

# REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO NOTICIOSA PELAS AGÊNCIAS DE FACT-CHECKING: DO ACESSO À INFORMAÇÃO AO EXCESSO DE DESINFORMAÇÃO

*Mayara Karla Dantas da  
Silva*

Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Estudo da Mídia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

E-mail:

[mayarakarladantas@gmail.com](mailto:mayarakarladantas@gmail.com)

*Maria Elizabeth Baltar  
Carneiro de Albuquerque*

Professora do Departamento de Ciência da Informação e do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal da Paraíba.

E-mail: [ebaltar2007@gmail.com](mailto:ebaltar2007@gmail.com)

*Maria do Socorro Furtado  
Velo*

Professora do Departamento de Comunicação Social – Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

E-mail:

[socorroveloso@uol.com.br](mailto:socorroveloso@uol.com.br)

## RESUMO

Amparadas pelas contribuições teóricas da Ciência da Informação e do campo de estudo da Comunicação, procuramos compreender como o processo de representação da informação noticiosa vem sendo realizado pelas agências de *fact-checking* no Brasil. Para tanto, aplicamos a análise de conteúdo e identificamos, a partir das duas principais agências do país, a Lupa e a Pública, que o processo ocorre em três etapas: recuperação do rastro digital, checagem dos fatos por fontes e representação temática. Percebemos que os efeitos deste processo se manifestam como um sinal de enfrentamento ao paradoxo emergido na era da informação, marcado pelo acesso à informação e o excesso de desinformação, e que se desdobra num “hiperfluxo” (des/in)formacional, mas também, no “hipofluxo” comunicacional.

**Palavras-chave:** Ciência da Informação; Comunicação; Representação da Informação; *Fact-checking*; Pós-verdade.

## REPRESENTATION OF NEW INFORMATION BY FACT-CHECKING AGENCIES: from access to information to the excess of disinformation

## ABSTRACT

Supported by the theoretical contributions of Information Science and the field of study of Communication, we try to understand how the process of representation of news information has been carried out by the agencies of "fact-checking" in Brazil. To do so, we apply the content analysis and identify, from the two main agencies of the country, the Lupa and the Public, that the process occurs in three stages: recovery of the digital trace, checking of the facts by sources and descriptive representation. We perceive that the effects of this process are manifested as a sign of confronting the paradox emerging from the information age, marked by access to information and excessive disinformation, and that unfolds in a informational/disinformational "hyperflow", but also, in the communication "hypoflow".

**Keywords:** Information Science; Communication; Information Representation; Fact-checking; Post truth.

## 1 INTRODUÇÃO

Este estudo reflete uma intersecção entre as ciências da Informação (CI) e da Comunicação, a partir do campo de estudos da representação da informação noticiosa. A ponte com a Ciência da Informação está na Representação da Informação e do Conhecimento, área da CI que se dedica a explorar a linguagem para melhor caracterizar uma informação, facilitando sua recuperação, futuramente. A ponte com a Comunicação está na informação do tipo notícia e sua relação com as agências de *fact-checking*.

A *fact-checking* ou a checagem de fatos retrata uma prática consideravelmente nova, uma vez que sua origem remete à década de 1990, inserida no campo do jornalismo investigativo e que se destaca pelo modo particular de representar a informação deste tipo. Tais fatos direcionaram nosso olhar para este campo de estudos pouco explorado.

Isto é, ainda que o fluxo de notícias produzidas e compartilhadas diariamente seja exponencial e que a prática jornalística esteja imersa num processo significativo de mudanças, os modos de representação e de indexação da informação noticiosa não representam um objeto de estudo recorrente no âmbito da CI e da Comunicação.

Tomando como base estes indícios, buscamos compreender, portanto, como o processo de representação da informação noticiosa vem sendo realizado pelas agências de *fact-checking* no Brasil. Para tanto, selecionamos as duas principais agências do país, a Pública<sup>1</sup>, mediante o projeto Truco<sup>2</sup>, e a Lupa<sup>3</sup>, e por meio da análise de conteúdo das informações disponível em seus sites, realizamos o estudo.

Através da análise, identificamos que o processo de representação da informação noticiosa realizado pelas agências de *fact-checking* ocorre em três etapas: recuperação do rastro digital, checagem dos fatos mediante fontes específicas e representação temática. Contudo, tal processo aponta não só para um modo singular de representar a informação e uma nova categoria no âmbito do jornalismo, aponta para algumas problemáticas.

Entre elas, questionamos, com base do trabalho das agências de *fact-checking*, se nesses tempos marcados pelo amplo acesso à informação e pelo excesso de desinformação, como tem se dado o processo de recuperação de uma informação do tipo

---

<sup>1</sup> <https://apublica.org/checagem/>. Acesso em 17/07/18.

<sup>2</sup> <https://apublica.org/checagem/>. Acesso em 19/07/18.

<sup>3</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em 17/07/18.

noticiosa. Na busca por uma resposta, os rastros digitais e o fenômeno da pós-verdade parecem apontar para alguns indícios e nos mostrar alguns caminhos possíveis.

## **2 ENTRE A CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO E O CAMPO DA COMUNICAÇÃO**

A informação é um dos objetos de estudo de diversos campos do conhecimento. Seja na Arquivologia, na Biblioteconomia ou na Ciência da Computação, a informação vem sendo posta no centro das investigações, criando pontes entre elas. Para a ciência da Informação e a Comunicação, por exemplo, ela é um ponto claro de interseção.

A origem da Ciência da Informação (CI) remete à década de 1940, e, como o próprio nome sugere, a informação é, claramente, seu principal objeto de estudo. Para a CI, a informação “comporta um elemento de sentido. É um significado transmitido a um ser consciente por meio de uma mensagem inscrita em um suporte espacial-temporal: impresso, sinal elétrico, onda sonora, etc.” (LE COADIC, 2004, p.4).

A Comunicação também é um campo de estudos relativamente novo. Porém, o não reconhecimento do lugar científico da Comunicação é antigo. Ao contrário da Ciência da Informação, a Comunicação não é plenamente reconhecida como ciência, porque não tem um objeto de estudo central claro, como a CI e outros campos científicos.

Várias são as iniciativas teóricas e pragmáticas que buscam superar esta ausência. Sodr  (2014), por exemplo, aponta a Comunicação como “a ciência do comum”. Segundo o autor, existe um sistema de inteligibilidade social na Comunicação que a sociologia não foi capaz de enxergar: a midiatização. É ela que faz da Comunicação o *bios*, a ciência da redescrit o. Logo, para Sodr , a midiatização é a “quest o” que a Comunicação sempre buscou para chamar de sua.

Entretanto, por ser um processo h brido, portanto, complexo, e n o puro, a midiatização dialoga com outros processos de campos distintos. E, muitas vezes, se utiliza da informa o para construir essa ponte interdisciplinar. Por outro lado, é por meio de tal di logo pluralizado com essas diversas esferas do saber tamb m, que a identifica o da midiatização como o objeto de estudo da Comunicação vem sendo dificultada.

Neste sentido, é importante perceber a real rela o da informa o com a Comunicação, uma vez que comunicar é informar, mas “informar n o é comunicar” (WOLTON, 2010). A comunica o n o se resume   informa o, esta “  a mensagem. A comunica o   a rela o, que   muito mais complexa” (WOLTON, 2010, p.12).

Mas, para além da discussão sobre a centralidade da informação no campo da Ciência da Informação, e da problemática que discute o lugar da informação no campo de estudo da Comunicação, nos interessa aqui discutir a informação como ponto de interface entre essas duas áreas, a partir da representação da informação noticiosa.

Sabemos que os processos de coletar, recuperar, manipular, analisar, classificar, disseminar e armazenar informações, são atividades comuns, ainda que com suas particularidades, aos âmbitos da CI e da Comunicação (sobretudo do jornalismo). E, entre elas, uma em especial se destaca por se enquadrar na interface mencionada: a recuperação.

A recuperação da informação está diretamente ligada à sua representação. Segundo Pinto, Meunier e Silva Neto (2008), desde a Pré-História, com as primeiras manifestações culturais, o homem primitivo passou a se preocupar com o registro e a representação do cotidiano. A partir de então, a humanidade vem produzindo e compartilhando um volume exponencial de dados, informações e conhecimentos. Logo, organizá-los e armazená-los, para recuperá-los posteriormente, tem sido um gargalo.

É neste sentido que surgiu o campo de estudo da Representação da Informação. Representar uma informação, no âmbito da CI, significa descrevê-la de modo eficaz e eficiente, com clareza e coerência, para que ela seja recuperada quando necessário. Portanto, “a principal característica do processo de representação da informação é a substituição de uma entidade linguística longa e complexa – o texto do documento – por uma descrição abreviada” (NOVELLINO, 1996, p.38) ou uma indicação temática.

Isto é, de acordo com Maimone, Silveira e Tálamo (2011), a informação pode ser representada de duas formas: pela representação descritiva e pela representação temática. A representação descritiva, tem por objetivo representar um documento a partir da descrição de suas características específicas. Por outro lado, a representação temática tem como propósito, representar um documento por meio do seu assunto principal ou tema.

As formas de representação da informação revelam a importância das linguagens documentárias. Para Sales (2007, p.96), tais formas “são constituídas por léxico de termos específicos de uma determinada área de conhecimento, ou de um determinado contexto, e suas possíveis relações”. Já para Cintra (2002, p.35), trata-se de um “conjunto de termos, providos ou não de regras sintáticas utilizados para representar conteúdos de

documentos técnico-científicos com fins de classificação ou busca retrospectiva de informações”.

Independentemente do tipo de linguagem documentária (classificações bibliográficas, taxonomias, tesouros, etc.) e do tipo de representação da informação, a relevância dessas categorias está em promover a interação entre usuário e dispositivo (KOBASHI, 2007). Interação esta que vem sendo determinante na circulação da informação noticiosa no âmbito do jornalismo contemporâneo, marcado pelos rastros digitais e o acesso à informação, pelo excesso de desinformação e o intenso debate em torno das chamadas *fake news* e do conceito de pós-verdade.

### **3 OS RASTROS DIGITAIS E O ACESSO À INFORMAÇÃO**

Um rastro digital significa um “vestígio de uma ação efetuada por um indivíduo qualquer no ciberespaço” (BRUNO, 2012, p.687). Basta um clique para acessar um *link*, fazer uma busca ou um *download*, publicar ou compartilhar um conteúdo, para deixar uma pista. Tais vestígios facilitaram a recuperação da informação, revelaram a importância do campo de estudo da representação, uma vez que são considerados vetores com um alto índice de precisão dos nossos modos de vida, e contribuíram com a transição da era industrial para a era do acesso à informação.

Toda “era” reflete um período de tempo determinado, marcado por um processo. A era desencadeada pela Revolução Industrial, que transformou a manufatura, teve início no século XVIII e se desenvolveu durante o século XIX. Fortemente marcada pelos processos industriais de produção, gerada por meio das máquinas a vapor, pelo aumento no consumo de produtos e por novas matérias-primas, como o carvão, a industrialização contribuiu para a valorização de bens tangíveis.

O que não se sabia naquele momento, é que, a era ulterior, que ultrapassaria a era industrial e que hoje se concebe consolidada, seria marcada por um processo bem distinto. A “era da informação” (CASTELLS, 1999), que está transformando a sociedade do nosso tempo, emergiu da “revolução da informação” (WOLTON, 2010). Caracterizada pelos processos de produção e consumo de conteúdo, a era informacional aponta como matéria-prima um bem jamais imaginado em tempos de maquinofatura: os dados.

Logo, se a industrialização foi a transição da pequena produção de bens para a produção em massa, e pela mudança do acesso limitado ao acesso amplo a produtos, a era

informacional representa a transição da produção centralizada de conteúdo (criado por agentes de comunicação), para a produção distribuída (criada por qualquer agente social), além do aumento ao acesso, à recuperação e ao compartilhamento da informação.

A passagem da era industrial para a era informacional ilustra um novo contexto, sobretudo, econômico, social, cultural e político. Mas, essa nova realidade aponta para um cenário ambíguo. De um lado percebemos avanços importantes, como os que veremos a seguir. Por outro, identificamos retrocessos que discutiremos no tópico posterior.

Na esfera econômica, por exemplo, passamos a observar o desenvolvimento de uma economia “que têm como ‘fator-chave’ não mais os insumos baratos de energia – como na sociedade industrial – mas os insumos baratos de informação propiciados pelos avanços tecnológicos na microeletrônica e telecomunicações” (WERTHEIN, 2000, p.71).

Na esfera social, o surgimento da “sociedade da informação” (CASTELLS, 2000) ou das “sociedade(s) da informação”, como bem defende Agudo Guevara (2000), por compreender que há várias sociedades e que cada uma delas se relaciona de modos distintos com os novos processos de comunicação e de informação, reflete uma nova organização social, marcada pela criação e uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs), moldando a sociabilidade a partir do aumento da midiatização.

Na esfera cultural observamos a transição da cultura de massa para a cibercultura, emergida no contexto da contracultura. O movimento da contracultura questiona a cultura dominante e critica seus valores, normas e padrões comportamentais convencionados por ela. Deste modo, baseado na subversão, o movimento defende a mudança de consciência e uma nova forma de agir, incluindo o espírito libertário e autônomo de se expressar, de se informar e de se comunicar, um dos princípios básicos defendidos pela cibercultura.

Por fim, a política foi moldada no momento em que a era da informação passou a ser validada como a era da democratização da informação, gerando a promessa da “esfera pública conectada” (BENKLER, 2006) e resgatando o ideário democrático. Desde então, se acreditou, de modo real, que seria possível construir uma sociedade em que seus agentes teriam as mesmas chances de ouvir e de serem ouvidos – o que não aconteceu.

Como consequência, a internet, a *web*, as TICs e as plataformas de redes sociais passaram a ser apontadas, da forma mais otimista, como os instrumentos que cumpririam tal promessa. Além disso, conceitos como o de “inteligência coletiva” (LÉVY, 1994),

“tecnopolítica” (TORET, 2013) e “movimentos sociais em rede” (CASTELLS, 2013) foram desenvolvidos; ilustrando o potencial dos rastros digitais e do acesso à informação.

Entretanto, é preciso perceber o exagero utópico e a perspectiva tecnicista que muitas vezes está por trás dessas ideias. Para tal visão, a tecnologia é validada como a protagonista de todas estas mudanças, quando, na verdade, tais alterações decorrem de associações tecno-humanas. Segundo Castells (2005, p.17), “a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses”, e não o contrário.

Ademais, é necessário atentar para os diversos problemas desencadeados pelo “hiperfluxo” informacional, baseados tanto no excesso de informação, quanto no de desinformação, uma vez que, a informação em excesso e a própria desinformação acarretam muitos problemas, como já bem alertavam Baudrillard (2001) e Wolton (2010), haja vista que o excesso de informação “mata” a comunicação, dificultando o processo dialógico, e que a circulação da desinformação leva à manipulação e à desmobilização social, impossibilitando a recuperação da informação e provocando conflitos.

#### **4 A PÓS-VERDADE E A DESINFORMAÇÃO**

O processo de desinformação não é novo. Manipular a verdade ou difundir mentiras e boatos para gerar confusão, dúvidas e difamação é uma prática social antiga. Porém, nunca se falou tanto em desinformação como hoje, em plena era da informação. Portanto, ainda que pareça, a novidade não está no processo em si, mas sim, no modo como ele vem sendo praticado e difundido, gerando tensões e fenômenos singulares.

Com o advento das TICs, das redes digitais (*internet e web*) e das multiplataformas de redes sociais e de mensagens instantâneas, a desinformação vem prosperando. Desde então, observamos o aumento da circulação de dois tipos específicos de desinformação: a notícia falsa (*fake news*), baseada na mentira, e a manipulada, baseada na verdade omitida.

A notícia falsa e a manipulada são, antes de tudo, notícias, e, portanto, seguem uma estrutura textual jornalística (título, lead e corpo do texto) e respeitam características peculiares (texto curto, claro, informativo e impessoal). Logo, quando tratamos de desinformação a partir da notícia falsa ou manipulada no campo da CI e da representação da informação, estamos tratando de um tipo específico de informação, a noticiosa.

Para além da mentira, a notícia falsa é um tipo de desinformação com atributos determinados. O título tem caráter sensacionalista e exagerado; seu tema é apelativo ou polêmico; as matérias não têm fontes ou são oriundas de fontes duvidosas e veiculadas em canais ilegítimos. Por fim, as *fake news* são produzidas por agentes que trabalham em prol de interesses privados de um ator ou grupo, para atingir fins específicos.

A notícia manipulada, por sua vez, é um tipo de desinformação mais sofisticada. Trata-se de um jogo discursivo e cognitivo, que segundo Grijelmo (2017), é alimentado por um conjunto de estratégias, identificadas por ele como “técnicas de silêncio”, uma vez que elas não se baseiam na construção de uma mentira, como as *fake news*, mas, na omissão de uma parte determinante da verdade. São elas: a insinuação, a pressuposição e o subentendido, a falta de contexto e, por fim, a inversão da relevância. Para o autor a:

- **Insinuação:** é uma técnica em que as ideias focam um ponto da informação, mas as conclusões extraídas dela vão além. Logo, é comum o uso da justaposição na insinuação, em que uma ideia é posta ao lado de outra sem que se explique a relação direta entre elas, porém o contato entre elas faz o leitor deduzir a ligação;
- **Pressuposição e o subentendido:** a técnica da pressuposição se baseia em afirmar algo sem questionar. Já a do subentendido se refere à técnica de projetar uma ideia de um fato novo, a partir de antecedentes semelhantes;
- **Falta de contexto:** é uma técnica em que se aponta um fato ou uma ideia, sem expor em que contexto o fato ocorreu ou a ideia foi dita, levando à manipulação;
- **Inversão da relevância:** é a técnica de transformar um fato secundário, num fato primário, com o objetivo de desviar a atenção de um assunto de interesse geral.

Neste sentido, uma das questões que se coloca diante das notícias falsas e manipuladas, e que faz ponte com o campo da representação da informação noticiosa, é: por que na era da informação e dos rastros, em que quase tudo pode ser mapeado, recuperado e verificado, a desinformação está tão disseminada? Ao que tudo indica, uma das respostas parece estar num fenômeno em emergência, nomeado de “pós-verdade”.

O termo pós-verdade foi criado em 1992, pelo dramaturgo Steve Tesich. Vinte e quatro anos depois, em 2016, foi eleita a palavra do ano pelo dicionário de Oxford, e desde então, reflete uma ideia que tenta explicar um traço próprio da pós-modernidade. No dicionário de Oxford, o conceito de pós-verdade diz respeito a um fenômeno “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”.



A pós-verdade, neste sentido, representa a desconstrução do sentido de verdade. Isto é, a verdade deixa de ser percebida menos como a ideia baseada em fatos reais, para ser assimilada mais com aquilo em que se acredita e/ou que move emocionalmente. Logo, a veracidade ou não de certos fatos passa ser baseada no que se concorda ou emociona.

É por isso que a pós-verdade é complexa para Christian Dunker (2017, p.38). Segundo o autor, o fenômeno “envolve uma combinação calculada de observações corretas, interpretações plausíveis e fontes confiáveis em uma mistura que é, no conjunto, absolutamente falsa e interesseira”. Portanto, para Dunker, não se trata de fazer o outro acreditar em premissas extraordinárias, mas sim, de explorar os preconceitos que este outro cultiva e que, gradualmente, o levará a confirmar conclusões tendenciosas.

Seja fundado em notícias falsas ou manipuladas, o fenômeno da pós-verdade adverte para o problema de como a desinformação tem contribuído para a desconstrução da alteridade. Ao adotar como verídica uma ideia baseada numa mentira ou numa verdade editada, mas que reafirma nossas visões particulares, silenciemos a opinião do outro, ativamos o eco das nossas ideias e iniciamos o processo de reafirmação de uma única e determinada realidade. Mas, na contramão deste processo estão as agências de *fact-checking*, criadas com o objetivo de recuperar, checar e representar a informação noticiosa. Como elas fazem isso, é o que pretendemos entender no próximo tópico.

## **5 AS FACT-CHECKING E A REPRESENTAÇÃO DA INFORMAÇÃO NOTICIOSA**

O jornalismo sempre teve papel importante na desconstrução da desinformação. Isso porque, durante muito tempo, dominou os processos de recuperação, checagem, construção e disseminação da informação noticiosa. Mas, como consequência desse tipo de controle, o jornalismo gerou o que chamamos de agendamento (a seleção do fato que determina o que é e o que não é notícia) e seu principal efeito, a *agenda setting* (um tipo de implicação social da mídia, que influencia nos temas que serão discutidos entre o público receptor da informação, intervindo na construção da realidade).

Por estes e outros motivos, o jornalismo passou a ser visto como uma prática que monopoliza (e muitas vezes mercantiliza) a informação noticiosa. Aos poucos, a credibilidade no processo de mediação, atributo essencial para a atividade, foi sendo posta à prova, e a informação oriunda dos principais veículos da mídia tradicional deixou

de ser encarada, por uma parcela significativa da sociedade, como uma informação segura.

Com a emergência da era da informação, o cenário jornalístico foi se modificando. A cultura digital aguçou os sentimentos de liberdade e de autonomia, e as tecnologias da informação e da comunicação possibilitaram um comportamento mais ativo do destinatário. Desde então, novos canais de comunicação surgiram e foram usados para a produção e consumo de notícias, como por exemplo, os blogs e micro-blogging e as plataformas de rede sociais e de mensagens instantâneas, reduzindo o monopólio.

Entretanto, o aumento da autonomia e da liberdade de expressão contribuiu também para a produção e disseminação da desinformação, inclusive, da desinformação do tipo noticiosa. Uma enxurrada de *fake news* e de notícias manipuladas passaram a circular diariamente e milhares de páginas foram criadas com o objetivo de desinformar à sociedade, causando confusão e desvio de atenção para atingir fins específicos.

Além disso, com a ampliação das possibilidades de expressão, a opinião passou a ser mais cultivada (muitas vezes, mais cultivada do que as notícias veiculadas pelas principais empresas de comunicação) e a prudência sobre o repasse da informação noticiosa reduziu significativamente. Tais mudanças vêm fortalecendo a cultura do “não sei se é verdade, só estou compartilhando”, cultura esta com consequências importantes.

Como reação, acompanhamos uma nova ascensão da atividade jornalística. Mas não nos mesmos modos de antes, e sim, a partir de outros usos de velhas e novas ferramentas, assim como, de novas práticas, sobretudo no ciclo de produção da notícia. Entre essas novas práticas estão as atividades realizadas pelas agências de *fact-checking*.

A *fact-checking* ou checagem de fatos é uma técnica jornalística, vinculada ao campo do jornalismo investigativo. Contudo, as agências especializadas nesta técnica, não objetivam investigar dados e informações para produzir notícias em primeira mão, mas sim, investigar dados e informações já noticiados, seja por agentes, assessorias ou pela própria imprensa, para produzir outras notícias com o fim de validá-las ou não. Trata-se, pois, de uma atividade jornalística pós-informação noticiosa, posta em prática nos anos de 1990, mas que ganhou destaque, sobretudo, no início do século XXI.

A primeira experiência de *fact-checking* que se tem notícia ocorreu em 1991. Neste ano, em que George Bush e Bill Clinton disputaram as eleições presidenciais nos EUA, Brooks Jackson, jornalista americano da CNN, foi incumbido de recuperar as informações veiculadas nos anúncios de TV e checar se as propagandas eram verdadeiras. Para tanto,

ele montou uma equipe, denominada de “*Ad Police*”, reconhecida, até então, como a primeira equipe especializada em *fact-checking* eleitoral do mundo.

Doze anos depois, em 2003, Jackson desenvolveu, junto ao Centro de Políticas Públicas de Annenberg<sup>4</sup> e à Universidade da Pensilvânia, o factcheck.org – o primeiro site independente de checagem de fatos. Desde então, várias outras iniciativas foram construídas. De acordo com o Laboratório do Repórter Duke<sup>5</sup> (*Duke Reporter’s Lab*), um centro de pesquisa em jornalismo situado na Universidade de Duke, com foco na verificação de fatos, há, até o momento (julho/2018), 149 sites de *fact-checking* ativos em vários lugares do mundo, entre elas, as agências Lupa e Pública, localizadas no Brasil.

A Pública<sup>6</sup> e Lupa<sup>7</sup> são as primeiras agências brasileiras de *fact-checking* registradas no país. A Pública, fundada em 2011, se define como a primeira agência de jornalismo investigativo e independente do Brasil. A relação com a checagem de fatos está no projeto Truco<sup>8</sup>, desenvolvido em 2014, com foco no âmbito político, a princípio. Mas, na quarta fase do projeto, desde fevereiro de 2017, a agência ampliou a verificação e hoje checa qualquer informação considerada relevante e que pautar o debate público.

A Lupa, por sua vez, criada em 2015, têm como objetivo acompanhar, recuperar e checar informações noticiosas em vários formatos (texto, áudio e vídeo), sobre diversos temas, com o intuito de vendê-las a outras empresas (como o jornal Folha de São Paulo, a rádio CBN, a revista Época e o portal Metrôpole), além de publicá-las em seu site.

Neste sentido, as agências de *fact-checking* representam um novo tipo de interface entre os campos da Ciência da Informação e da Comunicação, uma vez que estão diretamente ligadas à recuperação, checagem e representam a informação (Ciência da Informação) e na construção da notícia jornalística (Comunicação). Portanto, para compreender como tais agências funcionam, faremos uma análise do processo (em três etapas) realizado pela agência Lupa e pelo projeto Truco da agência Pública.

#### **a) Recuperação da Informação**

A primeira etapa de recuperação da informação passa por três fases essenciais:

- **Observação:** antes de selecionar uma informação que será recuperada, checada e representada, as equipes das agências Lupa e Pública observam o que foi dito por

<sup>4</sup> <https://www.factcheck.org/>. Acesso em 17/07/18.

<sup>5</sup> <https://reporterslab.org>. Acesso em 17/07/18.

<sup>6</sup> <https://apublica.org/checagem/>. Acesso em 17/07/18.

<sup>7</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/>. Acesso em 17/07/18.

<sup>8</sup> <https://apublica.org/checagem/>. Acesso em 19/07/18.

agentes públicos (como políticos, líderes e celebridades), por meios de diversos canais de comunicação, e o que foi sugerido como checagem pelos seus leitores;

- **Seleção:** a escolha do fato observado a ser checado pela agência Lupa, atende à três critérios de relevância: a) “quem fala”; b) “o que fala”; c) “que barulho faz”. A agência Pública, por sua vez, seleciona a informação que possa ser verificada e tenha relevância pública. Neste sentido, ambas agências selecionam conteúdos que contenham dados (histórico e estatístico), comparações e informações de caráter legal e constitucional. A Lupa também seleciona conteúdos publicitários e verifica informações sobre produtos e serviços. Já a Pública, também se debruça sobre informações que envolvem permissões, proibições e afirmações categóricas.
- **Levantamento:** a fase de levantamento se refere diretamente ao processo de recuperação da informação. Nesta etapa, a Agência Pública entra em contato com o autor da informação e solicita a fonte de onde foi retirada, enquanto mapeia fontes oficiais e não oficiais, além de recorrer a especialistas quando necessário. A Lupa, por sua vez, faz o mapeamento direto. Por meio de palavras-chave, ela resgata a maior quantidade possível de dados divulgados sobre a informação observada, selecionada e que está sendo posta à prova, estejam expressos em texto, áudio ou vídeo. Para tanto, utiliza-se de fontes jornalísticas (jornais, revistas, sites, noticiários, programas de TV e rádio), oficiais (documentos de acesso público – quando não disponibilizados, à agência recorre às leis de Acesso à Informação e assessoria de imprensa) e especializadas (análise de especialistas).

#### **b) Checagem das informações recuperadas**

A etapa de checagem reflete, por sua vez, o processo de comparação entre o que foi enunciado pelas fontes investigadas e o que foi recuperado pelas equipes das agências de *fact-checking*. Comprovada alguma discrepância entre as informações, a Lupa e a Pública solicitam o pronunciamento oficial das fontes checadas para ouvir o que elas têm a dizer e se expliquem diante das conclusões chegadas pelas agências.

#### **c) Representação da Informação**

Por fim, a terceira etapa da representação da informação diz respeito ao modo como a informação checada é, de fato, representada. Neste sentido, constatamos que a Lupa e a Pública se utilizam da representação para classificar e representar as informações noticiosas que foram checadas por elas. Isto é, as agências criaram

categorias, identificadas pela Lupa como “etiquetas” e pela Pública como “selos”, que aparecem em formato de carimbo no decorrer das matérias, classificando as informações.

Ambas possuem oito categorias muito próximas umas das outras. As etiquetas da Agência Lupa são definidas como: “falso”, “verdadeiro”, “contraditório”, “exagerado”, “ainda é cedo para dizer”, “insustentável”, “verdadeiro, mas” e “de olho”. Já os selos da Agência Pública são indicados da seguinte forma: “falso”, “verdadeiro”, “contraditório”, “exagerado”, “sem contexto”, “discutível”, “distorcido”, “impossível provar”.

De acordo com a Lupa<sup>9</sup>, cada etiqueta ou representação descreve como a informação checada pode ser classificada. As etiquetas “falso” e “verdadeiro” significam que “a informação está comprovadamente incorreta” ou “comprovadamente correta”. A etiqueta “contraditório” quer dizer que “a informação contradiz outra difundida pela mesma fonte antes”. “Ainda é cedo para dizer” significa que “a informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é”. A etiqueta “exagerado” aponta que “está no caminho correto, mas houve exagero”; “insustentável” quer dizer que “não há dados públicos que comprovem a informação”; “verdadeiro, mas” se refere à informação está que correta, “mas o leitor merece um detalhamento” e “de olho” é uma “etiqueta de monitoramento”.

Por sua vez, a Pública<sup>10</sup>, segue a mesma orientação. O selo “verdadeiro” e “falso” significam que “a análise dos dados e de outras fontes mostra que a afirmação é verdadeira” ou “falsa”. O selo “contraditório” quer dizer que “a afirmação contradiz declarações anteriores feitas pelo mesmo autor” e “exagerado” que “a afirmação não usa dados certos, mas aponta um conceito verdadeiro ou uma tendência correta”. “Sem contexto”, quer dizer que “a afirmação está correta, mas deixa de explicar o contexto”. “Discutível” aponta que “a conclusão sobre a frase varia de acordo com a metodologia adotada”. “Distorcido” quer dizer que “os dados foram usados na afirmação para produzir uma falsa interpretação da realidade” e “impossível provar” significa que “não existem dados confiáveis – oficiais ou de outras fontes – que comprovem a afirmação”.

Vale salientar que a representação temática também é utilizada pela Lupa em outra situação. Tal representação tem por objetivo separar e organizar, por tema, as informações previamente recuperadas, checadas e já representadas pela agência. O propósito, portanto, é indexar a informação etiquetada pelo assunto que se trata (por exemplo, saúde, cultura, esporte, país, cidade, estado, eleições – temas muito usados e

<sup>9</sup> <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/entenda-nossos-pinguins/>. Acesso em 17/08/18.

<sup>10</sup> <https://apublica.org/cheragem/>. Acesso em 26/08/18.

identificados como “seções” no âmbito jornalístico) ou pelo período (mês e/ou ano), facilitando a recuperação, no site, da informação já checada, pelo público leitor da Lupa. Não observamos a representação temática nestes moldes na página da Pública.

De 2015 a julho de 2018, o número de matérias em que as informações passaram pelas etapas da recuperação, checagem e representação da informação noticiosa foi de 732 (agência Lupa) e 256 (agência Pública) – quase um terço das checagens da Lupa. Esses números refletem um dado crescente e ilustram a importância do trabalho das agências de checagem de fato no Brasil, em tempos de “hiperfluxo” informacional.

Ao cumprir o ciclo da recuperação, checagem e representação da informação checada, as agências de *fact-checking* alertam para as responsabilidades ao se emitir ou compartilhar um conteúdo, contribuem para construção de uma realidade baseada mais na informação do que na desinformação e resgatam a importância do bom jornalismo.

Além do mais, o trabalho das agências de *fact-checking* comprovam o quanto o dado é essencial para a informação e o quanto a informação é essencial para o conhecimento. Entretanto, recuperar dados e ter acesso à informação não é mais suficiente para produzir conhecimento. Em tempos de rastros digitais e de pós-verdade, é preciso não se afogar no volume de informações disponíveis e descartar qualquer desinformação.

Isto não significa um processo de desvalorização da contra-informação. A contra-informação ou informação contrária, contanto que verdadeira, é sempre salutar para o debate e deve ser, pelo contrário, aguçada. Afinal, o real processo da comunicação se dá pela apropriação da informação para a construção do diálogo e da alteridade.

## CONCLUSÕES

A representação da informação noticiosa reflete a fusão entre dois campos de estudo. O termo “representação” aponta claramente para o campo da Ciência da Informação. Já o adjetivo “noticiosa” se refere à notícia e assinala para a Comunicação, a partir do jornalismo. E a informação, por sua vez, representa a interface entre elas.

A informação como interface entre a Ciência da Informação e a Comunicação ilustra como o processo informacional e comunicacional é complexo e adverso. Passamos a observar a democratização da informação, ao mesmo tempo em que a desinformação é extremamente disseminada, tornando a comunicação uma ação comum sem precedentes, baseada no “hiperfluxo” de dados, mas também no “hipofluxo” dialógico.

Esta interface foi amplificada nos últimos tempos mediante o surgimento das Tecnologias da Informação e da Comunicação. Por meio das TICs e das redes digitais (a *web* e a *internet*), passamos a produzir, reconstruir e compartilhar mais informações. Esse processo autônomo de circulação e recirculação de conteúdos fundou uma nova era, diversos fenômenos sem precedentes na história e um paradoxo.

O paradoxo que vem emergindo da era marcada pela informação e que se apresenta na interface entre a Ciência da Informação e a Comunicação, se baseia tanto no acesso à informação, mediante os rastros digitais, quanto no excesso de desinformação e no fenômeno da pós-verdade. Essa transição do acesso ao excesso nos faz perceber que nunca foi tão fácil e, ao mesmo tempo, tão difícil recuperar uma informação. Assim como, que estamos cada vez mais nos (des/in)formando e cada vez menos nos comunicando, uma vez que comunicar vai além da emissão, implica imersão e, principalmente, diálogo.

Ao identificar tal paradoxo, constatamos ainda, tanto do ponto de vista teórico-conceitual, quanto prático, a importância do trabalho das agências de *fact-checking* para os campos da informação e da comunicação. Ao analisar o trabalho das agências Lupa e Pública, detectamos que a etapa da recuperação da informação se baseia no rastro digital, que a checagem se funda nas fontes e que a representação da informação noticiosa está fundamentada na representação temática, a partir da categorização da informação checada por meio de etiquetas ou selos que cumprem o papel de representar e recuperar.

Mas a maior importância deste trabalho não está apenas neste ciclo pragmático. Está na defesa da informação e no rechaço da desinformação, implicando na construção de redes de significados para a disseminação do conhecimento, a partir de uma consciência mais crítica, e de uma comunicação, marcada pelo acesso, sem excesso.

## REFERÊNCIAS

AGUDO GUEVARA, Alvaro. Etica en la Sociedad de la Informacion: reflexiones desde America Latina y el Caribe. In: **SEMINARIO INFOETICA**, Rio de Janeiro. s. vol, s. n.

BAUDRILLARD, Jean. **A ilusão vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks**: how social production transforms. New Haven: Yale University Press, 2006.

BRUNO, Fernanda. Rastros digitais sob a perspectiva da teoria ator-rede. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, vol. 19, n. 3, p.681-704.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede: do conhecimento à política. In: CASTELLS, Manuel (Org.); CARDOSO, Gustavo (Org.). **Sociedade em Rede: Do conhecimento à acção política**. Lisboa: Imprensa Nacional, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura**. Vol.1 – A Sociedade em Rede. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais em rede na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CINTRA, Ana Maria Marques. **Para entender as linguagens documentárias**. São Paulo: Polis, 2002.

DUNKER, Christian. Subjetividade em tempos de pós-verdade. In: DUNKER, Christian; TEZZA, Cristovão; FUKS, Julián; TIBURI, Marcia; SAFATLE, Vladimir. **Ética e Pós-Verdade**. Porto Alegre: Dublinense, 2017.

GRIJELMO, Álex. **La Información del silencio: cómo se miente contando hechos verdaderos**. Barcelona: Taurus, 2012.

KOBASHI, Nair Yumiko. Fundamentos semânticos e pragmáticos da construção de instrumentos de representação da informação. **DataGramaZero**, vol. 8, n. 6, 2007.

LE COADIC, Yves-François. **A Ciência da Informação**. Brasília: Briquet de Lemos, 2004.

LÈVY, Pierre. **A inteligência coletiva: Para uma antropologia do ciberespaço**. Lisboa: Ed. Instituto Piaget, 1994.

MAIMONE, Giovana Deliberali; SILVEIRA, Naira Christofolletti; TÁLAMO, Maria de Fátima Gonçalves Moreira. Reflexões acerca das relações entre representação temática e descritiva. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, vol. 21, n. 1, p.27-35, 2011.

NOVELLINO, Maria Salet Ferreira. Instrumentos e metodologias de representação da informação. **Informação & Informação**, Londrina, vol. 1, n. 2, p.37-45, 1996.

PINTO, Virginia Bentes; MEUNIER, Jean-Guy; SILVA NETO, Casemiro. A contribuição peirciana para a representação indexal de imagens visuais. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, vol. 13, n. 25, p.15-35, 2008.

SALES, Rodrigo de. Suportes teóricos para pensar linguagens documentárias. **Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Campinas, vol. 5, n. 1, p.95-114, 2007.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum: notas sobre o método comunicacional**. 1. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

TORRE, Javier (Org.). **Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida**. Barcelona/Espanha: Universitat Oberta de Catalunya (UOC), 2013. Disponível em: <http://tecnopolitica.net/sites/default/files/1878-5799-3-PB%20%282%29.pdf>. Acesso em 24/06/2018.

WERTHEIN, Jorge. A sociedade da informação e seus desafios. **Revista Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p.71-77, 2000.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre. Sulina: 2010.



Recebido em: 27 de novembro de 2018  
Aceito em: 22 de março de 2019