismo com dados"⁵. Ele também reforça a ideia de *Meyer* e *Lage* sobre as grandes variáveis no ambiente digital, mudando a percepção do jornalismo atual

⁴CORRÊA apud PENA (2010, p.55)

⁵ Disponível em: http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_0.html

tradicional para algo mais interativo e intuitivo características essencialmente presentes na plataforma da internet.

Uma possível euforia entre alguns jornalistas em torno do mundo pode ser sentida ao se falar sobre o assunto. Alex Howard, jornalista da *O'Reilly Media*, é um deles ao comentar sobre a importância do jornalismo de dados na era da internet. Para ele, a nova metodologia será capaz de auxiliar na tarefa de filtrar o vasto conteúdo publicado na rede, garantindo maior credibilidade ao produto final.⁶

Esse tipo de jornalismo não se diferencia muito das já conhecidas do jornalismo digital como o conceito de hipermídia. "O relato do fato mais importante de uma notícia é a própria notícia. Se o leitor quiser aprofundar-se, precisará utilizar os recursos da hipermídia e avançar sobre o tema em outros links correlatos". (FERRARI, 2004, p.44). Isto é, a autora não coloca a notícia como elemento estático, mas sim dinâmico; na qual pode-se várias versões de um mesmo fato com alguns cliques que no mundo físico funcionariam talvez como livros ou enciclopédias.

Alberto Cairo, jornalista e professor da universidade de Miami, considera difícil que o jornalismo tradicional brasileiro adira à prática de dados principalmente pela falta de preparo para o ofício desde o início da graduação nas universidades, porém destaca algumas iniciativas da grande mídia que mergulharam no universo dos dados e fogem do padrão.⁷ A primeira citação feita pelo autor é sobre o blog "Estadão Dados", trata-se de um núcleo dentro do jornal o Estado de São Paulo que reaproveita as reportagens especiais do periódico, destacando os dados de cunho estatístico e informações visuais.

⁶ Disponível em: http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_2.html

⁷ Disponível em: http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_6.html

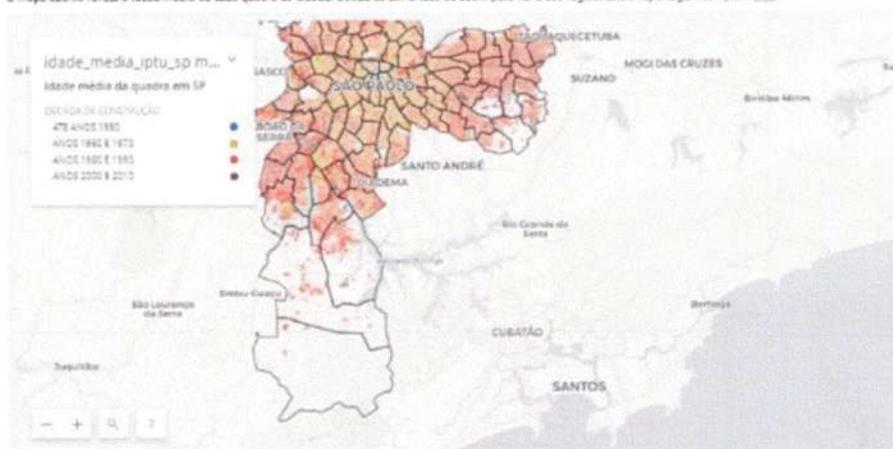
Figura 1: Blog do Estadão Dados São Paulo, uma cidade dos anos 70



Edison Veiga e Rodrigo Bugarinelli

São Paulo é uma cidade dos anos 1970. Essa é a década que concentra o maior número de imóveis construídos e ainda em pé na capital paulista. A informação pode soar empoeirada para as novas gerações, mas, considerando que se trata de uma metrópole de 463 anos, comprime o fato de que a pujança urbanística é feita recente. No total, são 760 mil casas, apartamentos, lojas e outras construções dessa década – o que representa cerca de um quinto dos 3 milhões de imóveis registrados no município. Foi nos anos 1970 que ocorreu o primeiro grande boom de verticalização da cidade. Por isso mesmo, são justamente bairros como Jardim Paulista, Pinheiros, Liberdade e Santa Cecília os que têm maior proporção de imóveis erguidos no período. Em todos esses, mais de 40% do total de construções foram feitas nessa década.

O mapa abaixo revela a idade média de cada quadra da cidade. Utilize os comandos de zoom para ver a sua região. Leia a reportagem completa aqui.



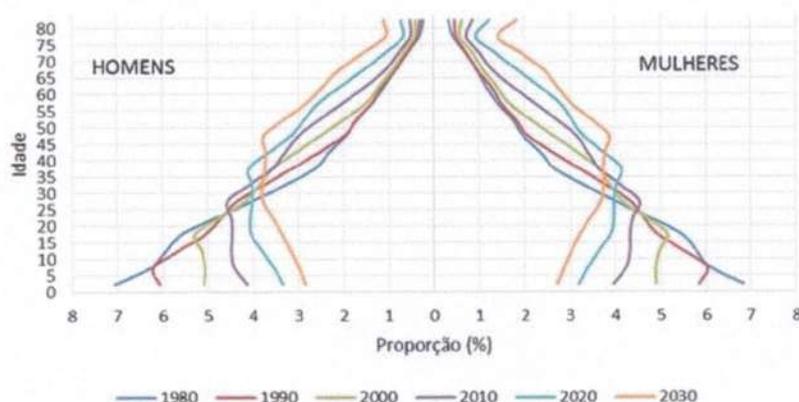
Fonte: Blog do Estadão de Dados

Um outro exemplo citado por Cairo foi o blog “Afinal de Contas” escrito pelo jornalista Marcelo Soares no site do jornal *Folha de São Paulo*. O portal segue a mesma toada no que se refere à presença de conteúdo visual, destaque para os gráficos e infográficos.

Figura 2: Blog Afinal de Contas

O IBGE divulgou nesta semana a [retroprojeção da população de 1980 a 2030](#). Ela mostra que, paralelamente ao tempo que alguém da minha idade terá levado para percorrer as três fases da esfinge, o Brasil terá passado de um país de jovens para uma nação de adultos.

A sobreposição das pirâmides etárias é fascinante:



Basicamente, o que o IBGE fez foi corrigir retroativamente a distribuição da população por idade, usando dados mais recentes de mortalidade e migração. Os padrões gerais não mudaram tanto.

Fonte: Blog Afinal de Contas

Bots e bancos de dados abertos

Os tempos mudaram com o advento da internet que ajudou não só a democratizar o acesso à informação como também auxiliou o jornalismo a aumentar a quantidade de pesquisas qualitativas em suas reportagens. Lage confirma:

Antes do computador e da internet, o método Delfos⁸ estava fora das possibilidades da reportagem pelo custo e, principalmente, pela demora em trafegar por via postal ou outro meio os questionários e respostas. Com os e-mails, isso já não tem tanta importância: pode-se ouvir, por exemplo, vencida a barreira do idioma, especialistas de qualquer país estrangeiro; enviar e receber respostas sem qualquer despesa (LAGE, 2001, p.73).

O fato descrito por Lage (2001) justifica-se também pelo aumento de informações quantitativas no meio digital por meio do uso de bancos de dados e planilhas nas redações. A execução dessas plataformas é possível graças aos *bots*, que ajudam a automatizar tarefas humanas rotineiras: organizar o grande volume de informações propagadas na rede, cabendo as instituições governamentais reafirmarem sua credibilidade perante o cidadão.

Em termos de conteúdo, a atuação dos *bots* é bem variada. Dados sobre política, educação, dados estatísticos, violência e até mesmo notícias, são disponibilizados abertamente por meio da política de dados abertos instituída pelo governo federal⁹. Para dar mais transparência ao conteúdo político existente na internet, a Câmara dos Deputados e o Senado constituíram o seu próprio banco de dados para consulta online.

Figura 3: Dados Abertos: Câmara dos Deputados



Fonte: Site de Dados Abertos da Câmara dos Deputados

⁸ Refere-se à figura do Oráculo na Grécia Antiga. Ele detinha o poder de ver o futuro e assim auxiliar os deuses em suas tomadas de decisão na mitologia grega

⁹ Disponível em: <http://wiki.dados.gov.br/Default.aspx?Page=Politica-de-Dados-Abertos&NavPath=Principais%20%C3%B3>

Figura 4: Dados Abertos: Senado Federal



Fonte: Site de Dados Abertos do Senado

Como visto anteriormente, os *bots* são bem atuantes na plataforma digital com dados sobre os mais variados temas. E a mais importante delas é a LAI - Lei de acesso à informação - promulgada pela presidente Dilma Rousseff, em 18 de novembro de 2011. Segundo o artigo 4º, inciso I, da Lei nº 12.527/2011, o conceito de informação se define como: “dados, processados ou não, que podem ser utilizados para produção e transmissão de conhecimento, contidos em qualquer meio, suporte ou formato;”.

Outro aspecto importante é a questão do tempo de espera pela resposta do pedido. De acordo com o artigo 10, inciso I; caso a informação não venha instantaneamente, o prazo para ter a solicitação deferida não deve passar de 20 dias sob acréscimo de mais 10 dias justificando os motivos que impediram a resposta no tempo inicial proposto.

Porém, há exceções a serem consideradas na hora de fazer um pedido: uma delas é o sigilo. A definição de informação sigilosa diz respeito à questão de segurança de Estado, não podendo ser divulgada inicialmente ao público. A fim de garantir o funcionamento da LAI, o Governo promove alguns princípios¹⁰ a serem seguidos para o êxito da ferramenta. Veja tabela abaixo:

¹⁰ Disponível em: <http://www.acessoainformacao.gov.br/assuntos/conheca-seu-direito/principais-aspectos/principais-aspectos>

Quadro 3: Princípios da LAI

• Acesso é a regra , o sigilo, a exceção (divulgação máxima)
• Requerente não precisa dizer por que e para que deseja a informação (não exigência de motivação)
• Hipóteses de sigilo são limitadas e legalmente estabelecidas (limitação de exceções)
• Fornecimento gratuito de informação, salvo custo de reprodução (gratuidade da informação)
• Divulgação proativa de informações de interesse coletivo e geral (transparência ativa)
• Criação de procedimentos e prazos que facilitam o acesso à informação (transparência passiva)

Fonte: <http://www.acessoainformacao.gov.br/assuntos/conheca-seu-direito/principais-aspectos/principais-aspectos>

Em tempos de internet 3.0, o acesso à informação se faz necessário sempre que possível, em busca do debate das mais diversas esferas sociais, o governo ganha pontos ao adotar a política de dados abertos, mas para isso também precisa divulgar arduamente o mecanismo, para que a sociedade tome conhecimento e usufrua de seus serviços. Porém, para uma informação comunicar algo à sociedade, torna-se imprescindível conhecer o processo pelo qual se forma a notícia e se ela é sempre isenta como se prega por aí.

2.1 – QUANTO VALE A VERDADE?

Um dos pilares para a construção da rotina jornalística como a conhecemos hoje é, sem dúvida, a notícia. Mas afinal o que é notícia? A resposta para essa questão dependerá muito do lado para o qual se está olhando. Por exemplo, a definição pura e simples seguindo a lógica das redações ou então uma definição mais robusta, que não necessariamente está de acordo com o pensamento dos jornalistas e demais cidadãos da esfera pública.

Para Amaral (1982, p. 39), a notícia se define como a matéria-prima do jornalismo e se caracteriza como aquilo que comanda praticamente o dia-a-dia de uma redação desde o conteúdo publicado até o expediente do jornal, além do ritmo de trabalho a ser aplicado. Já segundo Moretzsohn (2002, p.5), ainda que a notícia tenha

um valor social importante no contexto em que o jornalismo surgiu, ela é só mais uma mercadoria disponível no amplo mercado capitalista. FILHO (1986, p.13) endossa a argumentação dela, acrescentando que a notícia sofre distorções em seu formato a fim de agradar determinados grupos.

Notícia é a informação transformada em mercadoria com todos os seus apelos estéticos, emocionais e sensacionais; para isso a informação sofre um tratamento que a adapta às normas mercadológicas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Além do mais, ela é um meio de manipulação ideológica de grupos de poder social e uma forma de poder político. Ela pertence, portanto, ao jogo de forças da sociedade e só é compreensível por meio de sua lógica (FILHO, 1986, p.13).

A respeito das notícias em seu *debut*, podemos observar uma forte relação com a publicidade, a qual Lage (op.cit p.4) denomina como publicismo. Isto é, era solicitado orientação política a quem produzia o jornal na época, haja vista que os jornais se limitavam em assuntos envolvendo a esfera política e o comércio. O autor cita também Carlos Lacerda, como exemplo de “jornalista publicista”, abordando o seu jornal - *A Tribuna de Imprensa*.

O ponto interessante aqui é quanto a questão da orientação política, a princípio polêmica ao se imbricar no trabalho jornalístico, mas, contextualizada com os dias atuais, percebe-se que é algo histórico, que foi enraizado no Brasil, e propiciou talvez a primeira camada de notícias distorcidas, a fim de se favorecer alguém ou algum partido político principalmente em épocas eleitoreiras.

É nesse contexto de orientação política atrelado a uma ideologia partidária que o falseamento de informações acontece seja por meio da inclusão ou exclusão de matérias seja pelo uso do sensacionalismo do discurso empregado pelos veículos. “O extraordinário, na imprensa “séria”, só vira notícia quando pode ser utilizado como arma no combate ideológico. Este é um lado da questão: a notícia funcionando como agitação orientada, como forma de atizar, de pôr mais lenha no confronto de posições políticas” (FILHO, op.cit, p.13)

Outra discussão recorrente é acerca o impacto do regime democrático na atuação da cobertura política, de acordo com Bucci (2000) o jornalismo tal qual conhecemos é fruto da democracia moderna, não que ele era inexistente nos outros regimes, mas tinha papel meramente figurativo, exaltando os governos em questão. Já Filho (op.cit p.13) afirma que nessa mesma democracia a opinião muitas vezes se

mistura com a informação ajudando a fomentar ainda mais o mercado de notícias falsas.

Antes de falarmos das *fake news* propriamente ditas, é importante contextualizar que a estrutura de jornal também pode contribuir para a proliferação das mesmas através da separação entre informação e opinião. Para Chaparro (1998) essa distinção não deveria ocorrer, haja vista que o jornalismo se forma a partir desses dois elementos, além do que para ele a divisão só ajuda a descaracterizar o conceito de objetividade empregado no ofício jornalístico. Já para Arendt (1961)¹¹ os dois devem ser separadas, apesar de estarem num mesmo universo; porém, os dois podem coexistir desde que respeitem a verdade factual.

Dogmatizado o paradigma, desenvolveram-se, como valores definitivos, conceitos que iludem os leitores, como esse de levá-los a acreditar que a paginação diferenciada dos artigos garante notícias com informação purificada, livre de pontos de vista, produzida pela devoção à objetividade. Como se tal fosse possível, e até desejável (CHAPARRO, 1998, p.97).

Embora essa confusão entre notícia e editorial seja prejudicial para o entendimento do público perante o contexto social, o jornalismo ainda se faz muito necessário principalmente ao se observar um levantamento realizado pelo Atlas da Notícia em 2017¹² - já citado no primeiro capítulo - mostrando que 70 milhões de pessoas se concentram em “desertos de notícias”. Isto é, locais onde não possuem pouco ou nenhum veículo de comunicação, contrariando a máxima de que a internet tenha de certa maneira democratizado o acesso à informação.

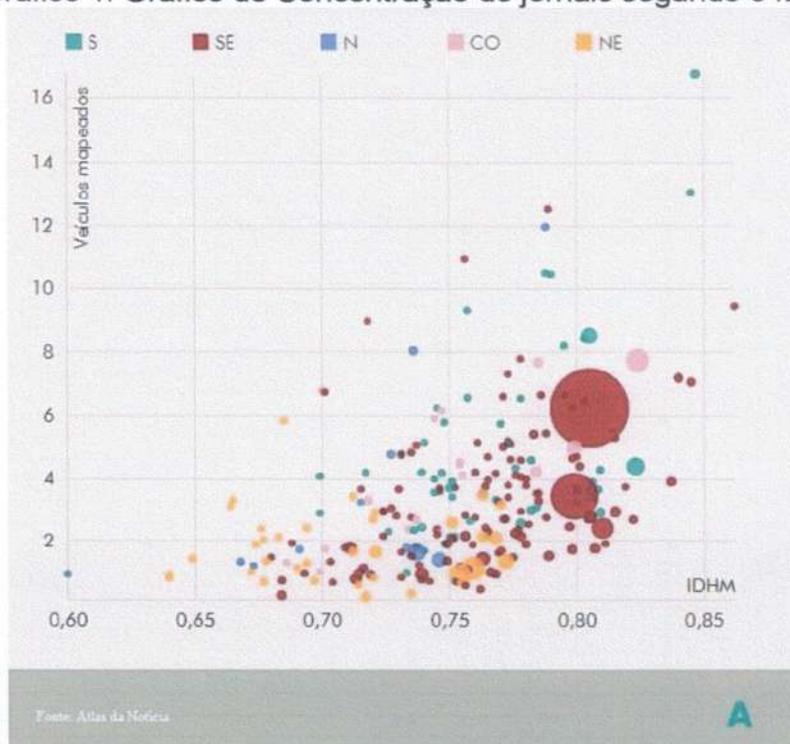
Ao analisar o gráfico, nota-se que há uma concentração na região Sul-Sudeste, usando como base de pesquisa cidades com mais de 100.000 habitantes distribuídos entre 245 municípios, em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)¹³.

¹¹ No original: “facts and opinions, though they must be kept apart, are not antagonistic to each other; they belong to the same realm. Facts inform opinions, and opinions, inspired by different interests and passions, can differ widely and still be legitimate as long as they respect factual truth.”

¹² <http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/70-milhoes-de-brasileiros-vivem-em-deserto-de-noticias/>

¹³ http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/o_atlas/idhm/

Gráfico 1: Gráfico de Concentração de jornais segundo o IDHM



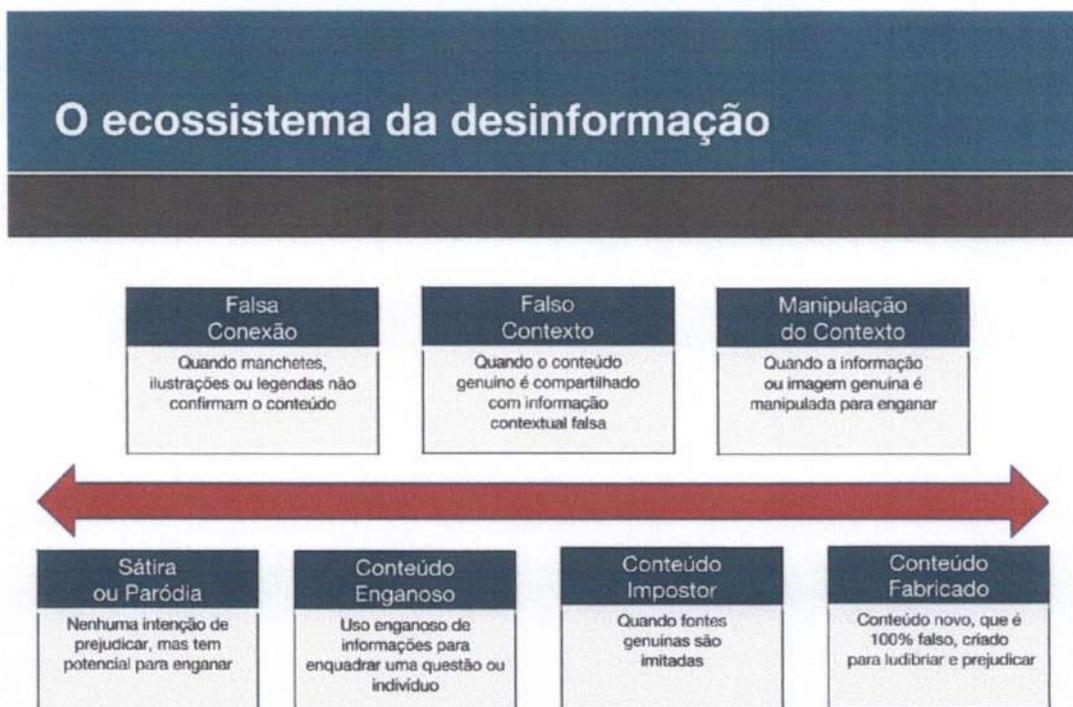
Fonte: Atlas da Notícia

Esses tipos de dados explicam um fator de como as fake news ganharam terreno no Brasil, se não há um veículo de comunicação na região, isto propicia a qualquer um o poder de se candidatar a reportar fatos e por quê não distorcê-los segundo sua própria maneira de pensar, ainda que possa-se utilizar em tom humorístico como o canal Sensacionalista no *youtube*. A liberdade de expressão, em tese, está garantida nesse caso; mas acaba esbarrando em outras questões éticas graves que serão discutidas no próximo capítulo deste trabalho.

O sensacionalismo por sinal é uma representação significativa das *fake news* na internet e um dos problemas enfrentados pelo jornalismo, principalmente, no seu início na mídia impressa. O engenheiro Claude Shannon – famoso por desenvolver a teoria matemática – escreveu um artigo em 1948 denominado *information is surprise*¹⁴ no qual aborda como uma informação pode ser aumentada, e logo, distorcida apenas pela escolha de determinadas palavras e a frequência na qual aparecem ao longo do texto, chamando a atenção da audiência e assim cumpre-se o objetivo que permeia no jornalismo já algumas décadas: o lucro

¹⁴ <https://plus.maths.org/content/information-surprise>

Figura 5: O ecossistema da desinformação



Fonte: Claire Wardle/ First Draft News

Fonte: Claire Wardle / First Draft News

Como percebe-se o esquema das Fake News é complexo e envolve muitas interligações o que tornam difícil uma definição precisa do termo. De acordo com Gonçalves (1963)¹⁵, a falsa notícia é:

Uma informação como as outras. Ela desempenha o mesmo papel social. A sua existência é possível devido ao fato de que a autenticidade da informação importa pouco à satisfação da necessidade direta de notícias e que as relações sociais supõem um mínimo de confiança e de credulidade (GONÇALVES Apud AMARAL, p. 41)

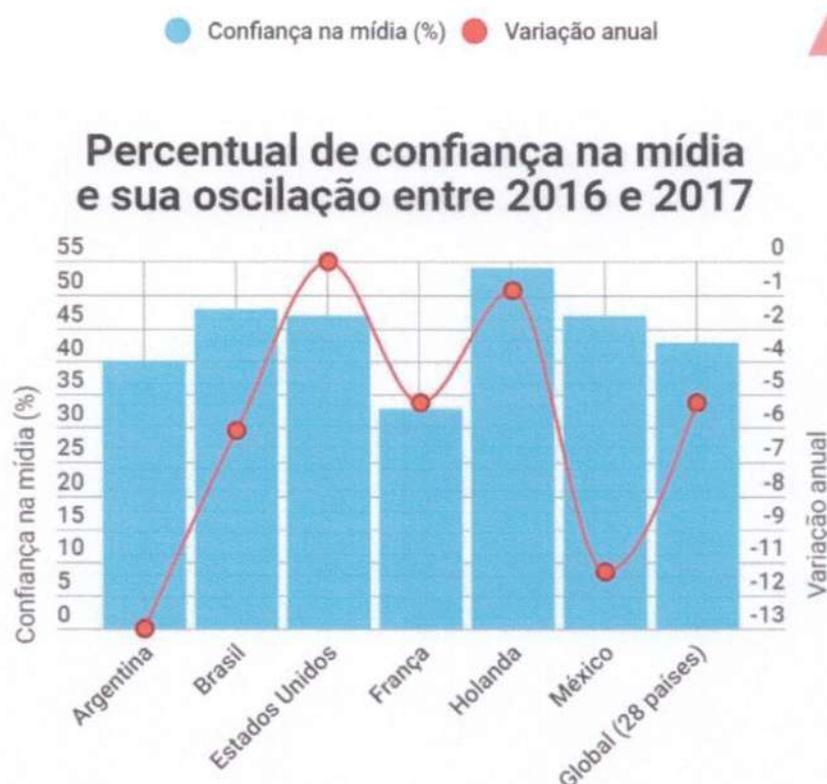
A esse fenômeno descrito por Gonçalves podemos denominar como pós-verdade. Palavra escolhida como a mais importante do ano de 2016. Segundo o *Oxford Dictionaries*¹⁶ o termo refere-se à conjuntura na qual os fatos mais objetivos

¹⁵ GONÇALVES Apud AMARAL (1982, p.41)

¹⁶ <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>

são menos relevantes que as opiniões da esfera pública carregada de sentidos subjetivos visando à audiência. Essa situação certamente, influencia negativamente o jornalismo por meio da perda de sua credibilidade como mostra o gráfico abaixo produzido pelo Manual da Credibilidade com dados do Edelman Trust Barometer 2018 do grupo WPP numa pesquisa girando em cerca de 8.000 consumidores de notícia ao redor do globo:

Gráfico 2: Pesquisa sobre a confiabilidade dos veículos de comunicação no Mundo¹⁷



Fonte: Manual da credibilidade / Adaptado de Edelman Trust Barometer 2018 - Grupo WPP.

Para se evitar a notícia falsa e manter a credibilidade, os veículos de comunicação adotam determinados critérios para poder validar uma notícia em termos jornalísticos, o que Wolf (2005) define como valor-notícia, ou seja, quais são os requisitos que convertem algo em notícia e assim padronizar o ritmo de produção jornalística por meio de uma rotina. Numa análise profunda, classificou-se em algumas categorias que dizem respeito às características substantivas das notícias, e elas se

¹⁷ <https://www.manualdacredibilidade.com.br/introducao>

definem quanto: ao seu conteúdo; à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; ao público; à concorrência. Como mostra a tabela abaixo:

Quadro 4: As categorias de Wolf¹⁸

Categorias substantivas	São as mais óbvias, pois se classificam de acordo com o grau de importância dos envolvidos e o grau de interesse público. Uma informação sobre o presidente da República é mais valorizada do que outra, de mesmo tom, sobre um vereador
Categorias relativas ao produto	Estão divididas por critérios de brevidade, atualidade, qualidade e equilíbrio, referem-se especificamente aos conceitos jornalísticos já estudados nos itens anteriores, como objetividade, por exemplo
Categorias relativas ao meio de comunicação	Estão divididas em graus de acessibilidade às fontes/locais e em possibilidades/limites de formatação referem-se aos veículos. Na tv, por exemplo, há a necessidade da imagem e isso influencia a noticiabilidade.
Categorias relativas ao público	Por sua vez, abordam critérios como serviço e protetividade. Um exemplo deste último critério é evitar a divulgação de suicídios.
Categorias relativas à concorrência	Cujo acesso exclusivo conhecido como furo, parece ser o valor supremo, levam em conta o trabalho dos "coleguinhas" de outros veículos. Mas não é só isso.

Fonte: WOLF Apud PENA (2010, p.72-73) / Tabela: O autor

Entre os valores-notícia citados estão: a qualificação do indivíduo; conteúdo de alcance nacional; quantidade de pessoas associadas ao fato; e relevância do acontecimento para o contexto de algo. Esses critérios não são fechados, ou seja, não se fazem presente somente na seleção das notícias, mas sim dentro de todo o processo de produção, a fim de empacotá-lo ao público.

¹⁸ WOLF Apud PENA (2010, p.72-73)

Em termos práticos, os valores-notícia se aplicam em manuais de redação feitos por cada periódico de uma região.

Quando se ferem a esses critérios, é muito provável estarmos diante de uma *fake news*. Porém, com a ajuda de outros autores, percebeu-se que a imprensa auxilia, mesmo que indiretamente, na distorção da informação por meio de duas teorias principais: Teoria do *Gatekeeper* e a Teoria do *Newsmaking*. A primeira - de acordo com o que foi desenvolvida pelo psicólogo e professor Kurt Lewin, ao estudar diferentes tendências nas interações dos indivíduos - diz respeito a como é feita a seleção de notícias pelos veículos. Isto é, a priorização de certos temas em detrimento a outros; funcionando como um "porteiro da informação".

Já a segunda refere-se exatamente ao que representam os valores-notícia, ou seja, significa padronizar e automatizar os processos no ramo jornalístico e certamente nessa conjuntura. Maquiar a realidade torna-se um fenômeno muito provável e até inevitável. Mas afinal, por qual razão as pessoas em geral mentem?

A primeira resposta para a pergunta indagada acima está no início deste capítulo: a mercantilização da notícia, na qual se prioriza o capital em detrimento ao trabalho jornalístico realizado da maneira correta. No campo da psicologia, temos dois conceitos que ajudam a explicar esse fenômeno mais detalhadamente, e são eles: o filtro bolha e o viés de confirmação¹⁹.

O primeiro diz respeito a uma "tribalização" de pessoas com opiniões e interesses semelhantes, mas que não aceitam algo que seja diferente de suas convicções, beirando ao extremismo em muitas situações. Já o viés de confirmação é indiretamente feito por grandes empresas de comunicação como o Google, isto é, se define como o processo de guardar as informações pesquisadas pelo usuário, em tese, reafirmando suas ideologias e reforçando cada vez mais um debate online nas redes sociais.

Apesar das significações distintas, o filtro bolha e o viés de confirmação se complementam nessa abordagem. De acordo com Pariser (2011)²⁰, a personalização de dispositivos contribui para amplificar o filtro bolha e de certa forma inflar o ego das pessoas, além de auxiliar na promoção de um marketing pessoal muito forte em cima de uma figura pública. Atualmente, no campo político, destacam-se os políticos Jair Bolsonaro e o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva; que têm muitos adeptos na

¹⁹ Disponível em: <https://bit.ly/1ZcEANz> - Nexo Jornal

²⁰ PARISER, Eli. **The filter bubble: What the Internet is hiding from you**. Penguin UK, 2011.

mídia digital em geral, provando assim que a teoria da *agenda setting*²¹ ainda se faz muito presente no jornalismo.

A tecnologia, apesar de inúmeros benefícios à sociedade moderna, também possui suas perspectivas ruins. O que se pode observar na etimologia da palavra *tekhnō-* (de *tékhnē* 'arte, artesanato, indústria, ciência') e *-logia* (de *lógos*, ou 'linguagem, proposição'), isto é, em interpretação livre, pode-se defini-la como estudo da técnica ou processo. Como já citado no primeiro capítulo, os *bots* assumiram seu lugar na execução de tarefas computadorizadas do cotidiano, porém, também são usados para propagar o viés de confirmação nas redes sociais e na internet geral.

Segundo estudo da FGV, realizado em 2017²², os robôs - atuando como contas automatizadas - aumentaram em 10% as interações no *Twitter* durante o período eleitoral, em 2014. Embora abordem um aspecto positivo dos *bots*, a instituição comenta que eles são arquitetados na maioria das vezes para objetivos escusos e visando interesses próprios de quem o configura, tornando passível de manipulação grande parte do conteúdo das redes sociais.

Arelado a esse fato e à abordagem mercadológica da notícia, não é estranho encontrar pela rede alguns sites que vendem *fake news*. Muitos prosperam da pequena cidade de Veles, na Macedônia, publicando conteúdo sobre as eleições americanas; sob o codinome de "veles boys". De acordo com a reportagem da BBC²³ as notícias são fabricadas por adolescentes em busca de dinheiro para alcançar luxúria e ostentar objetos, nos quais vivem em uma cidade com uma baixa média salarial de 350 euros (1,3 mil/ por mês).

Já em documentário sobre *fake news* feito pela Globonews²⁴, um dos veles, Christian, de 19 anos, conta que usavam a plataforma *WordPress* para as publicações e que viram na venda de notícias falsas a saída para o desemprego que assola o país. Além disso, questionou o fato de receber dinheiro com esse tipo de conteúdo sendo que a Google ganhava bem mais pelos anúncios colocados, fora os *clickbaits*²⁵ utilizados no título. E até o fato mais marcante: esnobou da inteligência do povo

²¹ Conceito formulado por Maxwell Combs e Donald Shaw na década de 70. Refere-se ao fato de a mídia pautar a agenda pública com os temas que a eles convém em detrimento de outros. Porém, a origem do termo pertence ao jornalista Walter Lippman através do seu livro "*Opinião pública*", em 1922.

²² Disponível em: goo.gl/NVDGAt

²³ <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38206498>

²⁴ <https://globosatplay.globo.com/globonews/v/6186746/>

²⁵ Recursos estilísticos que visam deixar o conteúdo oculto no título, suscitando a vontade de ler para saber qual o assunto tratado

americano, dizendo acreditar em tudo que leem e que deveriam checar as informações. Será que o terreno está aberto de vez para a prática do *fact-checking*? Discutiremos isso no próximo capítulo.

2.3 - NOVA ROUPAGEM COM UM VELHO HÁBITO

Atualmente, com tantas *fake news* propagadas na internet o processo de *fact-checking* surge como uma alternativa de combate à desinformação, através da venda de seu material produzido para veículos da imprensa tradicional como é o caso da Agência Lupa. Mas a priori algumas perguntas precisam ser feitas, o que é o *fact-checking*? e de que forma ele se estrutura como ferramenta jornalística? A primeira resposta é bem simples, o termo em inglês traduzido literalmente ao português significa "checagem de fatos", isto é, o mecanismo faz uso de uma das técnicas mais básicas e essenciais para o trabalho no jornalismo: a apuração. Já a segunda, antes de responder, precisamos voltar à origem da expressão e o contexto pela qual foi empregada.

A origem²⁶ remonta ao ano de 1991, nos Estados Unidos, quando o jornalista Brooks Jackson foi incumbido de checar informações sobre a campanha eleitoral americana. Para garantir a primazia na tarefa, Brooks fundou o "*Ad Police*" - A primeira agência de checagem que se tem informação - a fim de apurar as propagandas em anúncios de TV dos Candidatos George Bush (pai), do partido Republicano, e Bill Clinton, do partido Democrata. As tão criticadas aspas ganharam um novo sentido com a prática do *fact-checking*, que vinha desconstruir a visão de que os políticos detêm sempre as informações verídicas.

A estratégia deu tão certo que em 2003, Jackson - ajudado pela Universidade da Pensilvânia e *Anneberg Public Policy Center* - fundou seu próprio *site* de *fact-checking*: O *factcheck.org*²⁷. Posteriormente, no ano de 2007, outro jornalista chamado Bill Adair utilizou o *factcheck.org* como inspiração na época na qual trabalhava no *Tampa Bay Times*, na Flórida. O advento da internet auxiliava na consolidação desse novo fenômeno; mas o *boom* ainda não tinha acontecido e a prática somente se dava em território americano.

²⁶ Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.html>

²⁷ Disponível em: <https://www.factcheck.org/>

Como já falado no 2º capítulo desse trabalho, a Internet, ao passo que democratizou o acesso à informação, também contribuiu para a proliferação de informações falsas. Sendo assim, tornou-se consenso no meio jornalístico que os profissionais de mídia têm uma função importante na plataforma digital: A de filtrar o conteúdo publicado na rede, mantendo seu ofício relevante nos dias atuais através de um dos princípios mais básicos: o questionamento.

Em entrevista ao *Polictfact*²⁸, Lucas Graves comenta sobre seu livro *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism*, no qual faz ponderações sobre a prática da "checagem de fatos". Entre elas, considera o *fact-checking* uma reforma de como o jornalismo deveria ser, além de uma mudança cultural e comportamental necessária aos jornalistas, por exemplo, na hora de utilizar apenas declarações sem endossar o debate imprescindível para a sequência do trabalho. "O uso de *fact-checking* ainda visa combater afirmações rasas, confrontando falas com dados verificáveis, valendo-se da missão do jornalismo como mantenedor da verdade e vigia do poder político".(GRAVES, NYHAN e REIFLER,2015). Também fala em um dos princípios da atividade, o apartidarismo; já que o objetivo de um *fact-checker* não é agradar somente a um lado ou desagradar o outro e vice-versa.

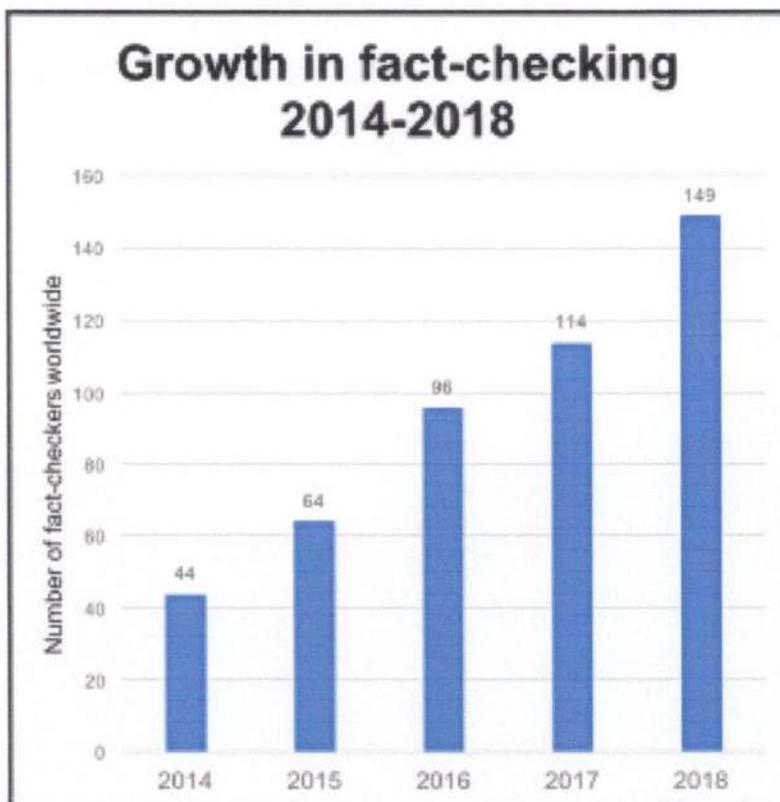
É inevitável que confusões entre políticos e *fact-checkers* quanto às questões éticas envolvidas e vão existir nesse tipo de apuração jornalística. "O jornalismo é conflito, e quando não há conflito no jornalismo, um alarme deve soar. Aliás, a ética só existe porque a comunicação social é lugar de conflito."(BUCCI, p.11, 2000). A fim de se evitar maiores problemas e incentivar a maior propagação de agências de checagem pelo globo, faz-se necessário definir uma metodologia a ser usada e regulamentar uma instituição para fiscalizar a prática do *fact - checking*.

Em fevereiro de 2018, o *reporterslab* publicou uma matéria²⁹ afirmando que o processo do *fact-checking* triplicou num espaço de tempo de 4 anos - De 2014 até os dias atuais. Entre os muitos dados, destaca-se que de 143 projetos analisados, 41 possuem mais de 5 anos em atividade e a quantidade de *fact-cheackers* somados na América do Norte e Europa chegam ao número de 105.

²⁸ Disponível em: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2016/sep/14/inside-fact-checking-lucas-graves-author-deciding/>

²⁹ Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking-triples-over-four-years/>

Gráfico 3: Gráfico de Crescimento do Fact-checking



Fonte: *reporterslab*

A fim de tornar o *fact-checking* como um processo cada vez mais sério de apuração jornalística surge a IFCN³⁰ - *International Fact-Checking Network* - uma comunidade que regulamenta e fiscaliza a atividade em escala global e é mantida pelo instituto *Poynter*, que aborda o treinamento e as reflexões acerca da profissão de jornalista como: As questões éticas envolvidas no trabalho jornalístico. A metodologia empregada pela IFCN se divide em 5 conceitos básicos³¹.

O primeiro - já mencionado nesse capítulo - é o **Apartidarismo**, ou seja, opiniões não são consideradas no momento da checagem. Uma palavra resume bem outros 3 pontos dessa função jornalística: **A transparência**, por meio da **metodologia**; **fontes** e **financiamento**. Por último, e talvez o mais essencial para a

³⁰ Disponível em: <https://www.poynter.org/>

³¹ Disponível em: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>

boa harmonia do trabalho: **uma política de correções**, já que o jornalista é um ser humano e é passível de erros também em sua apuração.

Com o objetivo de minimizar os erros cometidos, o *fact-checking* promove uma graduação quanto à veracidade de cada informação. Esse recurso é denominado “*Trust-o-meter*” e varia fatores como a nomenclatura e quantidade de categorias de agência para agência ao redor do mundo. Abaixo segue como exemplo o Projeto de checagem Truco, da agência Pública.

Figura 6: Exemplo *Trust-o-meter*. Truco



Fonte: Agência Pública

Já que a Transparência é o mantra do *fact-checking*, uma questão a ser ponderada é: quem checa o checador? E a resposta segundo as agências de checagem é o próprio leitor, numa troca de dados a fim de se evitar à desinformação. MEYER (1989) já apontava a importância do leitor como fiscalizador dos veículos de imprensa, apesar de alguns problemas quanto à prioridade do jornal como os anunciantes. Segue abaixo, um exemplo de correção feita por um internauta a uma

reportagem da agência Lupa³², na qual contestava uma declaração do Ministro da Fazenda, Henrique Meirelles, afirmando que o Brasil viveu anos de isolamento econômico.



Fonte: Reprodução/ Twitter

Atitudes como essa não só reafirmam a importância da interação com os leitores na era digital como também mostram na prática como o indivíduo comum pode deixar de ser passivo no recebimento de notícias e checagens. As próprias agências abrem espaço para a sugestão de pautas a serem apuradas. Além disso, de mesmo modo, ajudam a manter intacto o conceito que Kovach e Rosentiel (p.22-23, 2004) chamam de 9 elementos do jornalismo.

³² Disponível em: <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/01/27/meirelles-davos/>

ligada ou não ao governo, além de pessoas físicas. O objetivo além de dados é confrontá-los quando se é imprescindível para entender os contextos de uma pauta. Ainda segundo o autor, a natureza da fonte se classifica em três grupos distintos: as oficiais, as oficiosas e as independentes.

Quadro 6: A natureza das Fontes³⁵

OFICIAIS	Fontes oficiais são mantidas pelo Estado; por instituições que preservam algum poder de Estado, como as juntas comerciais e os cartórios de ofício; por empresas e organizações, como sindicatos, associações, fundações etc.
OFICIOSAS	Fontes oficiosas são aquelas que, reconhecidamente ligadas a uma entidade a uma entidade ou indivíduo, não estão, porém, autorizadas a falar em nome dela ou dele, o que significa que o que disserem poderá ser desmentido.
INDEPENDENTES	Fontes independentes são aquelas desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso.

Fonte: Adaptado de Lage, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001 / Tabela: O autor

Ao considerar essas definições podemos enxergar que o *fact-checking* se baseia nas fontes oficiais, pois são regidas pelos órgãos que prestam serviços à sociedade e *a priori* não teriam motivos para mentir. Porém, isso não impede a ocorrência de falsificação de dados e fatos. “Fazem isso para preservar interesses estratégicos e políticas duvidosas, para beneficiar grupos dominantes, por corporativismo, militância, em função de lutas internas pelo poder.” (Ibidem p.28)

A preferência pelas fontes oficiais também pode ser explicada para evitar o utilitarismo no jornalismo como propõe LAMBETH 1992 *apud* BUCCI (2000, p.21). Para BUCCI P.21, o utilitarismo tem duas faces no jornalismo; só que a ruim tem maior impacto, pois por definição, o utilitarismo é um cálculo de causa e consequência, ou seja, avalia-se a situação que gere o melhor resultado a fim de se atingir um objetivo,

³⁵ Lage, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001

mesmo que para isso a escolha seja danosa em algum aspecto. A partir daí se identifica o grande problema, num processo de quase adivinhação; a ética fica sob risco iminente. Por essas e outras que a Transparência é tão cultuada entre as agências de checagem. Vamos conhecer algumas fora dos Estados Unidos?

Retomando os dados do *reporterlab* no início deste capítulo, podemos perceber que apesar do aumento no número de agências de checagem em escala global, a quantidade ainda se concentra nos Estados Unidos e na Europa. Porém isso não quer dizer que no Brasil não tenhamos veículos com a finalidade checadora. Além deles, serão pontuados o argentino *El Chequeado* e o espanhol *El Objetivo*.

A atividade ganhou maior repercussão para a cobertura das eleições presenciais em 2014, no qual o Jornal O Globo formalizou um blog chamado Preto no Branco, com o objetivo de recolher dados e informações nos moldes de checagem. Uma das jornalistas da equipe, Cristina *Tardáguila*, um ano depois fundou a Agência Lupa, autointitulada como a pioneira no país e fornecedora de conteúdo para grandes veículos como o jornal *Folha de São Paulo* e a rádio CBN. A agência destaca-se por ter uma oficina de treinamento de *fact-checking* para jornalistas e cidadãos comuns, além de uma parceria com o Canal Futura para ensinar estudantes do Ensino Médio a identificar *fake news*.

Em seguida, no mesmo ano, surgiu a agência Aos Fatos fundado pela jornalista *Tai Nalon*, no qual também muita participação no *fact-checking* com um laboratório próprio denominado como *Aos Fatos Lab*. Além de outros projetos como o robô *Fátima – bot*, que será utilizado para vasculhar links que gerem desinformação nas redes sociais principalmente em época eleitoral. Por último, o Projeto Truco, da Agência Pública que por meio do Jornalismo Investigativo e reportagens apostou no *Fact-checking* como ferramenta de apuração.

Para quem vive o mundo do *fact-checking*, não são só os jornalistas que deveriam estar interessados no processo de apuração; mas sim também os programadores e outras profissões. Um caso clássico vem do próprio continente americano com o veículo argentino *El Chequeado*, no qual seus fundadores não eram originalmente da área jornalística - Julio Aranovich é físico, José Alberto Bekinschtein é economista e Roberto Lugo é químico.³⁶

³⁶ Disponível em: <http://chequeado.com/equipo/>

Fundado em 2010 e considerado um dos pioneiros na América do Sul, a agência argentina surgiu de uma iniciativa chamada *La Oca* - Um jogo de tabuleiro colocado na Plaza Moreno, em La Plata³⁷. Seu principal objetivo é fomentar um melhor debate sobre o poder público, por meio da política de dados abertos, e em seguida checados. Além de instruir os cidadãos em geral a respeito de se ter senso crítico perante as notícias que chegam até nós. Posteriormente serviu de inspiração para a criação de outras agências pela América, como a Lupa no Brasil, e *El Sabueso*, no México.

Já o *El Objetivo* é um programa de televisão espanhol pertencente a emissora La Sexta, e apresentado pela jornalista Ana Pastor García. Em comparação a outros veículos, a graduação da checagem é menor; reduzindo-se à *Verdadero, Verdadero a medias, Falso, Engañoso e Indemostable* - Este é usado quando não se tem dados suficientes para se ratificar ou rechaçar uma informação.

Destacam-se também os quadros como: *El espanõlista, La Maldita Hemeroteca, Objetivoxtra e Sé lo que hicisteis con el último contrato*. O programa se propõe a explicar várias questões envolvendo a gestão pública por meio de vídeos interativos; ademais pressiona cada vez mais a classe política analisando suas promessas de campanha cumprindo bem a função de vigilância do jornalismo.

Seguindo o exemplo do *El chequeado*, as agências de checagem não devem se preocupar somente com a apuração propriamente dita, mas sim promover uma educação noticiosa na sociedade, a fim de se aumentar o senso crítico e assim evitar à desinformação de uma maneira mais generalizada. Em escala global, o site *first draft* e o *Google News Lab* destacam-se por abrigar vários projetos contra a desinformação. Entre eles, há a plataforma colaborativa *Crosscheck* que fez uma série de 150 reportagens a respeito da campanha eleitoral francesa, confirmando ou desmentindo o que é circulado na rede por meio de 37 veículos franceses, entre eles, o *Le monde* e o *Agence France Presse*.

Voltando ao Brasil, temos outras duas iniciativas das agências de checagem. A primeira refere-se a uma parceria entre A agência Lupa e o Canal Futura, com o objetivo de ajudar como estudantes do Ensino Médio podem identificar notícias falsas.

³⁷ Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-19176-como-inovadores-argentinos-criaram-chequeado-e-o-tornaram-um-dos-lideres-mundiais-em-f>

O nome do projeto é Fake ou News - É falso ou é notícia?, e seu formato se dá por meio de Trilhas explicativas.

Figura 10: Fake ou News - É falso ou é notícia?



Fonte: Site Fake ou News?

Mas as outras agências brasileiras não ficaram para trás. Em comemoração ao Dia Internacional do *fact checking* - 2 de abril -, a agência Aos Fatos e o projeto Truco traduziram um jogo em formato RPG, proposto pela Organização italiana *Fact checkers*, e o aplicaram a alunos do Ensino Médio³⁸; com um público-alvo a partir dos 15 anos. O jogo é dividido em três partes, no qual a terceira - denominada *Cheque Isso* - é onde o *fact-checking* se aplica na prática, através de alguns conjuntos de cartas com perguntas diversas sobre o universo da checagem, que contribui em ações cada vez mais significativas no cotidiano da internet.

3 METODOLOGIA

Para este trabalho adota-se como método quanto ao objetivo as pesquisas de tipo descritiva e exploratória. Isto é, demonstrar o objeto de estudo de maneira minuciosa, ao passo que aumenta a visibilidade ao tema proposto. Já para o método

³⁸ Disponível em: <https://apublica.org/2018/04/truco-jogo-gratuito-transforma-alunos-de-ensino-medio-em-checkadores/>

quanto à abordagem, define-se uma pesquisa qualitativa, na qual o enfoque concentra-se na análise do material recolhido tomando uma conclusão própria ao fenômeno estudado.

3.1 CAMPO EMPIRICO

O jornalismo de dados é o campo escolhido para essa monografia, haja vista que é uma área pouco explorada dentro da profissão, muito em conta pela grande presença de números e informações de cunho estatístico, geralmente negligenciado pelos profissionais de comunicação. A proposta desse trabalho é expandir esse universo demonstrando sua importância para o mundo moderno, no qual o tráfego de informação é muito intenso e dinâmico.

Visando sustentar ainda mais o tema e as questões por trás dele, abordar-se-á também a prática do fact-checking – utilizada há algumas décadas nos EUA e ainda engatinhando no Brasil – que está em destaque atualmente devido a uma parceria do Facebook com as agências de checagem a fim de reduzir a disseminação de notícias falsas na rede social.

3.2 TÉCNICAS DE COLETA E ANÁLISE DE DADOS

As técnicas de coleta envolveram-se numa extensa revisão de literatura, incluindo livros, artigos, matérias de jornal / revista e sites com conteúdo adequado ao tema proposto. A temática buscada nesses materiais é a que abarca não só os universos mencionados; mas todo o seu entorno, como a estruturação de uma notícia no periódico e as consequências nos quais as escolhas carregam, além de outros conceitos básicos como apuração e checagem jornalística.

A fim de dar mais credibilidade ao trabalho, participou-se de uma das oficinas promovidas pela agência de checagem Lupa, no Rio, para conhecer mais de perto a história e o processo pelo qual o *fact-checking* é realizado e como ele pode ser importante na atual conjuntura social do país com a chegada das eleições em outubro. Também foram feitos alguns depoimentos dos participantes à época sobre a experiência vivida.

4 – A QUESTÃO MARIELLE EM NÚMEROS

Esta seção dedica-se a aplicar o conceito do Jornalismo de Dados em um contexto mais social. Para atingir tal objetivo, seleciona-se como exemplo o assassinato da vereadora Marielle Franco, do partido PSOL, em meados de março, no Estácio, que gerou muita repercussão nas redes sociais, com algumas *fake news*. Com isso, pretende-se mostrar, com análise de dados, como informações falsas podem afetar a reputação de alguém em escalas macroespaciais.

Além disso, a proposta desse estudo é também levantar dados públicos sobre a questão da segurança pública do estado Rio de forma geral e contextualizá-los socialmente, ou seja, o que esses dados comunicam à sociedade. Mas, antes disso, relembrar-se-á detalhes desse caso que ainda choca familiares e todo círculo social da vítima.

4.1 - ENTENDA O CASO

Marielle Franco, vereadora pelo partido PSOL, foi palestrante em um debate sobre jovens mulheres negras, às 19h, na rua dos inválidos, na Lapa. Após o evento, saiu de carro - com o motorista e sua assessora - sendo seguido por um *Colbat* por cerca de 4 quilômetros, até o bairro do Estácio, onde foram efetuados os disparos contra o veículo, por volta das 21h30. Franco e o motorista não resistiram e morreram no local, enquanto a assessora foi atingida apenas por estilhaços, sobrevivendo ao incidente e em seguida deixando o país.

Na reconstituição do Crime³⁹, realizada entre os dias 10 e 11 de maio, - a polícia acredita que fora usada somente uma rajada de uma submetralhadora MP5, com calibre de 9mm, cuja munição⁴⁰ pertence a um lote vendido para a Polícia Federal de Brasília, em 2006, e que foi usado em uma chacina violenta em São Paulo, em 2015.

³⁹<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/caso-marielle-reconstituicao-do-crime-leva-policia-a-concluir-que-apenas-uma-rajada-de-tiros-foi-disparada-contra-carro.ghtml>

⁴⁰<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/municao-usada-para-matar-marielle-e-de-lotes-vendidos-para-a-policia-federal.ghtml>

Após a tragédia, não demorou muito para que houvesse uma exaltação nas redes sociais acerca do caso. Pelo cargo que possuía, é natural que existisse os dois polos conhecidos - Apoiadores e Críticos - que também prestavam seu desserviço ao criar e divulgar informações falsas nas redes sociais. A mais famosa, talvez, seja a da Desembargadora Marília Castro Neves, do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, na qual afirma que Marielle tinha envolvimento com o Comando Vermelho e teria morrido por não pagar as dívidas com os milicianos.

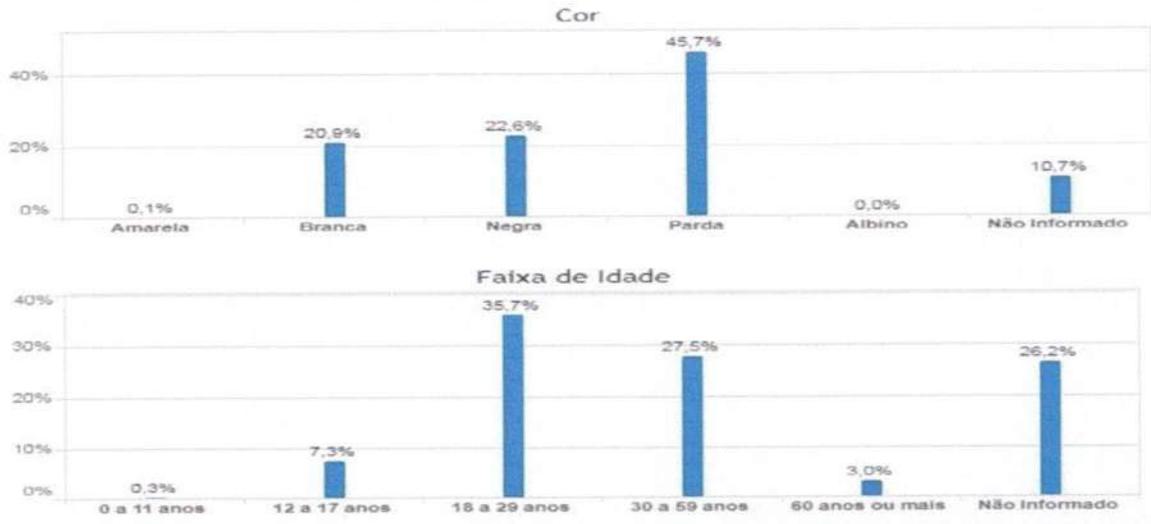
Acredita-se que a política do PSOL estava jurada de morte depois de criticar a Polícia Militar do homicídio do adolescente Matheus Melo, na favela do Jacarezinho. Além disso, a vereadora também questionou a conduta da PM de Acari, na qual acusava de matar os jovens da região. Outra hipótese para o incidente era sua atuação ativa na luta pelos direitos humanos, um fator muito importante para a legenda na qual fazia parte.

4.2 - DADOS E SIGNIFICADOS OCULTOS

Abordando um pouco mais a biografia de Marielle Franco, percebe-se um engajamento social desde cedo, defendendo causas de grupos minoritários como negros e comunidade LGBT, principais alvos de ataques criminosos. O Sistema de Metas e Acompanhamento de Resultados (SIM), da Secretária de Estado de Segurança do Rio de Janeiro, define alguns Indicadores Estratégicos de Criminalidade (IEC), isto é, os tipos de crime que mais impactam na rotina da sociedade.

Os tipos são letalidade violenta que inclui homicídio doloso, latrocínio, lesão corporal seguida de morte e homicídio decorrente de oposição à intervenção policial, roubo de veículo e roubo de rua que inclui roubo a pessoas andando na rua, roubos em ônibus e roubos de celulares. Novamente analisando dados de um levantamento ISP, com 6.262 pessoas, percebe-se, por exemplo, que pessoas jovens e de pele parda tendem a sofrer mais violência, e que o turno da noite ainda é soberano como o mais propício para os criminosos atacarem de acordo com os gráficos abaixo.

Gráfico 4: Cor e Faixa de Idade

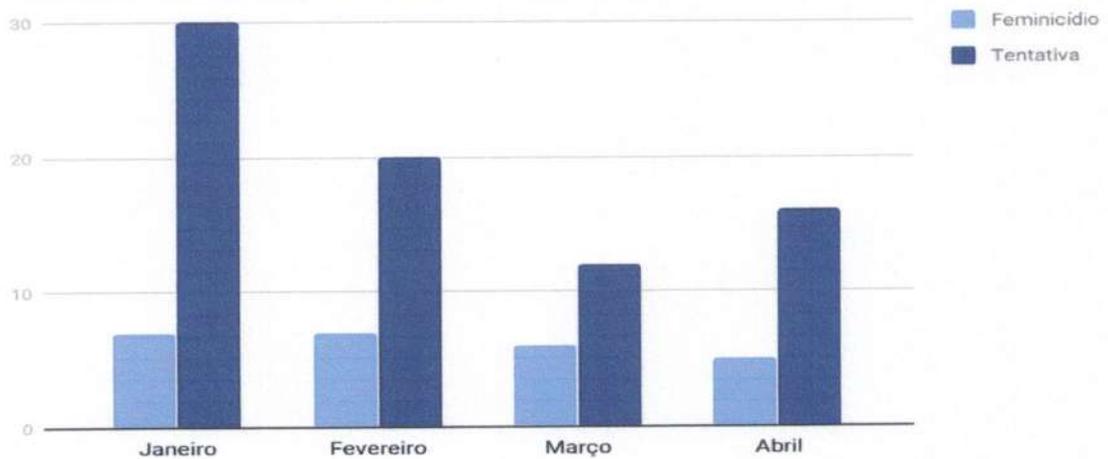


Fonte: <http://www.ispvisualizacao.rj.gov.br/Letalidade.html>

Baseado nesse mesmo levantamento, pode-se notar também que 89% dos registros de incidentes violentos são do sexo masculino contra 6,9% do sexo feminino, indicando assim uma possível repulsa das mulheres em prestar queixas nas delegacias por temerem qualquer tipo de represália como o denominado feminicídio, tipologia que designa violência contra indivíduos do sexo feminino, cujos dados da instituição mostram o aumento dessa atividade no ano de 2018. Veja o gráfico abaixo.

Gráfico 5: Números do Feminicídio no Estado do Rio em 2018

Números do Feminicídio no Rio em 2018



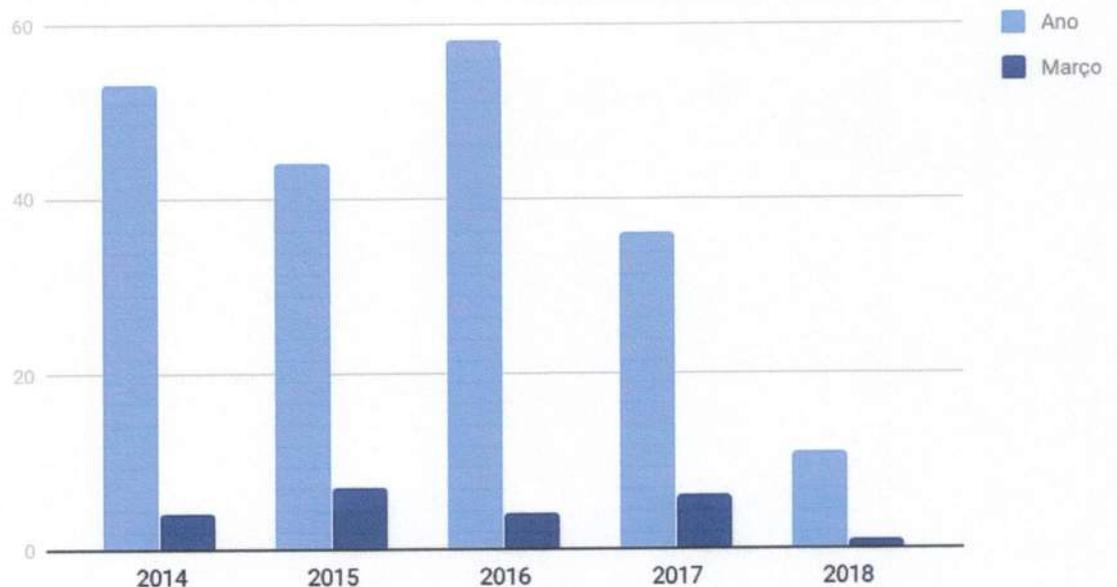
Fonte: <http://www.ispdados.rj.gov.br/feminicidio.html> / Gráfico: O autor

De acordo com a descrição resumida do caso e de acordo com o artigo 121, do *Código Penal* - decreto lei 2848/40 -, pode-se deduzir que o incidente se trata de um homicídio qualificado, que se configura como um tipo de crime com uma magnitude maior que o normal além de envolver uso de instrumentos que podem ser letais à vítima. O inciso IV, retirado do *site* governamental do Planalto, fala em situações nas quais ocorre mediante “à traição, de emboscada, ou mediante dissimulação ou outro recurso que dificulte ou torne impossível a defesa do ofendido;”

Definido o tipo de infração cometido, pode-se pensar em dados públicos que não justifiquem o acontecido, mas sim reafirmam alguma tendência adquirida nos últimos tempos. Segundo informações do Instituto de Segurança Pública do Rio (ISP), o número de registros de uso de arma submetralhadora não é tão comum quanto outras e variou entre os anos de 2014 e 2018. Segue gráfico abaixo com a comparação anual e o mês de Março, no qual aconteceu o crime.

Gráfico 6: Uso de submetralhadora nos anos de 2014 a 2018

Uso de Submetralhadora - Série histórica (2014-2018)



Fonte: <http://www.ispvisualizacao.rj.gov.br/Armas.html> / Gráfico: O autor

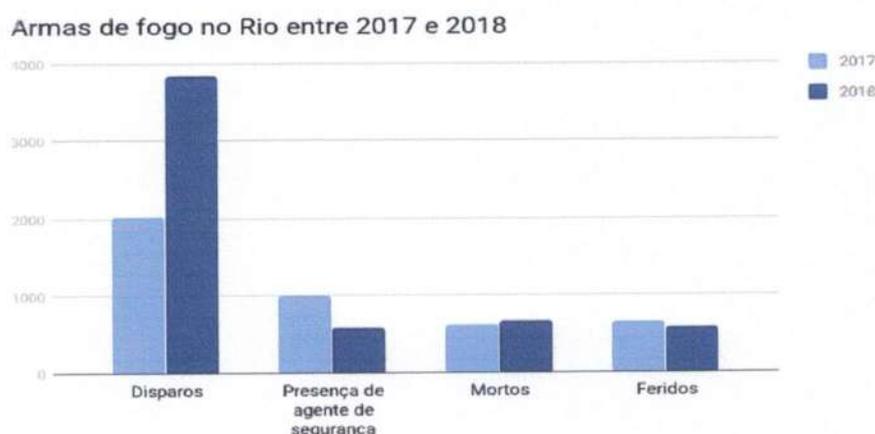
4.3 - DADOS DA COMUNIDADE

Apesar do universo do jornalismo de dados estar relacionado diretamente aos jornalistas, não se impede que cidadãos comuns com outras carreiras possam contribuir para uma melhor disseminação da informação na internet. Por exemplo, a profissão de programador que auxilia na formação de sistemas de tecnologia da informação e criação de *bots* para automatização de tarefas. No caso da área de segurança pública, destacam-se os *sites* onde foi roubado, onde tem tiroteio e o fogo cruzado.

Essas plataformas de cunho colaborativo têm como objetivo reunir, em um banco de dados próprio, informações e estatísticas da segurança, em diferentes esferas. Entre elas, o assalto de rua e o tiroteio em favelas. Elas também funcionam como um portal de denúncias, no qual os cidadãos podem reportar algum incidente em determinada região e esses dados ficam compilados no sistema, servindo de consulta para outras pessoas.

Dentre os serviços mostrados anteriormente, destaca-se a completude do fogo cruzado, com relatórios mensais sobre a incidência de tiroteios no Rio de Janeiro, e em Pernambuco. Além disso, divulga relatórios em forma de mapas, com periodicidade semanal, mensal e semestral. O último deles, aborda-se dados sobre tiroteios em favelas, áreas de UPP e disparos por armas de fogo, comparando os anos de 2017 e 2018. As informações do laboratório são coletadas via usuários, imprensa e polícias. Confira um gráfico abaixo com alguns desses dados.

Gráfico 7: Armas de fogo: 2017 e 2018



Fonte: Adaptado de <http://fogocruzado.org.br/dados-de-janeiro-a-maio-de-2018/>

Como visto nos gráficos, o recolhimento de informações através de bancos de dados colaborativos mostra-se de grande valia para o exercício do jornalismo de dados, como mecanismo de debate público, pois fomenta números concretos da insegurança vivida pela população do estado do Rio de Janeiro. Além de indicar tendências para o quadro. Por exemplo, em outro dado do fogo cruzado, analisa-se favelas com maior índice de tiroteios, entre 2017 e 2018, e verificou-se que nas cinco primeiras posições apenas o Complexo do Alemão e a Cidade de Deus mantiveram-se no *top* cinco, alternando assim as outras três comunidades.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento deste trabalho expandiu ainda mais o universo do jornalismo de dados, situando-o num contexto específico de atuação. Abordou-se elementos presentes da área científica que são de grande valia apesar de não muito aprazíveis a profissionais não só de jornalismo, mas também, de comunicação como um todo. Um dos problemas da pesquisa foi definir esse fenômeno como colocado no primeiro capítulo.

As *fake news* se agravaram por falta de uma regulação da profissão de jornalista durante séculos. Essa conjuntura se configura principalmente durante governos totalitários e antidemocráticos, que utilizam a informação como bem lhe convém, ou seja, só para àquelas que fossem favoráveis, reprimindo quem os criticassem de maneira pública. Em um governo democrático, essa situação melhora um pouco, mas o jornalista ainda precisa ser mais vigilante, pois ninguém quer que seus segredos sejam revelados e provavelmente sofrerá com isso.

O uso de bancos de dados, feita de forma colaborativa pelas plataformas de tiroteios, é uma iniciativa de suma importância para propagar o debate acerca da gestão pública perante a sociedade. Porém, eles por si só, não substituem o trabalho do jornalista como filtro de informação na internet, pois esse profissional já o faz como profissão e dedica-se a isso durante sua vida. Para isso, a ferramenta de *Fact-checking* é mais indicada pois é um processo jornalístico, que não exclui outros indivíduos de outros meios laborais.

Por falar em *fact-checking*, embora ele não apresente uma solução inédita para a resolução dos problemas atuais de credibilidade jornalística, destaca-se como um vetor de informação com uma metodologia bem definida e aberta a todos que queiram conhecer e que não exclui o leitor comum do processo de checagem e apuração. Sua contribuição também se dá em fomentar as mais variadas discussões sobre a esfera pública, sejam elas políticas, econômicas, sociais e culturais.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2004.

FERREIRA, Wilson Roberto Vieira. **"Fact-Checking" é o jornalismo "hipster" que a mídia corporativa adora**. São Paulo, 3 de out. 2017. Disponível em: <<http://cinegnose.blogspot.com.br/2017/10/fact-checking-e-o-jornalismo-hipster.html>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

FGV DAPP. Robôs, redes sociais e política no Brasil [recurso eletrônico]: estudo sobre interferências ilegítimas no debate público na web, riscos à democracia e processo eleitoral de 2018. Rio de Janeiro. In: **Fundação Getúlio Vargas**, 2017. Disponível em: <http://dapp.fgv.br/dd1a6s1=aHR0cDovL2RhchAUZmd2LmJyL3dwLWNvbnRlbnQvdXBsb2Fkcy8yMDE3LzA4L1JvYm9zLXJIZGVzLXNvY2IhaXMtcG9XRpY2EtZmd2LWRhcHAucGRm>>. Acesso em: 25 de Mai. 2018.

FILHO, Ciro Marcondes. **O capital da notícia**. São Paulo: Ática, 1986

FRAN, André; CEBRIAN, Rodrigo; UFO, Felipe. Fake News: Baseado em fatos reais. **Globonews**. Exibição: 30 de Set. 2017. Disponível em: <<https://globosatplay.globo.com/globonews/v/6186746/>>. Acesso em: 25 de Mai. 2018.

FREIBERGER, Marianne. Information is surprise. **+Plus magazine**. University of Cambridge, 24 de Mar. 2015. Disponível em: <<https://plus.maths.org/content/information-surprise>>. Acesso em 25 de Mai. 2018.

FREITAS, Ana. O que acontece quando você só vê opiniões parecidas com as suas. 18 de Mar. 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/03/18/O-que-acontece-quando-voc%C3%AA-s%C3%B3-v%C3%AA-opini%C3%B5es-parecidas-com-as-suas>>. Acesso em: 25 de Mar. 2018.

GEHRKE, Marília. **O áudio do presidente: ética, verificação e fact-checking no jornalismo**. Porto Alegre p.1, 2017. Disponível em: file:///C:/Users/BRUNO%20U%20S%20FERNANDES/Desktop/Fact%20checking_artigo%202.pdf.

GEOGRAFIA. In: ATLAS BRASIL. (org). **O IDHM**. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/o_atlas/idhm/> Acesso em: 26 de Mai. 2018.

GONÇALVES, José Júlio. **Sociologia da Informação**. Universidade Técnica de Lisboa, 1963.

GRAY, Jonathan; CHAMBERS, Lucy; BOUNEGRU, Liliana. **The data journalism handbook: How journalists can use data to improve the news**. " O'Reilly Media, Inc.", 2012. Disponível em: <<http://datajournalismhandbook.org/pt/index.html>>. Acesso em: 6 abril.2018.

HOLAN, Angie Drobic. **Inside fact-checking: A conversation with Lucas Graves, author of 'Deciding What's True'**. 14 de Set 2016. Disponível em: <<http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2016/sep/14/inside-fact-checking->

lucas-graves-author-deciding/>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

HOWARD, Alex. et al. **Por que o Jornalismo de Dados é importante?**. *O'Reilly Media*, 2012. Disponível em: <http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_2.html>. Acesso em: 25 de Mai.2018.

JAMES, William. **The principles of psychology**. Australia: The University of Adelaide Library, 1896 p. 221-222.

KIRBY, Emma Jane. A cidade europeia que enriquece inventando notícias – e influenciando eleições. **BBC News**. Londres, 12 de Dez. 2016. Disponível em: <<http://www.bbc.com/portuguese/internacional-38206498>>. Acesso em: 25 de Mai. 2018.

ISP DADOS. In: Instituto de Segurança Pública. Arma de fogo - Série Histórica. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.ispvisualizacao.rj.gov.br/Armas.html>> Acesso em: 8 de Jun.2018.

LAGE, Nilson. **Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística**. 2 ed. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEITÃO, Leslie. Munição usada para matar Marielle é de lotes vendidos para a Polícia Federal. **RJTV**. Rio de Janeiro, 16 de Mar. 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/municao-usada-para-matar-marielle-e-de-lotes-vendidos-para-a-policia-federal.ghtml>> Acesso em: 8 de Jun. 2018.

MEYER, Philip. **Precision journalism: A reporter's introduction to social science methods**. Rowman & Littlefield, 2002.

_____. **A ética no jornalismo: Um guia para estudantes, profissionais e leitores**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1989.

MORAES, Maurício. **Jogo gratuito transforma alunos de ensino médio em checadores**: Plano de aula foi traduzido por Agência Pública e Aos Fatos em comemoração ao Dia Internacional do Fact-Checking. 2 de abr. 2018. Disponível em: <<https://apublica.org/2018/04/truco-jogo-gratuito-transforma-alunos-de-ensino-medio-em-checadores/>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

MORES, Chico; GUIMARÃES, Hellen; AFONSO, Nathália. **Meirelles diz que Brasil teve 'anos de isolamento' econômico. Será?**. 27 de jan de 2018. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/01/27/meirelles-davos/>>. Acesso em: 28 de Mai de 2018.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em "tempo real" O Fetiche da Velocidade**. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NAFRÍA, Ismael. **Como inovadores argentinos criaram Chequeado e o tomaram um dos líderes mundiais em fact-checking**. Knight Center for Journalism in the

Americas. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-19176-como-inovadores-argentinos-criaram-chequeado-e-o-tornaram-um-dos-lideres-mundiais-em-f>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

PARK, Robert. **News as a form of knowledge: a chapter in the sociology of knowledge**. American Journal of Sociology, V. 45, N. 5. Chicago: The University of Chicago Press, 1940.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2006.

POYNTER. [Página Inicial]. the University of South Florida's St. Petersburg campus. Disponível em: <<https://www.poynter.org/>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

POYNTER. In: Poynter: A global leader in journalism. (org). **International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles**. Disponível em: <<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

POST-TRUTH. In: DICIONÁRIO da língua inglesa. Oxford: University of Oxford. Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

STENCEL, Mark; GRIFFIN, Riley. **Fact-checking triples over four years**. In: Duke Reporters'Lab. University of Duke, 22 de fev. 2018. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking-triples-over-four-years/>>. Acesso em: 26 de Mai. 2018.

TARDÁGUILA, Cristina. 'É uma obrigação desafiar a mentira dos políticos', diz Brooks Jackson. **O Globo**. Rio de Janeiro, 16 de Nov. 2014. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/uma-obrigacao-desafiar-mentira-dos-politicos-diz-brooks-jackson-554727.html>>. Acesso em: 25 de Mai. 2018.

VARONI, Pedro; PRADO, Vitor. 70 milhões de brasileiros vivem em deserto de notícias. **Observatório da Imprensa**. São Paulo, 6 de Nov. 2017. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/atlas-da-noticia/70-milhoes-de-brasileiros-vivem-em-deserto-de-noticias/>>. Acesso em: 25 de Mai. 2018.

WIKIDADOS. **INFRAESTRUTURA NACIONAL DE DADOS ABERTOS (INDA): Política de dados abertos do governo federal**. Disponível em: <<http://wiki.dados.gov.br/Default.aspx?Page=Politica-de-Dados-Abertos&NavPath=Principais%20t%C3%B3>>. Acesso em: 27 de Mai. 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. Tradução: Karina Jannini. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.