

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO (PPGCOMPRO)

JORGE ARAÚJO MARTINS FILHO

SEM MIGUÉ NAS ELEIÇÕES:
UMA PROPOSTA DE *FACT-CHECKING* COLABORATIVO EM SÃO LUÍS/MA

São Luís
2021

JORGE ARAÚJO MARTINS FILHO

SEM MIGUÉ NAS ELEIÇÕES:

UMA PROPOSTA DE *FACT-CHECKING* COLABORATIVO EM SÃO LUÍS/MA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional (PPGCOMPRO), da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Comunicação**.

Orientadora: Profa. Dra. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa

Coorientador: Prof. Dr. Ramon Bezerra Costa

São Luís
2021

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Martins Filho, Jorge Araújo.

Sem Migué nas eleições : uma proposta de fact-checking
colaborativo em São Luís/MA / Jorge Araújo Martins Filho.
- 2021.

150 p.

Coorientador(a): Ramon Bezerra Costa.

Orientador(a): Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em
Comunicação - Modalidade Profissional/ccso, Universidade
Federal do Maranhão, São Luís/MA, 2021.

1. Desinformação. 2. Fact-checking. 3. Jornalismo.
4. Pós-verdade. I. Costa, Ramon Bezerra. II. Sousa, Li-
Chang Shuen Cristina Silva. III. Título.

JORGE ARAÚJO MARTINS FILHO

SEM MIGUÉ NAS ELEIÇÕES:

UMA PROPOSTA DE *FACT-CHECKING* COLABORATIVO EM SÃO LUÍS/MA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional (PPGCOMPRO), da Universidade Federal do Maranhão, como requisito parcial para obtenção do título de **Mestre em Comunicação**.

Aprovada em 8 de dezembro de 2021

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa (UFMA)
Presidente/Orientadora

Prof. Dr. Ramon Bezerra Costa (UFMA)
Coorientador

Profa. Dra. Patrícia Rakel De Castro Sena (UFMA)

Profa. Dra. Michele Goulart Massuchin (UFPR)

São Luís, MA
2021

AGRADECIMENTOS

Na convicção de que só cheguei até aqui porque a caminhada não foi solitária, compartilho minha alegria com várias pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a conclusão desta pesquisa.

Agradeço especialmente à minha família, pelo amor incondicional e apoio de sempre. Aos meus pais Nazaré e Jorge, por ensinarem desde cedo a importância da educação na vida de um ser humano. Às irmãs Jéssica e Lissandra, por serem fontes de inspiração e me lembrarem de acreditar na minha capacidade. Aos sobrinhos Manuela e Miguel, por alegrarem os meus dias.

À professora Li, por abrir as portas necessárias para que eu seguisse adiante e por me dar autonomia para estudar e escrever sobre minhas próprias inquietações.

Ao professor Ramon, pelas provocações sempre tão pertinentes e por ter aceitado me acompanhar nessa empreitada de forma tão generosa.

Ao meu namorado Marco, não apenas pelo carinho que ajuda a deixar tudo um pouco mais leve, mas também pelos conselhos acadêmicos e trocas de conhecimento que tanto me ajudaram ao longo do processo.

Aos meus amigos, sobretudo aqueles que em algum momento deram sugestões valiosas e contribuíram diretamente para que eu continuasse minha empreitada: Gustavo, Raiza, Rômulo, Bruno e Larissas.

Aos professores do PPGCOMPRO, pelas contribuições ao longo do curso.

Aos colegas da primeira turma do Mestrado Profissional, que desde o início formaram um grupo tão unido e acolhedor.

Ao Laboratório de Design Social (LABDES) e Superintendência de TI da UFMA, pela parceria fundamental para o desenvolvimento do mínimo produto viável.

A todos os colaboradores voluntários do Projeto Sem Migué, por serem a alma da nossa plataforma de checagem e por acreditarem nessa iniciativa em tempos de tanta desconfiança e negação do jornalismo, da ciência e da política.

Me sinto como se eu fosse o cachorro de estimação do meu celular. Toda vez que ele assobia eu vou correndo para olhar, passar a mão, dar atenção. Eu nem sei mais quem é o dono. Creia se quiser, se não quiser crer não creia. Mas estamos se juntando nas praças para debater desde mutualismo a como as aranhas vão tecendo suas teias.

(Novíssimo Edgar)

RESUMO

SEM MIGUÉ NAS ELEIÇÕES: UMA PROPOSTA DE *FACT-CHECKING* COLABORATIVO EM SÃO LUÍS/MA

AUTOR: Jorge Araújo Martins Filho
ORIENTADORA: Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa
COORIENTADOR: Ramon Bezerra Costa

Este trabalho é o resultado de uma pesquisa-ação que teve o objetivo de testar a viabilidade de um modelo de *fact-checking* colaborativo e descentralizado no âmbito das eleições municipais de São Luís/MA em 2020. Para isso, foi criada uma plataforma digital intitulada “Sem Migué”, na qual colaboradores voluntários – não necessariamente jornalistas profissionais – tiveram a oportunidade de publicar suas próprias checagens das falas de candidatos a prefeito e outros atores envolvidos no pleito. A análise buscou investigar de que forma uma experiência dessa natureza é capaz de ajudar os participantes a lidar com o fenômeno da desinformação, prática que tem sido observada com frequência nas redes digitais como estratégia política para arregimentar adeptos às narrativas populistas e autoritárias que põem em xeque a legitimidade de instituições de referência na democracia liberal. O *fact-checking*, constantemente apresentado pelo campo do jornalismo como resposta a esse problema, muitas vezes falha na tentativa de reverter os danos causados pelas informações falsas, além de adotar modelos centralizados em um jornalismo profissional de tom tecnocrático e pouco aberto à lógica de descentralização que atravessa o ecossistema midiático contemporâneo. Em meio às dinâmicas emergentes de vinculação social que parecem transformar nosso regime de verdade, a pesquisa buscou pensar em formas mais democráticas de transitar por esse ecossistema. Como resultado, ficou evidente o potencial pedagógico do projeto, que contou com a participação de 24 voluntários, os quais relataram um consumo mais crítico e proativo de conteúdo noticioso após o experimento. Apesar das dificuldades de engajar os participantes no trabalho de checagem em si, foram identificadas outras possibilidades de colaboração que reforçam como o processo é tão importante quanto o produto final. Os dados analisados são provenientes do conteúdo publicado no site da plataforma Sem Migué, de três questionários aplicados com os voluntários, de observação participante conduzida ao longo do processo e de um grupo focal realizado com parte dos colaboradores. As limitações e potencialidades identificadas a partir desse primeiro teste serviram de base para subsidiar a proposta de uma versão atualizada do modelo de *fact-checking*, que poderá ser experimentada em investigações futuras.

Palavras-chave: Desinformação. Pós-verdade. Jornalismo. *Fact-checking*.

ABSTRACT

“SEM MIGUÉ” IN THE ELECTIONS: A COLLABORATIVE FACT-CHECKING PROPOSAL IN SÃO LUÍS/MA

AUTHOR: Jorge Araújo Martins Filho
ADVISOR: Li-Chang Shuen Cristina Silva Sousa
COADVISOR: Ramon Bezerra Costa

This work is the result of an action research which tested the viability of a collaborative and decentralized fact-checking model during the local elections in São Luís/MA in 2020. A digital platform called “Sem Migué” was created for that purpose, allowing volunteers to collaborate by posting their own fact checks of what was said by the candidates and other actors involved in the mayor’s race. The analysis investigated how such an experience could help its participants deal with disinformation, which has been often observed in digital networks as a political strategy of rallying support for populist and authoritarian narratives currently undermining the legitimacy of key institutions in liberal democracies. Fact-checking is constantly presented by the journalistic field as a response to that problem, but it has been repeatedly failing in correcting the damage caused by false information. Besides, it is usually based on models centered in technocratic professional journalism, which is not very open to the decentralization logic found in the contemporary media ecosystem. In the context of emergent dynamics of social bonding which seem to be transforming our regime of truth, the research sought to find more democratic ways of navigating through that ecosystem. As a result, the educational potential of the project became evident. The experiment had the participation of 24 volunteers, who reported becoming more critic and proactive in news consumption after the project. Despite difficulties in engaging the participants in the fact-checking work itself, other possibilities for collaboration were identified, suggesting that the process is as important as the final product in this practice. The data analyzed was collected from the content posted on the platform’s website, as well as the results of three questionnaires applied among the volunteers, the participant observation conducted throughout the process and a focus group with part of the collaborators. The limitations and potentialities identified during this first experiment subsidized an updated version of the collaborative fact-checking model, which might be tested in future investigations.

Keywords: Disinformation. Post-truth. Journalism. Fact-checking.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Passo a passo do Projeto Sem Migué	80
Figura 2 - Modelo <i>Canvas</i> do Projeto Sem Migué	84
Figura 3 - <i>Post</i> de lançamento do projeto nas redes sociais on-line	94
Figura 4 – Print do primeiro fórum de checagem do site	95
Figura 5 – Gráfico de escolaridade dos inscritos no experimento	97
Figura 6 – Print da oficina de checagem no Google Meet	98
Figura 7 – Gráfico da avaliação da oficina de checagem	99
Figura 8 – Principais motivações dos participantes	105
Figura 9 – Principais obstáculos para a participação	106
Figura 10 – Print da primeira checagem sobre ciclovias	109
Figura 11 – Print da resposta de Rubens Júnior ao fórum	110
Figura 12 – Print da última checagem sobre ciclovias	111
Figura 13 – Print checagem sobre redução de órgãos na prefeitura	113
Figura 14 – Print da checagem sobre processo de Duarte Jr	114
Figura 15 – Print da mensagem de Whatsapp da assessoria de Duarte Jr	115
Figura 16 – Gráfico da atualização do modelo de checagem	126

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Utilização das etiquetas	102
Tabela 2 – Quantidade de checagens por fórum	107
Tabela 3 – Média de respostas ao questionário de avaliação final	118

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
1 PÓS-VERDADE E DINÂMICAS EMERGENTES DE VINCULAÇÃO	26
1.1 COMUNICAÇÃO COMO PRÁTICA CONSTITUTIVA DA REALIDADE	29
1.2 SOBRE A NOÇÃO DE VERDADE	38
1.3 DEMOCRACIA, JORNALISMO E DESINFORMAÇÃO	47
2 PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO DO EXPERIMENTO	66
2.1 A CONTRIBUIÇÃO DE UM MODELO DESCENTRALIZADO	71
2.2 METODOLOGIA: CONSTRUINDO UM MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL	79
2.2.1 Públicos Impactados	84
2.2.2 Proposta de Valor	86
2.2.3 Canais	87
2.2.4 Relacionamento com os públicos	88
2.2.5 Modelo de Sustentabilidade	88
2.2.6 Riscos a enfrentar	90
2.2.7 Atividades-Chave	90
2.2.8 Parcerias Principais	91
2.2.9 Estrutura de Custo	91
3 O NASCIMENTO DE UMA COMUNIDADE DE CHECADORES	93
3.1 RECRUTAMENTO DE COLABORADORES VOLUNTÁRIOS	93
3.2 TREINAMENTO DE CHECAGEM DE FATOS	97
3.3 POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES DA COLABORAÇÃO	101
3.4 COMUNICAÇÃO COM AS EQUIPES DE CAMPANHA	112
3.5 IMPACTO DO EXPERIMENTO ENTRE OS PARTICIPANTES	117
3.6 ATUALIZAÇÃO DO MODELO DE FACT-CHECKING	125
CONSIDERAÇÕES FINAIS	130
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO	145
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DA OFICINA	147
APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO FINAL DO PROJETO	148
APÊNDICE D – ROTEIRO DO GRUPO FOCAL	150

INTRODUÇÃO

Após um período de lua de mel com o potencial libertário advindo da popularização da internet, hoje a realidade bate à porta e não há muitas razões para duvidar que a democracia liberal no Brasil e em diversos outros países esteja passando por uma crise. Embora as causas sejam menos tecnológicas do que sociais, políticas e culturais, não se pode negar que as tecnologias da informação e comunicação estão muito presentes nas dinâmicas que alimentam a crise das instituições democráticas e do seu poder de legitimar proposições com valor de verdade. Assim, a desinformação tem sido utilizada de forma recorrente como estratégia de ataque a esse sistema. Nos últimos anos, uma das contradições observadas a partir das redes digitais é o crescimento de discursos que tendem ao autoritarismo em espaços que, por outro lado, também contribuíram para ecoar as vozes de grupos sociais historicamente silenciados.

Nesse cenário, mesmo que o jornalismo profissional ainda ocupe uma posição privilegiada na definição das pautas do debate público, os veículos tradicionais encontram-se sob ameaça. Além de várias empresas jornalísticas terem tido suas principais fontes de financiamento comprometidas com o advento da internet, o desenvolvimento tecnológico também retirou da instituição jornalística a exclusividade na produção e difusão de conteúdo nas mídias. Como consequência, outros atores e grupos sociais adentraram os espaços do debate público, reivindicando valor de verdade às suas próprias narrativas – frequentemente em conflito com as da imprensa.

Esse fenômeno faz parte de um contexto bem mais amplo de descredibilização de outras instituições do *establishment* frequentemente atacadas pelo discurso cada vez mais forte de um movimento que pode ser denominado populismo autoritário. O termo é utilizado por Pippa Norris e Ronald Inglehart (2018) para se referir à descrença nos valores democráticos que parece ter se avolumado ao longo dos últimos anos. Segundo os autores, o populismo é a tendência de agir em conformidade com as vontades do “povo” – visto não em sua pluralidade, mas como uma instância homogênea, geralmente reduzida à ideia genérica do “cidadão comum”. Já o autoritarismo acrescenta um conjunto de valores que, em geral, priorizam a segurança coletiva em detrimento da autonomia individual.

Uma definição semelhante de populismo é utilizada por Yascha Mounk (2019) para caracterizar a ascensão dos discursos que têm representado uma ameaça à democracia liberal – referindo-se à dimensão das instituições que protegem o Estado de direito e garantem direitos individuais. Mounk atribui essa instabilidade democrática a três causas principais: a desaceleração do crescimento econômico global acompanhada do aumento da desigualdade,

um fortalecimento do nacionalismo decorrente da crise da ideia de Estado-nação e, finalmente, as transformações no paradigma comunicacional.

Assim, o que está em jogo é uma crise epistêmica do modelo de democracia que se consolidou em sociedades ocidentais ao longo do século XX. E o jornalismo é apenas uma das instituições de referência nesse sistema, que também inclui agências de regulação, tribunais, academia e partidos políticos. Trata-se de um enfraquecimento dos mecanismos de legitimação das crenças que sustentam esse modelo há décadas. Nessa perspectiva, é preciso evitar explicações apolíticas e equivocadamente apoiadas em uma falsa neutralidade do aparato técnico envolvido no fenômeno. Isso significa dizer que, por mais que a tecnologia exerça um papel importante na propagação de ideias antidemocráticas em diversos países, o contexto histórico e cultural diz muito mais sobre o crescimento de discursos que tendem ao extremismo.

(...) o erro fundamental da narrativa segundo a qual “a internet polariza” é que ela adota uma visão ingênua demais sobre como a tecnologia opera, subestimando o grau em que instituições, cultura e política são capazes de configurar os padrões de adoção e difusão da tecnologia.¹ (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018)

Nesse cenário, as tecnologias emergentes da comunicação e informação permitem o fortalecimento de certas práticas no repertório contemporâneo de confronto político. A disseminação de informações falsas pelas redes digitais é uma delas. Uma pesquisa conduzida no Massachusetts Institute of Technology (MIT) mostra que, numa amostra de mais de 100.000 mensagens publicadas por aproximadamente três milhões de usuários do Twitter de 2016 a 2017, informações falsas obtiveram 70% mais chances de serem retuitadas. Além disso, os pesquisadores concluíram que as contas atribuídas a robôs espalharam conteúdo verdadeiro e falso na mesma medida, enquanto as categorizadas como humanas tendiam a disseminar mais mentiras (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018).

Esses achados sugerem que, muito embora a tecnologia exerça um papel fundamental na compreensão do fenômeno da desinformação, é o comportamento humano que se encontra em posição de centralidade no agravamento do problema. A fixação de crenças pode ser influenciada por uma variedade de fatores – e nós compreendemos que o aspecto cultural está na base da motivação para o compartilhamento desse tipo de conteúdo. Como veremos no primeiro capítulo, o trabalho emprega um conceito de cultura relacionado às estruturas sociais

¹ Tradução livre do original: “(...) the fundamental mistake of “the internet polarizes” narrative is that it adopts too naïve a view of how technology works and understates the degree to which institutions, culture, and politics shape technological adoption and diffusion patterns.”

de poder e ao contexto histórico. Na internet, os indivíduos estão expostos a uma profusão de informações mobilizadas por diversas narrativas e discursos. Em contextos de radicalização e acirramento de disputas simbólicas, as enunciações podem ser motivadas por razões que passam ao largo da correspondência com os fatos.

O fenômeno é complexo, porque não pode ser reduzido à ideia genérica de que as pessoas acreditam em qualquer conteúdo que recebem – trata-se muitas vezes de uma ação política que visa à defesa de certas crenças, causas morais e narrativas. Mendonça e Freitas (2019) chamam atenção para situações em que, por diversas razões, para os sujeitos pouco importa se a informação compartilhada é factual ou não.

Argumentamos que tal postura não se restringe a lideranças de movimentos e partidos políticos, mas se entranha no tecido social na medida em que o posicionamento político parece necessário, evidente, ubíquo e definidor de identidades. Há muitos vizinhos, primos e tios compartilhando fake news não apesar de serem falsas, mas justamente porque são falsas e porque podem produzir os efeitos desejados. (MENDONÇA; FREITAS, 2019, p. 25)

O termo *fake news* utilizado pelos autores corresponde àquilo que neste trabalho preferimos chamar de desinformação. A expressão *fake news* tem sido frequentemente utilizada como uma espécie de xingamento para desqualificar narrativas das quais se discorda – com o propósito de desmoralizar adversários em um debate. O que alguns críticos do uso dessa terminologia argumentam é que se trata de um oxímoro: se algo é *fake*, não pode ser *news*, uma vez que a correspondência com os fatos é um elemento básico para definir se um conteúdo é noticioso ou não. Além disso, Wardle (2017) pontua que o problema é muito mais abrangente do que a esfera de produção noticiosa, visto que alcança todo o ecossistema da informação.

Algumas revisões de literatura dão conta de que o fenômeno envolve duas características principais: a falsidade das informações e a intenção de enganar (HAIDEN; ALTHUIS, 2018; WARDLE, 2017). Contudo, reconhecemos algumas limitações do conceito de desinformação. Um dos aspectos é a dificuldade de avaliar, na prática, o caráter intencional da disseminação de conteúdo falso. Outro é a complexidade do ato de enganar, que pode ir muito além da dicotomia verdadeiro-falso na categorização das informações – afinal, também é possível enganar utilizando informações verídicas dependendo do contexto em que são retratadas. Além disso, quando se fala em desinformação geralmente busca-se um agente malicioso que precisa ser neutralizado por representar uma ameaça à segurança nacional. Mas costuma-se negligenciar que atores institucionais como os próprios governos e veículos de mídia tradicionais também são capazes de enganar.

Reconhecendo o papel tanto do jornalismo como da academia enquanto instituições que não apenas descrevem, mas também participam ativamente dos processos de construção da realidade, chegamos ao problema da nossa investigação: de que forma uma experiência colaborativa e descentralizada de *fact-checking* pode ajudar os participantes a lidar com o fenômeno da desinformação? Trata-se de uma pesquisa-ação, uma vez que seu objetivo é criar uma proposta de intervenção.

A proposta está apoiada na necessidade de superar a falsa neutralidade do jornalismo profissional. Veículos de imprensa também são agentes políticos capazes de agir em defesa de determinadas posições. Segundo Luiz Gonzaga Motta (2013), a narrativa jornalística é continuamente construída a partir dos jogos de poder entre três tipos de vozes: o veículo, o jornalista e a personagem da reportagem. Esses três narradores conduzem uma negociação simbólica e política e as forças envolvidas na disputa influenciam no resultado final do material publicado. Numa escala macro, o próprio conjunto de veículos informativos não se configura como um bloco homogêneo. Nesse sentido, Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel avaliam:

O campo de mídia tem centros e margens. Nele, há hierarquia entre os veículos informativos. Eles abrangem públicos menos ou mais amplos, correspondem em graus diversos aos critérios vigentes da qualidade jornalística e obtêm menor ou maior credibilidade diante de públicos que estão, também eles, em posições desiguais. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 45)

Ainda que seja problemático tratar o campo do jornalismo como uma instância monolítica, não se pode negligenciar o fato de haver hegemonias nessa esfera. A descentralização dos fluxos de comunicação nas redes digitais tornou mais complexo o ecossistema de mídias, mas não destituiu a grande mídia de sua centralidade no espaço público. Apesar disso, as representações e construções da realidade continuam se dando em disputas e negociações – e a internet tem sido utilizada por diversos atores mais ou menos à margem desse discurso hegemônico para reivindicar valor de verdade às suas próprias visões de mundo.

Uma das estratégias discursivas capitaneadas pelo campo do jornalismo é um gênero de reportagem intitulado *fact-checking* ou checagem de fatos. Essa prática é centrada no papel de um dos fundamentos da profissão: o trabalho de apuração. As matérias consistem na comprovação da veracidade – ou a falta dela – de informações selecionadas a partir dos discursos de autoridades e políticos. Recentemente, também tem sido utilizado o termo *debunking* para designar reportagens que desmentem boatos que circulam pelas plataformas de redes sociais on-line. As iniciativas de checagem costumam ser realizadas pelos jornalistas

profissionais, que, no entanto, não têm condições de checar todas as falsidades que circulam nas redes.

Recentemente, um estudo realizado por pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e do MIT coletou e analisou dados de centenas de grupos públicos do *Whatsapp* no Brasil e na Índia. Entre as peças de desinformação identificadas, 40,7% (no Brasil) e 82,2% (na Índia) foram compartilhadas mesmo depois de já terem sido desmentidas por agências de *fact-checking* (REIS; MELO; GARIMELLA; BENEVENUTO, 2020). Isso demonstra a necessidade de repensar a prática da checagem de fatos caso o campo do jornalismo pretenda de fato defendê-la como solução eficaz para o problema da difusão generalizada de conteúdo enganoso na internet.

A desinformação faz parte de um conjunto de dinâmicas que observamos através das lentes de uma lógica da abundância. Essa perspectiva diz respeito à ampliação das possibilidades de uso dos bens materiais e imateriais por meio do acesso compartilhado que as tecnologias digitais de comunicação facilitam – em contraste com a lógica de escassez geralmente evocada no pensamento econômico tradicional (COSTA, 2018; DIAMANDIS; KOTLER, 2012). Assim, argumentamos que o problema emergente da proliferação de informações falsas na internet – que pertence à dimensão da abundância e da descentralização – não pode ser enfrentado apenas com modelos tradicionais de jornalismo, baseados na produção e distribuição centralizadas. Por isso, buscamos aproveitar o contexto das eleições municipais de São Luís em 2020 para testar a aplicação de um modelo colaborativo e descentralizado de *fact-checking*.

Nosso objetivo geral foi testar a viabilidade de um modelo de checagem colaborativa e descentralizada no âmbito das eleições municipais de São Luís/MA em 2020. Para isso, adotamos seis objetivos específicos: 1) investigar o que a teoria revela sobre as interfaces entre *fact-checking*, desinformação e democracia; 2) analisar as metodologias de checagem das agências Lupa e Aos Fatos e utilizá-las como base para construir nossas próprias diretrizes; 3) materializar o modelo descentralizado de *fact-checking* por meio da operacionalização da plataforma Sem Migué, com planejamento baseado no modelo Canvas; 4) recrutar e treinar um grupo de checadores voluntários que não sejam necessariamente jornalistas; 5) filtrar e inserir na plataforma de checagem as informações relacionadas ao pleito que sejam verificáveis; e 6) avaliar os resultados da experiência a fim de propor uma versão aperfeiçoada do modelo de *fact-checking*.

Definimos uma metodologia de checagem baseada em iniciativas nacionais já existentes – as agências Lupa e Aos Fatos. Em seguida, desenhamos um modelo para operacionalizar o

recrutamento, treinamento e colaboração de voluntários interessados em publicar suas próprias checagens numa plataforma-teste chamada “Sem Migué”. A seleção das informações verificáveis que poderiam ser apuradas pela equipe de checadores foi centralizada na figura de um moderador, que monitorou o debate político e incentivou os voluntários e demais eleitores de São Luís a enviarem sugestões. A experiência ocorreu no período eleitoral, de 4 de outubro a 29 de novembro de 2020.

As inscrições não foram direcionadas exclusivamente a jornalistas profissionais ou a qualquer tipo de perfil específico, visto que a proposta era testar uma dinâmica de checagem distribuída que se assemelhasse minimamente ao funcionamento das redes sociais on-line. Isso significa que qualquer pessoa com acesso à internet, um mínimo de conhecimento operacional de navegação e interesse em colaborar com as produções seria bem-vinda. A ideia inicial era disseminar a prática da checagem como algo que poderia ser feito não apenas por especialistas, potencializando assim o combate à desinformação.

Logo após o segundo turno das eleições municipais, demos início à fase de análise dos resultados, com a identificação de potencialidades e limitações a fim de aperfeiçoar o modelo proposto inicialmente. Optamos por utilizar a abordagem descritiva para investigar de que forma a plataforma Sem Migué impactou no comportamento dos participantes diante das informações relativas à campanha eleitoral, como se deu a dinâmica descentralizada de produção de conteúdo e o que pode ser observado a partir dos vínculos estabelecidos por meio da comunidade de checagem.

A atuação do projeto – desde o recrutamento e treinamento de voluntários até a divulgação e distribuição das reportagens – foi realizada de forma remota, pela internet. Apesar de estarem localizados em um dos Estados com menos acesso à internet, segundo dados da PNAD Contínua TIC 2018 (IBGE, 2020), os moradores da região metropolitana de São Luís estão bastante conectados. De acordo com as estatísticas mais recentes, apenas 12% dos residentes em domicílios particulares permanentes não fazem uso de internet, mostrando que a grande maioria das pessoas estão conectadas de algum modo e podem estar expostas às mensagens que circulam nas redes digitais.

Ainda assim, o alcance do Sem Migué entre o eleitorado da capital maranhense foi bastante restrito. Entretanto, a experiência rendeu bastante material de análise e cumpriu os objetivos previstos para o trabalho de pesquisa. A observação participante realizada ao longo de diversas interações com os voluntários, eleitores e candidatos poderá ser utilizada para refletir a respeito das dinâmicas de construção social das narrativas que constroem a realidade. Consequentemente, esse percurso levará à proposta de uma nova versão para o modelo

colaborativo e descentralizado de *fact-checking*, que poderá ser replicado por outros atores em outros contextos – não temos a pretensão de fazer com que este trabalho chegue a um artefato final e acabado, mas sim um modelo dinâmico em constante processo de adaptação.

Esta dissertação está estruturada três capítulos. O primeiro discute a atualidade do conceito de pós-verdade para relacioná-lo às dinâmicas emergentes de vinculação social nas quais se enquadra o fenômeno da desinformação. Essa primeira parte do trabalho se subdivide em três seções secundárias, inicialmente traçando um panorama filosófico sobre a noção de verdade, depois refletindo sobre o estatuto da comunicação enquanto prática constitutiva da realidade social e finalmente articulando conceitos de desinformação, jornalismo e democracia a fim de descrever com maior clareza o nosso objeto de investigação.

O segundo capítulo faz uma defesa do modelo colaborativo e descentralizado de checagem de fatos como forma de combater a disseminação de informações falsas on-line. Haverá duas seções secundárias: uma definindo a prática do fact-checking enquanto estratégia discursiva dentro do campo do jornalismo profissional e outra explicando como partimos de um modelo Canvas para chegar à proposta de um mínimo produto viável a ser testado durante as eleições municipais de São Luís em 2020.

Já o terceiro e último capítulo relata a experiência com a plataforma Sem Migué entre os meses de setembro e novembro de 2020, articulando os nossos objetivos de pesquisa aos dados coletados na pesquisa de campo. Os objetos empíricos incluem os resultados dos questionários aplicados com os voluntários, os fóruns de checagem publicados no site do projeto, as percepções obtidas a partir da observação participante e os resultados de um grupo focal realizado após a conclusão do experimento com um grupo de 10 voluntários da pesquisa. Por fim, vamos sistematizar as potencialidades e limitações do mínimo produto viável, a partir das quais será possível sugerir uma nova versão para o modelo de checagem.

1 PÓS-VERDADE E DINÂMICAS EMERGENTES DE VINCULAÇÃO SOCIAL

Basta lançar um breve olhar sobre as formas de sociabilidade surgidas nas duas primeiras décadas do século XXI para perceber as significativas transformações pelas quais temos passado. As tecnologias digitais da informação e comunicação atravessam esses processos históricos e assumem papel importante em nossas práticas culturais, políticas e econômicas. Entre rupturas e continuidades, é possível afirmar não apenas que estamos diante de um ecossistema de mídia com abrangência e complexidade sem precedentes, mas também que temos testemunhado o estabelecimento de um novo *zeitgeist*. Esse espírito do nosso tempo é marcado pelo que parece ser uma instabilidade de narrativas cuja hegemonia já parecia estar irreversivelmente consolidada.

Entre o discurso terraplanista, o movimento antivacina e outros negacionismos que vão na contramão dos postulados científicos, emerge a crença de que a humanidade estaria adentrando uma era da pós-verdade. Eleita palavra do ano de 2016 pela Universidade de Oxford, a pós-verdade é definida como a dimensão referente às circunstâncias em que, nos processos de formação de opinião, sentimentos e crenças são mais influentes do que fatos objetivos². Segundo a *Oxford Dictionaries*, a expressão parece ter sido utilizada com esse mesmo sentido pela primeira vez em 1992, num ensaio escrito pelo dramaturgo Steve Tesich para a revista *The Nation* sobre o caso Irã-Contras e a Guerra do Golfo. Na ocasião, ele já advertia: “De uma maneira muito fundamental, nós, enquanto povo livre, decidimos livremente que queremos viver em um mundo da pós-verdade”³ (TESICH, 1992, p.13).

O texto do dramaturgo sugere que esse fenômeno teria se manifestado na ampla aceitação, por parte da opinião pública, de mentiras disseminadas pelo governo Reagan quando a mídia revelou, em 1986, um escândalo político envolvendo tráfico de armas ao Irã e o financiamento dos contrarrevolucionários da Nicarágua. O autor também menciona a complacência dos estadunidenses com o governo Bush quando vieram à tona informações omitidas sobre a Guerra do Golfo. Ambos os exemplos ilustram situações em que a verdade não foi relevante o suficiente a ponto de mobilizar os cidadãos e responsabilizar autoridades. Essa é a lógica da pós-verdade, que, apesar de ter sido supostamente evocada pela primeira vez há praticamente três décadas, só se tornou amplamente conhecida nos últimos anos – sendo frequentemente associada à ação política.

² Disponível em: <<https://bit.ly/2R9czxD>> Acesso em 11 mai 2021.

³ Tradução livre do original: “In a very fundamental way we, as a free people, have freely decided that we want to live in some post-truth world”.

Segundo dados do *Google Trends*⁴, o interesse de busca pelo termo pós-verdade no Brasil começou em setembro de 2016, atingindo três picos de popularidade: o primeiro em fevereiro de 2017, depois durante o segundo turno das eleições presidenciais de 2018 e mais uma vez em janeiro de 2019. Já a expressão *fake news* se popularizou em 2016, quando Donald Trump, então candidato a presidente dos Estados Unidos, utilizou-a repetidas vezes para tachar de mentirosa a cobertura negativa que recebia da imprensa. No Brasil, as buscas por esse termo no *Google* atingiram o ápice de popularidade em outubro de 2018 – entre o primeiro e o segundo turnos das eleições que elegeram Jair Bolsonaro presidente da República.

Apesar do uso corrente, a expressão *fake news* é conceitualmente problemática. Primeiro porque os conteúdos frequentemente chamados assim nem sempre são formatados como notícias e também não consistem necessariamente em falsidades –sendo perfeitamente possível enganar utilizando fatos concretos colocados fora de contexto. Como afirmam Machado et al. (2020), o “termo inglês carrega em si dois termos que representam mal o fenômeno estudado: desinformação não precisa ser falsa (*fake*), nem precisa ser notícia (*news*)” (MACHADO et al., 2020, p. 11). Além disso, o problema não diz respeito apenas à circulação de notícias, mas a todo o ecossistema da informação (WARDLE, 2017) – e ainda que se referisse apenas à produção noticiosa, o conceito continuaria confuso, uma vez que carrega um oxímoro: se uma informação é falsa, ela não pode ser notícia.

Por isso, neste trabalho, preferimos utilizar o termo desinformação. Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) o definem como a disseminação de informações falsas com a intenção de causar dano. O mesmo sentido é apreendido na revisão bibliográfica realizada por Haiden e Althuis (2018) – segundo eles, o fenômeno da desinformação aparece na literatura frequentemente como o espalhamento de informação factualmente incorreta com a intenção de enganar. Preferimos falar de desinformação como um conteúdo enganoso disseminado de forma intencional. Ao substituir o adjetivo “falso” por “enganoso”, incluímos também informações verdadeiras, mas utilizadas de forma descontextualizada. Adotamos esse conceito, mas não deixamos de reconhecer uma limitação importante: a dificuldade de comprovar a intencionalidade das peças de desinformação.

É importante ressaltar que não há unanimidade nem na terminologia mais apropriada para o fenômeno, nem na definição de um conceito único. Para desenvolver nossa contribuição, buscamos conhecer e dialogar com as reflexões teóricas que se relacionam com esse objeto de investigação. Como veremos, pesquisas recentes tentam descrevê-lo a partir de diferentes

⁴ Disponível em: <<https://bit.ly/3y4MyQM>> Acesso em 11 mai 2021.

aspectos. Contudo, uma dimensão comum a quase todos é a presença das redes sociais on-line na disseminação de conteúdo enganoso. Esse parece ser o elemento que distingue a desinformação contemporânea de qualquer outra mentira propagada ao longo da nossa história.

Isso porque não é uma invenção do século XXI essa disposição para propagar narrativas enganosas com os mais diversos níveis de intencionalidade e propósito. Ao tratar do tema da pós-verdade, o historiador Yuval Noah Harari defende que essa sempre foi a disposição cognitiva dos seres humanos que vivem em sociedade. “Os humanos sempre viveram na era da pós-verdade. O *Homo sapiens* é uma espécie da pós-verdade, cujo poder depende de criar ficções e acreditar nelas” (HARARI, 2018, p. 208). O autor acredita, portanto, que nós organizamos o nosso pensamento e o nosso estar no mundo a partir de narrativas e não de fatos, números e equações.

Nessa perspectiva, compreendemos o conceito de narrativa como uma cadeia de signos caracterizada por suas particularidades sociais, culturais e históricas (SQUIRE, 2014). Nessa definição, a própria ênfase no âmbito do particular em oposição ao geral ajuda a posicionar o termo fora de uma dimensão universalizante. “Um corolário desta definição é que as histórias não têm vigência universal; elas se valem de recursos simbólicos sociais, culturais e históricos particulares e operam dentro deles” (SQUIRE, 2014, p. 273). Assim, os conteúdos informativos que consumimos pelas redes digitais não são compreendidos de forma isolada, mas como parte de uma sequência narrativa construída em determinado contexto social.

Desde os mitos que serviram para unir coletividades humanas na Idade da Pedra até as declarações da primeira-ministra israelense Golda Meir em 1969 negando a existência do povo palestino, a nossa capacidade de cooperar uns com os outros e obedecer as mesmas leis advém da criação e disseminação de ficções em cuja crença se formam os diferentes grupos sociais (HARARI, 2018). A própria utilização do dinheiro pode ser vista como uma invenção ficcional que se convencionou para facilitar a troca de produtos e serviços – e embora no fundo nós saibamos que concretamente as cédulas de papel não possuem valor em si mesmas, raramente paramos para pensar sobre isso e simplesmente naturalizamos a narrativa ficcional construída para facilitar as transações cotidianas.

Atualmente, o que testemunhamos nas redes sociais on-line é uma profusão de narrativas que podem ser baseadas em informações verdadeiras ou não, mas que frequentemente atendem a discursos mais abrangentes – marcados por interesses políticos, sociais e econômicos específicos. Em um contexto de polarização política e crise institucional, diferentes visões de mundo se chocam, levando seus adeptos a desenvolverem estratégias para legitimar as opiniões compartilhadas por seus respectivos grupos. Um desses artifícios é a

desinformação, que não pode deixar de ser analisada como parte de uma disputa de narrativas que ativa processos de formação de opinião a partir de crenças pré-existentes.

Não tratamos essas narrativas como meros reflexos ou representações do mundo e da vida social, mas como dimensões que constituem e são constituídas pela realidade. Esse jogo dialógico está alinhado à concepção de Muniz Sodré (2014) sobre os processos comunicacionais enquanto vinculação social, uma vez que evidencia uma abertura a múltiplas possibilidades de elaboração do real a partir de configurações sociais, culturais e históricas particulares. Ao propor o estudo da Comunicação como uma Ciência do Comum – sendo o comum uma espécie de vazio, uma condição de possibilidade para o preenchimento de espaços, criação de comunidades e relacionamentos intersubjetivos – ele busca definir um olhar específico do campo sobre seus objetos. A perspectiva do “comum” antecede as dimensões política e jurídica, dando autonomia para que a Comunicação faça investigações no âmbito do vínculo social.

Comunicar é a ação de sempre, infinitamente, instaurar o comum da comunidade, não como uma entidade agregada, mas como uma vinculação, portanto, como um nada constitutivo, pois o vínculo é sem substância física ou institucional, é pura abertura na linguagem. (SODRÉ, 2014, p. 207)

Nesse sentido, o comum estaria presente em todos os processos comunicacionais: da formação de comunidades mais tradicionais até as disputas de narrativas travadas nas plataformas de redes sociais *on-line*. Das formas mais institucionalizadas de dizer o que é a realidade – por meio da academia, do jornalismo profissional, das agências de regulação, das igrejas – até as trocas intersubjetivas que emergem a partir da internet entre completos estranhos sem qualquer vínculo institucional. Estudar a comunicação através desse prisma é uma forma de superar os modelos instrumentais e lineares de análise que se mostram cada vez mais claramente insuficientes para compreender as formas de sociabilidade contemporâneas.

A fim de descrever o fenômeno da desinformação, vamos enxergá-lo como um dos produtos dessas dinâmicas emergentes de vinculação social. O objeto é analisado no contexto da crise das instituições de referência na democracia liberal e da descentralização dos fluxos de informação nas redes digitais. Desse modo, buscamos compreender como, enquanto processo comunicacional, a desinformação também participa do movimento de construção da realidade social.

1.1 COMUNICAÇÃO COMO PRÁTICA CONSTITUTIVA DA REALIDADE

Dizer que a comunicação se tornou uma dimensão central da vida em sociedade apenas com o recente desenvolvimento da tecnologia da informação não nos parece uma proposição correta. Isso significaria subestimar a amplitude do ato de comunicar e desconsiderar os processos de constituição dos agrupamentos sociais desde muito antes da popularização da internet – ou até das comunidades que mesmo atualmente não dispõem de tanto acesso às redes digitais. De fato, consideramos que a prática comunicacional transcende a mera transmissão de códigos binários de uma ponta a outra por meio de redes digitais.

É certo que observamos, nos últimos anos, uma série de transformações e um acentuado crescimento do ecossistema midiático. Mas é preciso enxergar além disso. Nesse sentido, tomamos o cuidado de refletir sobre o que é a comunicação enquanto objeto de estudo científico e de que forma ela pode iluminar nossa tentativa de entender os processos de construção daquilo a que se atribui o valor de verdade – bem como seu papel na atual crise do jornalismo profissional e da democracia liberal.

Enquanto processo de vinculação social por meio do qual as pessoas evidenciam diferenças e se constituem enquanto sujeitos, a comunicação sempre foi fundamental na formação de grupos sociais em diferentes contextos. Das civilizações indígenas na América pré-colombiana até as comunidades que atualmente se formam por meio das redes sociais na internet, o processo comunicacional se faz presente não como mera representação de uma realidade que já está dada, mas enquanto dimensão que age diretamente na construção dessa realidade.

Nesse sentido, Muniz Sodré defende que a “(...) comunicação significa, de fato, em sua radicalidade, o fazer organizativo das mediações imprescindíveis ao comum humano, a resolução aproximativa das diferenças pertinentes em formas simbólicas” (SODRÉ, 2014, p. 15). Por isso, o ato de comunicar precede e fornece as condições de possibilidade para toda a produção de sentido. Assim, a comunicação está no âmbito mais primitivo e fundamental da existência humana.

O comum é sentido antes de ser pensado ou expressado, portanto, é algo que ancora diretamente na existência. O homem pensa porque existe, logo, é em comum. A contratradução, que abriga o sentido da fala, se torna possível pela sensibilidade comum num lugar próprio, regido pela *communicatio*, que é outro modo – o modo dialógico – de dizer *societas* (sociedade). (SODRÉ, 2014, p. 204).

É desse modo que a comunicação se inscreve na dimensão primária da afetividade – que não é sinônimo de emotividade. O afeto é definido por Brian Massumi (1995) como uma intensidade ainda não qualificada, ao passo que a emoção transfere essa intensidade para a esfera da semântica, do significado, dos circuitos explicativos de ação e reação. Essa dimensão é anterior à das relações sociais no contexto da organização política. Trata-se da vinculação social no nível mais primário da instauração do comum na comunidade. Conforme vimos anteriormente, aqui o conceito de comum refere-se a um vazio desprovido da conotação negativa ou positiva, um vazio visto pelo prisma da possibilidade de movimentar-se, preencher espaços e constituir a realidade.

Obviamente, a instauração do comum não é desprovida de historicidade e vai ganhando, ao longo do tempo, diferentes configurações para viabilizar o vazio constitutivo. Foi assim que a Modernidade possibilitou, ao reorganizar a vida em sociedade, um modo de descrever o comum a partir de comunidades sustentadas na imaginação, uma vez que não seriam possíveis por meio da experiência face-a-face (SCHUDSON, 2011). Nessa esfera, os indivíduos passam da comunicação interpessoal para uma relação discursiva no âmbito do que já foi visto como uma grande massa anônima, mas hoje costuma ser caracterizado muito mais pelo aspecto fragmentado e heterogêneo.

Inicialmente, essa vinculação foi fortemente mediada pelas arenas de debate próprias do ciclo cultural da mídia impressa. Depois, ainda no paradigma da comunicação de massa, passou a contar com as mídias eletrônicas na era das transmissões radiofônicas e televisivas, que também partiam da lógica de difusão “um para muitos”. Entretanto, desde a última década do século XX, vem se consolidando um ecossistema midiático marcado pelas tecnologias digitais que tornaram possível a fragmentação dos públicos no que Muniz Sodré (2014) chama de individualidades interativas e a ascensão do que Manuel Castells (2009) denomina autocomunicação de massas, que tem o potencial de ampliar a autonomia comunicativa dos sujeitos diante das grandes corporações de mídia.

Portanto, a análise das relações de poder requer um entendimento da especificidade das formas e processos de comunicação socializada, que na sociedade em rede significa tanto a mídia de massa multimodal quanto as redes de comunicação interativas e horizontais que são construídas em torno da Internet e da comunicação sem fio.⁵ (CASTELLS, 2009, p. 4)

⁵ Tradução livre do original: “Therefore, the analysis of power relationships requires an understanding of the specificity of the forms and processes of socialized communication, which in the network society means both the multimodal mass media and the interactive, horizontal networks of communication built around the Internet and wireless communication.”

O problema é que os processos de comunicação mediados pelas tecnologias digitais têm sido frequentemente descritos como mera transmissão de informações. Fatalmente, isso acaba afetando a maneira como os sujeitos enxergam as trocas intersubjetivas que ocorrem nessas mídias. Reduzir o objeto do campo comunicacional à simples informação é um movimento que invisibiliza o vazio constitutivo proposto por Sodré, neutralizando a sua potência criativa e naturalizando como um *a priori* os modelos de comunicação que são, na verdade, fruto de uma construção social.

Nesta análise, utilizamos a definição de Muniz Sodré (2014) para o conceito de informação, vista como a organização codificada da variedade e o fluxo de sinais entre dois polos. Trata-se de uma concepção bastante limitada aos dispositivos digitais que hoje compõem o nosso ecossistema midiático, mas que não abarcam a totalidade dos processos comunicacionais. Por mais abundantes e importantes que sejam nas redes digitais no mundo globalizado, informação não   sin nimo de comunicação. Segundo o autor:

Hoje, o termo *m dia* resume a diversidade dos dispositivos de informação. Embora comunicar não seja realmente o mesmo que informar, a pretensão ideológica do sistema midiático   atingir, por meio da informação, o horizonte humano da troca dialógica supostamente contida na comunicação. (SODRÉ, 2014, p. 11)

Uma vez que adotamos a perspectiva da comunicação enquanto vínculo primordial em processos de descoberta e constituição do mundo, não podemos nos satisfazer com a análise restrita ao nível da informação. Ainda que o fenômeno da desinformação esteja intrinsecamente ligado ao contexto dos fluxos informacionais na internet, compreendemos que existem outras camadas a serem observadas como fundamentais na compreensão do problema. É preciso considerar as questões que se referem ao comportamento humano para além da troca de códigos binários. Estamos particularmente interessados nos processos de vinculação social, de constituição dos sujeitos dos discursos e de fixação de crenças que levam à ação na esfera pública. Tais processos de construção da “verdade” devem ser observados em articulação com o poder – que “não pesa só como uma fôrça que diz não, mas que de fato ele permeia, produz coisas, induz ao prazer, forma saber, produz discurso” (FOUCAULT, 2019b, p. 45).

A ideologia que atualmente tenta neutralizar a fôrça criativa do comum em prol de uma totalização dos fluxos de informação é criticada pelo filósofo Byung-Chul Han (2017). O pensador fala de uma coerção pela transparência e de uma tentativa de eliminar toda e qualquer negatividade a fim de aperfeiçoar o controle sobre a dinâmica social. Segundo ele: “Um mundo

que consistisse apenas de informações e cuja comunicação fosse apenas a circulação de informações, livre de perturbações, não passaria de uma máquina” (HAN, 2017, p. 12).

É possível que a visão de Han seja demasiado apocalíptica, sobretudo quando supõe um esvaziamento total de sentido nas formas de sociabilidade que surgiram a partir do paradigma da comunicação digital. Entretanto, por mais que o filósofo trate a comunicação de forma muito distinta da abordagem de instauração do comum e de vinculação social, é interessante perceber os pontos de contato com o pensamento de Muniz Sodré no que diz respeito à instrumentalização das informações como forma de controle e manutenção do *status quo*.

A coerção por transparência e a cobrança por positividade alimentam a aceleração do desenvolvimento econômico – visto mais na perspectiva do capital fictício (da troca de títulos de créditos e ações) do que do capital produtivo (aquele que gera riquezas palpáveis). No mundo das finanças, quanto maior a eficiência na transmissão de informações, mais lucrativas se tornam as transações. Contudo, o ganho quantitativo no processamento das informações não pressupõe produção de conhecimento e sentido. “Mais informação ou um acúmulo de informações, por si sós, não produzem qualquer verdade; faltam-lhes direção, saber e o *sentido*” (HAN, 2017, p. 24).

Tanto Han quanto Sodré identificam no discurso hegemônico do capitalismo contemporâneo uma ideologia caracterizada pela eficiência da informação e pela tentativa de neutralizar a ação criativa dos sujeitos na esfera pública mediada por redes digitais, apagando a dimensão da diferença e do “outro”. Esse fenômeno tem consequências políticas, justamente porque abarca os processos de constituição do tecido social desencadeados pela comunicação humana – de maneira mais complexa do que pode fazer supor a perspectiva meramente quantitativa e instrumental da informação. Esses processos envolvem positivities e negatividades, além da formação de sujeitos que não pode ser descrita por meio de cálculos e valores binários.

Entretanto, a tentativa de naturalizar o status quo nem sempre é bem-sucedida no intuito de ocultar as contradições cada vez mais evidentes do sistema de produção capitalista. Entre as razões que costumam ser apontadas para explicar a crise das democracias liberais estão o seu fracasso na resolução de problemas como a precarização do trabalho, o crescimento da pobreza e o acirramento da desigualdade social causados por políticas neoliberais que priorizam o mercado em detrimento dos interesses nacionais e da justiça social (SOUZA, 2018; MOUNK, 2019; NORRIS; INGLEHART, 2019). Assim, outros projetos de poder – notadamente versões autoritárias do mesmo capitalismo – têm ganhado popularidade e isso pode ser constatado na presença cada vez mais relevante de seus adeptos nas redes sociais on-line.

Esses discursos autoritários não implicam necessariamente em uma adesão livre e consciente por parte dos sujeitos, que podem ser seduzidos por narrativas capazes de domesticar seus medos e insatisfações latentes em prol da manutenção de uma ideologia capitalista. Contudo, por mais que haja no discurso hegemônico uma tentativa de alienar os sujeitos de suas potencialidades criativas nos espaços do comum, os vazios constitutivos da comunicação também podem ser preenchidos por formas de resistência adotadas pelos sujeitos e discursos que ousarem construir outras vinculações e realidades. Ainda que haja uma ordem social que os preceda e que se imponha a despeito das individualidades, a realidade é dinâmica e constituída como produto de uma construção social.

Berger e Luckmann (1983) defendem essa tese em sua sociologia do conhecimento, concentrando a análise sobre o que chamam de realidade da vida cotidiana. “Entre as múltiplas realidades há uma que se apresenta como sendo a realidade por excelência. É a realidade da vida cotidiana. Sua posição privilegiada autoriza a dar-lhe a designação de realidade predominante” (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 38). Segundo os autores, é a realidade da vida cotidiana que se impõe à consciência de maneira mais urgente – e existir nela é considerada a atitude normal. Nessa dimensão encontra-se o senso comum, a formação de hábitos de apreensão da realidade como algo que não deve ser posto em dúvida.

Contudo, não se trata propriamente de uma realidade objetiva, mas sim de uma realidade objetivada, fruto de uma construção social que ocorre mesmo que boa parte dos indivíduos passem a vida toda sem ter consciência desse processo, acreditando na ordem social existente como um dado natural. Do mesmo modo, se acreditarmos que a comunicação se resume ao modelo de transmissão de informações, outros processos comunicacionais continuarão existindo em níveis mais profundos sem que, no entanto, estejamos conscientes deles.

O mundo da vida cotidiana proposto por Berger e Luckmann só é possível no contato entre sujeitos. Essa intersubjetividade também pode ser chamada de comunicação, já que está alicerçada no compartilhamento de um mundo comum e, ao mesmo tempo, na construção e legitimação contínuas dessa mesma realidade. Apesar de a teoria do conhecimento dos autores ser estruturada no âmbito da sociologia e, portanto, no nível da relação social e não na intersubjetividade mais primária da teia de afetos e vínculos, é possível identificar muitos pontos de contato com o trabalho teórico proposto por Muniz Sodré.

Ambas as linhas teóricas admitem não apenas que a comunicação tem um caráter constitutivo da realidade, mas também que é possível a existência de múltiplas realidades, apesar da coerção exercida pela urgência da vida cotidiana. As variadas realidades subjetivas passam então por um processo de objetivação por meio da linguagem, sendo traduzidas nos

espaços do comum. Na perspectiva dos autores, é possível identificar uma certa abertura para o mundo que nos diferencia dos outros animais – afinal, somente o ser humano se organiza coletivamente de formas tão diversas e numerosas quanto as diferentes configurações socioculturais que existem ou já existiram. Esse pensamento ajuda a compreender o papel da alteridade nos processos de comunicação, uma vez que:

Sei também, evidentemente, que os outros têm uma perspectiva deste mundo comum que não é idêntica à minha. Meu “aqui” é o “lá” deles. Meu “agora” não se superpõe completamente ao deles. Meus projetos diferem dos deles e podem mesmo entrar em conflito. De todo modo, sei que vivo com eles em um mundo comum. (BERGER; LUCKMAN, 1983, p. 40).

A dimensão do “outro”, portanto, é significativa quando se tenta apreender a vida cotidiana e a ordem social impregnada na dimensão da realidade partilhada. Mais que isso, é fundamental no processo de constituição dos sujeitos e, num nível ainda mais primário, nas afetações intersubjetivas que dão vida aos espaços do comum, aspecto importante na sistematização proposta por Muniz Sodré. Os autores de “A construção social da Realidade”, por sua vez, empregam mais esforços na descrição dos processos de institucionalização e legitimação da realidade objetivada. Ambos aparecem nessa reflexão como essenciais para descrever a ordem social sempre vista enquanto algo que “existe *unicamente* como produto da atividade humana” (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 76).

O conceito de institucionalização é definido como a tipificação recíproca tanto de ações habituais como de atores dentro das instituições. Isso significa que há formação de instituições quando determinados grupos sociais passam a compartilhar um mesmo conjunto de ações habituais que devem ser praticadas sempre por certos tipos de atores. Por exemplo, a instituição do jornalismo tradicional tipifica as técnicas de reportagem e produção de notícias que devem ser utilizadas por jornalistas profissionais das mais diversas editorias (política, esportes, cultura, etc.) e plataformas (TV, rádio, impresso, on-line, etc.). Esses padrões não surgiram de uma hora para outra, mas foram criados no curso de uma história compartilhada, em um processo de institucionalização.

Já a legitimação é o aspecto relacionado à validação e manutenção das instituições que compõem a ordem social. Os autores defendem que esse processo utiliza a linguagem como instrumento capaz de atribuir lógica ao mundo social objetivado. Assim, a dimensão da vida cotidiana também pode ser subjetivamente dotada de sentido no âmbito dos seus processos de interiorização. Juntamente com os processos de exteriorização das realidades subjetivas e

objetivação das realidades compartilhadas, a interiorização integra os três momentos que compõem a dialética dos fenômenos sociais.

Outro aspecto relevante dessa discussão é o controle social inerente ao processo de institucionalização – que já pressupõe a adoção dos padrões de conduta aceitáveis. Esses padrões limitam o escopo de possibilidades de ação dentro dos grupos sociais. Qualquer desvio desse conjunto de conhecimentos pode ser considerado uma fuga da realidade, depravação, loucura ou ignorância. Ainda assim, não se deve deixar de considerar que a relação entre o ser humano e seu mundo social é dialética:

É importante ter em mente que a objetividade do mundo institucional, por mais maciça que apareça ao indivíduo, é uma objetividade produzida e construída pelo homem. O processo pelo qual os produtos exteriorizados da atividade humana adquirem o caráter de objetividade é a objetivação. (...) De momento, é importante acentuar que a relação entre o homem, o produtor, e o mundo social, produto dele, é e permanece sendo uma relação dialética, isto é, o homem (evidentemente, não o homem isolado mas em coletividade) e seu mundo social atuam reciprocamente um sobre o outro. (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 87)

Interessa aos objetivos da nossa pesquisa sobretudo a reflexão dos autores a respeito da disputa de realidades objetivadas concorrentes na dimensão da vida cotidiana. Para eles, isso é possível em contextos socioestruturais como o do industrialismo – com suas particulares relações entre a divisão social do trabalho e do conhecimento que implicam no pluralismo da realidade e da identidade. “Uma sociedade na qual os mundos discrepantes são geralmente acessíveis em uma base de mercado acarreta particulares constelações da realidade e da identidade subjetivas” (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 227). Esse processo está diretamente ligado à competição entre as várias instituições e suas vozes encarregadas de definir a realidade.

Às vezes, a disputa entre as diferentes versões da realidade objetivada ocorre com a intensificação dos processos de socialização dos indivíduos. Berger e Luckmann sistematizam dois tipos de socialização: a primária e a secundária. A primeira começa a ser realizada assim que o indivíduo nasce – a partir da identificação carregada de emotividade da criança com os responsáveis por sua criação e inserção na sociedade. Já a segunda pode dispensar essa intensidade emotiva, ocorrendo ao longo da vida do sujeito nas diversas instituições de que poderá fazer parte. É, contudo, no âmbito da competição entre realidades distintas que a socialização secundária pode intensificar sua carga afetiva e de identificação. Isso fica evidente em sociedades onde se percebe uma forte tendência para a polarização política, em que

narrativas conflitantes entram em disputa e elaboram suas estratégias discursivas e de fixação de crenças.

Se a competitividade entre discursos e narrativas é potencializada pela ampliação do acesso a uma variedade de mundos subjetivos, parece óbvio que hoje essa disputa seja intensificada no contexto do que tem sido chamado de midiatização. O termo pode ser definido como “conceito que descreve o funcionamento articulado das tradicionais instituições sociais e dos indivíduos com a mídia” (SODRÉ, 2014, p. 108). Com o desenvolvimento acelerado das tecnologias digitais e a consequente convergência de mídias, fala-se na ubiquidade das conexões que estariam trazendo à tona uma nova forma de existência humana. Um paradigma em que todas as relações sociais seriam atravessadas pela comunicação midiática conectada a uma dimensão denominada por Muniz Sodré de *bios virtual*.

Esse conceito está ligado à noção de ecologia da mídia como uma teia na qual seres humanos e meios de comunicação estão interligados numa rede de relações. Não se trata mais da mídia vista como uma mera ferramenta de mediação entre os indivíduos e a realidade, mas sim de um ambiente imersivo onde é construída a própria realidade e as identidades dos sujeitos. É importante ressaltar que essa dimensão está contida no âmbito do comum nos processos de comunicação, mas não de forma totalizante. Sodré adverte:

A aparente virtude democrática dessa realidade contribui para ocultar o fato de que uma real liberdade de expressão e de ação consiste na possibilidade de se estar também *fora* da midiatização e de suas injunções simbólicas. Em outras palavras, é necessariamente ético-política, e não apenas técnica, o que leva a indagações fundamentais sobre a apreensão intuitiva dos valores no espaço social, a exemplo da *piedade* (em seu sentido radical de debruçar-se sobre o outro) enquanto solidariedade instintiva e primeira. (SODRÉ, 2014, p. 122)

A crítica é direcionada ao fato de a midiatização estar atrelada a um desenvolvimento tecnológico que, como já explicamos, está voltado para a eficácia da comunicação reduzida à mera transmissão de informações num contexto de financeirização do mundo. Essa lógica passa pela constatação de que é mais fácil controlar fluxos de códigos binários do que os processos complexos de trocas intersubjetivas. Entretanto, dentro do contexto das mídias digitais também há comunicação para além dos fluxos informativos. É justamente por isso que o fenômeno da desinformação não deve ser visto numa perspectiva hipodérmica de efeitos totais, uma vez que está relacionado a dinâmicas culturais e políticas que não correspondem necessariamente a esquemas simplistas de manipulação.

Enquanto Berger e Luckman enfatizam sobretudo os processos de legitimação das instituições, Muniz Sodré tenta refletir sobre dinâmicas de vinculação social em níveis menos institucionalizados e mais primários. Esse olhar sobre a comunicação pode ser particularmente útil em um contexto de descredibilização institucional do sistema político vigente em países como o Brasil, em meio a dinâmicas emergentes de sociabilidade que surgem por meio da internet.

O paradigma atual é marcado pela interconectividade e pela percepção de algo que podemos chamar de lógica da abundância. Mas, ao mesmo tempo em que uma diversidade de vozes é inserida no ambiente midiático, ainda predominam os discursos hegemônicos que visam à neutralização da potência criativa dos espaços do comum. A liberdade de criação e o potencial democrático das redes digitais têm sido ofuscados pela intensificação da carga afetiva dos processos de legitimação dos discursos que disputam o *status* de verdade – por sua vez, um conceito não tão simples de definir.

1.2 SOBRE A NOÇÃO DE VERDADE

Muito embora a verdade seja ao menos idealmente buscada nos diversos processos de produção do conhecimento, a definição de seu conceito ou mesmo a própria possibilidade de conhecê-la de fato são questões que há muito tempo geram desacordos em diferentes correntes de pensamento. De um modo geral, a filosofia contemporânea costuma sistematizar conceitualmente a verdade a partir de duas perspectivas distintas: as teorias correspondentistas e as coerentistas (PERIN, 2010).

De acordo com a primeira tendência, o que torna um conhecimento verdadeiro é, no fim das contas, a sua correspondência com o objeto a que se refere. Para que a ciência crie proposições acerca das relações sociais ou das leis da natureza, por exemplo, não se pode fugir da realidade dos diversos objetos dos mundos social e natural sem comprometer a validade das afirmações.

Por outro lado, a tendência coerentista costuma atribuir ao conceito de verdade uma relação de coerência formal entre os conhecimentos supostamente portadores de verdade. Uma afirmação verdadeira deve, nessa perspectiva, fazer sentido num sistema de crenças como o da lógica ou da matemática, por exemplo, validando suas proposições muito mais pela consistência da forma do que pela variedade de conteúdos e objetos empíricos que elas possam abrigar.

Mais próxima da linha correspondentista, a teoria do conhecimento elaborada por Kant (2001) revolucionou a filosofia ocidental que vinha sendo produzida até o fim do século XVIII.

O pensamento kantiano evidenciou os limites da percepção humana e, conseqüentemente, da nossa capacidade de conhecer a essência dos objetos cuja existência transcende o nosso próprio entendimento. Assim, pode-se admitir que um conhecimento seja verdadeiro quando de fato corresponde ao seu objeto, que, entretanto, não poderá ser apreendido em sua essência, mas somente na forma como se mostra ao sujeito cognoscente.

Essa conclusão frustrou o plano original de Kant de fazer avançar uma Ciência da Metafísica – da mesma forma como na mesma época haviam avançado as ciências da Física, da Biologia e da Química. A demonstração kantiana das nossas limitações cognitivas foi resultado do trabalho de crítica empreendida ao que chamou de razão pura, ligada à capacidade de especulação sobre a realidade suprassensível. Assim, o ponto de partida da “Crítica da Razão Pura” foi o questionamento sobre a possibilidade de elaborar juízos sintéticos *a priori* (KANT, 2001).

As proposições sintéticas, em oposição às analíticas, são aquelas em que o predicado não está contido no próprio sujeito e, por ultrapassarem a mera análise interna de um conceito, também são considerados juízos extensivos. As proposições sintéticas são consideradas *a priori* quando são amplamente aceitas sem a necessidade de experimentação. Kant argumenta que esses são os princípios fundamentais que regem as ciências e permitem o alargamento das fronteiras do conhecimento. Seriam esses os juízos fundadores das ciências teóricas da razão como a Matemática e a Física pura, por exemplo. Entretanto, essas áreas do conhecimento científico que floresciam na esteira do Iluminismo não tinham como problema epistemológico o caráter transcendental e suprassensível dos objetos da Metafísica – perguntas sobre Deus, a alma humana e o universo como um todo. Portanto, a própria natureza dos objetos metafísicos é colocada como o entrave para que as proposições relacionadas a eles pudessem ter um status de verdade do ponto de vista da ciência.

Em suma, Kant admite uma definição nominal de verdade “(...) que consiste na concordância do conhecimento com o seu objeto, admitimo-la e pressupomo-la aqui; pretende-se, porém, saber qual seja o critério geral e seguro da verdade de todo o conhecimento” (KANT, 2001, p. 119). O desafio residiria, portanto, em determinar os critérios de justificação dessa verdade que valesse para todos os tipos de conhecimento. Para isso, a Crítica da Razão Pura diferencia duas categorias de lógica: a geral e a transcendental – sendo esta última um elemento-chave em sua filosofia.

Enquanto a lógica geral diz respeito às regras do pensamento, utilizando o critério formal da verdade a despeito do seu conteúdo, a lógica transcendental privilegia a realidade dos objetos que busca conhecer. Nesta última, o grande problema encontra-se naqueles objetos cuja

origem é externa ao entendimento dos sujeitos e que por isso não podem ser conhecidos para além do que permite a experiência sensível. O próprio Kant considera que sua conclusão é escandalosa, visto que, à luz da sua teoria do conhecimento, não haveria possibilidade de comprovação para a verdade dos objetos transcendentais, que dependeriam unicamente da fé na sensibilidade humana.

Por muito inocente que se considere o idealismo em relação aos fins essenciais da metafísica (e na verdade não é), não deixa de ser um escândalo para a filosofia e para o senso comum em geral que se admita apenas a título de crença a existência das coisas exteriores a nós (das quais afinal provém toda a matéria para o conhecimento, mesmo para o sentido interno) e que se não possa contrapor uma demonstração suficiente a quem se lembrar de a pôr em dúvida (KANT, 2001, p. 58).

A lógica transcendental de Kant inaugura na filosofia ocidental um novo paradigma que coloca a figura do sujeito no centro das investigações sobre a possibilidade do conhecimento, estudando os caminhos que a razão humana percorre em busca da verdade. Obras posteriores que se debruçaram sobre esse mesmo problema têm inspiração em maior ou menor grau nessa perspectiva. Charles Sanders Peirce (1877), por exemplo, explorou a dimensão do verdadeiro do ponto de vista da Semiótica, ou seja, a partir dos estudos relacionados aos signos e à produção de significados.

Para compreender os processos que levam à atribuição do valor de verdade a certas proposições, Peirce utiliza a categoria da crença – vista como o oposto da dimensão da dúvida. Nesse sentido, a dúvida é experimentada como uma fonte de profundo incômodo a ser destruído a fim de restaurar a tranquilidade de uma opinião formada. Já a crença consistiria em uma instância de plena satisfação e conforto mental capaz de guiar as ações dos sujeitos que nela acreditam. Assim, quando se efetiva a fixação de uma crença, seja ela verdadeira ou falsa, o sujeito tende a ficar plenamente satisfeito (PEIRCE, 1877). Esse aspecto da produção de sentidos se aproxima da noção de pós-verdade mencionada no início deste capítulo, reforçando como a disposição para o viés da crença nos processos de leitura e interpretação da realidade não se configura como um fenômeno inaugurado pelo ciclo da comunicação digital – trata-se de um tema que já se fazia presente em estudos como a semiótica peirceana no fim do século XIX.

No artigo intitulado “A fixação da crença”⁶, de 1877, Peirce classifica quatro métodos diferentes para a efetivação de uma crença. São eles o da tenacidade, o da autoridade, o do *a*

⁶ Tradução livre do original “The fixation of belief”.

priori e o científico. O primeiro refere-se à manutenção de uma convicção pessoal por meio de uma espécie de hábito que aprende a rechaçar e odiar qualquer coisa que o contradiga, sem considerar, entretanto, a dimensão social dessa crença. Já o método da autoridade insere o aspecto institucional e coercitivo da fixação de uma crença eficientemente empregado no fortalecimento de doutrinas religiosas e políticas, por exemplo. O método do *a priori* é próximo do da autoridade porque também considera o aspecto social da crença, mas em vez de se impor pela coerção, o elemento da razão é o que predomina, ainda que desprovido de comprovação sistemática em fatos observáveis. Esse método seria o mais marcado pela instabilidade e nele estaria inserida a Metafísica, que, conforme vimos em Kant, seria ineficaz na fixação de crenças comprovadamente verdadeiras. O quarto e último método, o científico, atribui a fixação de uma crença por meio do que Peirce chama de permanência externa, que incidiria sobre todos os indivíduos de forma tal que, mesmo com a diversidade das condições individuais, todos deveriam chegar a uma mesma conclusão final.

Apesar de apontar que cada um dos métodos possui vantagens próprias em determinadas circunstâncias, Peirce advoga o emprego do método científico como o único capaz de garantir que as crenças coincidam com os fatos, ou seja, que sejam verdadeiras. Nesse sentido, é possível fazer um paralelo com a dimensão da pós-verdade no mundo contemporâneo. É preciso reconhecer que o conhecimento científico não deixa de ser uma crença, mas, no contexto da desinformação que temos testemunhado nas redes digitais, são ativados outros métodos de fixação não necessariamente marcados pela fundamentação no rigor da correspondência com seus objetos.

Existem as coisas reais, cujas características são inteiramente independentes de nossas opiniões sobre elas; essas realidades afetam nossos sentidos de acordo com leis regulares, e, apesar de nossas sensações serem tão diferentes quanto são diferentes nossas relações com os objetos, ainda assim, ao utilizar a nosso favor as leis da percepção, nós podemos verificar racionalmente como as coisas realmente são; e qualquer homem que tiver experiência e racionalidade suficientes será levado a uma conclusão verdadeira.⁷ (PEIRCE, 1877, CP5.384)

Fica evidente a defesa de um ideal de verdade, muito embora a dimensão social da construção desse conhecimento verdadeiro já esteja bastante presente na análise dos métodos.

⁷ Tradução livre do original: “There are real things, whose characters are entirely independent of our opinions about them; those realities affect our senses according to regular laws, and, though our sensations are as different as are our relations to the objects, yet, by taking advantage of the laws of perception, we can ascertain by reasoning how things really are; and any man, if he have sufficient experience and reason enough about it, will be led to the one true conclusion”.

A noção de crença é importante porque ajuda a compreender não apenas como operam as nossas disposições cognitivas, mas também coloca a questão dos desdobramentos em forma de práticas. Afinal, as crenças guiam não apenas a maneira como lemos e interpretamos o mundo, mas também como agimos e construímos essas realidades.

Esse mesmo aspecto também é abordado por outros pensadores a partir de outras perspectivas que podem ser úteis à nossa análise. Foucault (2019), por exemplo, abre mão da tradição kantiana de filosofia transcendental para fazer reflexões sobre a noção de verdade em outro nível de análise: a dimensão do discurso e suas regras internas para formação dos objetos, das modalidades enunciativas, dos conceitos e das estratégias teóricas.

Nessa perspectiva, a verdade pode ser interpretada como o resultado de um processo de construção social que ocorre no âmbito de uma complexa teia de relações discursivas. Nem o caráter transcendental dos objetos nem os aspectos subjetivos do discurso são inseridos no modelo da análise arqueológica dos enunciados, mas o sujeito continua presente na reflexão. “(...) em suma, não quis excluir o problema do sujeito; quis definir as posições e as funções que o sujeito podia ocupar na diversidade dos discursos” (FOUCAULT, 2019a, p. 241).

Ao se debruçar sobre o que chamou de formações discursivas, o filósofo lança um olhar sobre os processos de dispersão dos discursos, ou seja, as dinâmicas que permitem sua transformação, diferenciação e negociação no terreno amplo do saber. Para ele, importam as regras das práticas discursivas, permitindo que determinados enunciados sejam emitidos por sujeitos específicos, em certas condições e com funções definidas.

Não se trata, contudo, de defender um conjunto de regras fixas. Pelo contrário, a ênfase é dada no caráter dinâmico da dispersão e nos processos que culminam na mudança das regras. O olhar é sobre aquilo que faz a mesma afirmação “a Terra é redonda” constituir enunciados distintos dependendo do contexto: a relação dessa frase com outras proposições e a posição dos sujeitos que produzem esse enunciado são bastante diferentes antes e depois de Copérnico. A mesma frase pode inclusive adquirir uma nova configuração enunciativa no contexto atual de crescimento – por mais tímido que seja – do discurso terraplanista.

O pensamento foucaultiano se afasta das teorias correspondentistas e coerentistas de verdade quando opta por não dar ênfase à categoria do correlato empregada tanto pela lógica quanto pela linguística com suas proposições e frases que nomeiam e descrevem coisas, fatos e realidades. No nível do enunciado proposto por Foucault, o que existe é um referencial constituído de leis de possibilidade e regras de existência para objetos e relações.

O referencial do enunciado forma o lugar, a condição, o campo de emergência, a instância de diferenciação dos indivíduos ou dos objetos, dos estados de coisas e das relações que são postas em jogo pelo próprio enunciado; define as possibilidades de aparecimento e delimitação do que dá à frase seu sentido, à proposição seu valor de verdade. (FOUCAULT, 2019a, p. 110)

Nessa perspectiva, a noção de verdade é trabalhada fora do horizonte do idealismo, mas dentro de uma lógica do discurso, ou seja, como parte de uma prática social por meio da qual os sentidos são construídos. Esses processos são vinculados de forma indissociável com o poder na obra de Foucault a partir dos anos 1970. A verdade aparece ligada aos sistemas de poder num movimento de retroalimentação – ao mesmo tempo em que esses sistemas produzem e apoiam aquilo que deve ser considerado verdadeiro, as formações discursivas acabam induzindo e reproduzindo o poder. Esses jogos coercitivos não são homogêneos em todas as sociedades, tampouco fixos e indiferentes à historicidade. “Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” de verdade: isto é, os tipos de discurso que ela acolhe e faz funcionar como verdadeiros” (FOUCAULT, 2019b, p. 52).

Compreendemos o discurso não apenas como conjunto de signos, mas também como práticas que formam de maneira sistemática os objetos a que se referem. Nesse sentido, podemos considerar os discursos que reclamam o poder de dizer a verdade em sua dimensão cultural mais ampla. Aí podem ser encontrados processos comunicacionais diversos que ocorrem não apenas no campo científico mas também nas práticas jornalísticas e no fenômeno da desinformação. Se assumirmos que não existem enunciados neutros e independentes – mas sempre como parte de uma série e nutrindo relações com outros enunciados – deixaremos de perceber matérias jornalísticas e peças de desinformação como simples mensagens isoladas e passaremos a vê-las na forma de enunciados pertencentes aos discursos que as precedem e as envolvem.

De acordo com o pensamento foucaultiano, é nesse jogo que ocorrem os processos de formação dos sujeitos. E as posições viabilizadas para eles dentro das formações discursivas são importantes não apenas para as investigações no nível dos discursos, mas também para as reflexões feitas por outras escolas de pensamento que podem nos auxiliar na compreensão da noção de verdade, sobretudo em seus aspectos culturais.

Vista não apenas como um conjunto de textos e representações, mas no sentido abrangente adotado pela tradição dos Estudos Culturais, a noção de cultura que estamos considerando abarca também as práticas cotidianas conectadas às estruturas sociais de poder e ao contexto histórico – nutrindo uma relação de proximidade com o conceito de ideologia enquanto estrutura de entendimento por meio da qual os seres humanos produzem sentido

(ESCOSTEGUY, 2010). Percebe-se, assim, como o fator ideológico inserido nas dinâmicas das práticas sociais de produção de sentido se assemelha à formulação da verdade em Foucault e também à disposição humana para a pós-verdade. O pensamento é oportuno, porque põe em perspectiva os processos contemporâneos de disseminação da mentira em suas rupturas e continuidades com relação aos paradigmas tradicionais da comunicação humana.

Ao mesmo tempo, permite esboçar uma reflexão sobre as dinâmicas que levam os sujeitos a reproduzir discursos, narrativas ou ideologias que precedem suas falas, localizando-as no âmbito dos processos de identificação. Definimos aqui o conceito de identidades como “pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós” (HALL, 2013, p.112). O foco no aspecto temporário ajuda também a justificar a nossa escolha pelo termo “identificação” em vez de “identidade” – destacando a formação dos sujeitos não como algo fixo e definitivo, mas considerando a instabilidade e as negociações envolvidas nas questões identitárias.

Elas surgem da narrativização do eu, mas a natureza necessariamente ficcional desse processo não diminui, de forma alguma, sua eficácia discursiva, material ou política, mesmo que a sensação de pertencimento, ou seja, a “suturação à história” por meio da qual as identidades surgem, esteja, em parte, no imaginário (assim como no simbólico) e, portanto, sempre, em parte, construída na fantasia ou, ao menos, no interior de um campo fantasmático. (HALL, 2013, p. 109).

Sustentamos, portanto, que a construção discursiva da verdade não difere da disposição para a pós-verdade que sempre acompanhou a humanidade, e que essas dimensões podem ser encontradas no que Hall descreve como campo fantasmático de narrativização do eu e de processos instáveis de subjetivação e identificação. Quando somamos a esse delineamento da noção de verdade o contexto atual de desenvolvimento das tecnologias emergentes da informação e comunicação, vislumbramos as condições de possibilidade para o florescimento da desinformação. O *habitat* desse fenômeno é justamente o ecossistema midiático instável no qual os sujeitos se apropriam das representações da realidade, criam vínculos e vivenciam processos de identificação.

Por se tratar também da responsabilidade sobre a formação de sujeitos e identidades, o problema não poderia deixar de ser considerado em seu aspecto ético, compreendendo a ética na perspectiva levinasiana de responsabilidade pelo outro numa relação intersubjetiva (LÉVINAS, 2005). Buscamos encarar essa dimensão não como uma única instância universal

a que devemos recorrer, mas sim como algo socialmente construído – e quando se observa a ação dos sujeitos nas redes digitais esse caráter constitutivo se mostra ainda mais evidente.

Portanto, a ética nesses ambientes não é apenas uma questão de se lidar moralmente com um dado mundo, mas, sobretudo, uma questão de construção ininterrupta desse mundo e do próprio agente. (SANTAELLA, 2010, p. 319)

Santaella afirma que as redes digitais se comportam como sistemas dinâmicos em que emergência, auto-organização e adaptação são palavras-chave. Por isso mesmo, é inevitável o aparecimento de dilemas éticos que implicam em escolhas constitutivas dessas redes por parte de seus atores. Assim, os sujeitos se deparam com diversas possibilidades e caminhos discursivos que não apenas terão impacto sobre suas próprias identificações, mas envolvem também a responsabilidade pelo outro com quem compartilham um mesmo comum em processos de vinculação social. Nesse sentido, defendemos que a alteridade precisa ser exercitada ao lidar de forma ética com a construção social da verdade, sobretudo no contexto da desinformação disseminada pela internet.

A complexificação dos processos de identificação no mundo contemporâneo teve contribuição fundamental das tecnologias digitais que introduziram um paradigma comunicacional de acesso e descentralização. É nessa perspectiva que enxergamos as escolhas éticas e discursivas dos agentes de desinformação ao produzirem e/ou compartilharem peças que se mostram mais eficazes no intuito de conquistar adeptos quanto mais forte for o apelo às opiniões e crenças preexistentes nos discursos, narrativas ou ideologias em disputa.

Quando se fala em complexidade dos processos de identificação contemporâneos, outra discussão que pode contribuir com a nossa reflexão é o conceito de culturas híbridas de Canclini (2014), porque diz respeito a um ecossistema midiático marcado pelas categorias do descolecionamento e da desterritorialização. A primeira refere-se ao afrouxamento dos limites entre as coleções ou categorias de gêneros culturais, já a segunda diz respeito ao cruzamento de culturas entre fronteiras geográficas atribuído principalmente às ondas migratórias.

Ambos os termos foram criados no contexto da expansão da vida urbana e das mudanças nos sistemas de produção e comunicação sobretudo ao longo do século XX. Essas transformações acabaram por fazer com que as identidades culturais deixassem de ser completamente puras e exclusivamente determinadas pelo território. Esse processo foi chamado de hibridização, e hoje está claro que o jornalismo, enquanto uma das formações discursivas amplamente autorizadas a atribuir valor de verdade aos fatos, não ficou imune e também foi afetado pelo descolecionamento.

Apesar de não haver se consolidado como uma ciência de fato independente de outras disciplinas como a Sociologia, o discurso jornalístico se profissionalizou e se fortaleceu como uma prática cultural que ainda goza de muito prestígio no processo de representação da realidade – mesmo considerando a crise de legitimidade que tem enfrentado recentemente. Afim de localizá-lo em nossa reflexão sobre a verdade, vale resgatar, antes de mais nada, os princípios que tradicionalmente o fundamentam.

Em obra publicada originalmente em 1960, o alemão Otto Groth (2011) tenta formular uma epistemologia para o que poderia ser uma ciência dos jornais. Nesse raciocínio, o jornalismo é descrito como a narrativa capaz de orientar a direção do pensar e do querer em amplas camadas sociais, tendo como características gerais a periodicidade, a universalidade, a atualidade e a publicidade.

A visão de Groth insere o jornalismo na dimensão da cultura e por isso enfatiza o seu caráter dinâmico e mutável. Esse detalhe pode nos ajudar a compreendê-lo em sua historicidade, buscando identificar os processos que levaram à atual crise de legitimidade e sobretudo como ele se relaciona com outros discursos que circulam no amplo terreno de construção do saber. Segundo o autor:

A obra cultural se adapta a novos valores de forma elástica e flexível, corresponde a novas tarefas e justamente o jornal, a revista são exemplares na extensão e na multiplicação excepcional da utilidade e prestatividade instrumental de uma obra cultural. (GROTH, 2011, p.78)

Assim, temos consumido diversos produtos no cruzamento entre o jornalismo e o entretenimento – como programas esportivos descontraídos e noticiários apresentados por humoristas – ou mesmo entre o jornalismo e a ficção – no caso de sites de humor como o “Sensacionalista” e narrativas de jornalismo em quadrinhos. Do mesmo modo, o fenômeno da desinformação pode ser inserido nesses atravessamentos. Neste caso, criando conteúdos a partir de narrativas que vão de encontro aos princípios jornalísticos de veracidade e referencialidade, enquanto se apropriam do código social do jornalismo profissional a fim de conquistar a credibilidade junto ao público (ROXO; MELO, 2018).

Por mais que tenhamos refletido sobre a questão da verdade no nível do discurso – enquanto fruto das práticas de construção social de sentido – a dimensão da veracidade e da correspondência com a realidade não pode se tornar irrelevante. Reconhecemos que um relativismo generalizado pode ser nocivo a qualquer tentativa de enfrentar o problema da desinformação contemporânea. Colocando o aspecto filosófico em segundo plano por um

momento, Hannah Arendt (1967) trabalha com a categoria de “verdade factual” para se referir à base por meio da qual é possível articular o pensamento político em toda a sua pluralidade. Para ela, é razoável discordar de opiniões, mas não de fatos. Ela defende que uma verdade factual careceria de interpretação para que determinados atores ou grupos sociais advoguem em prol de si e de suas causas, mas uma falsificação dos fatos já seria em si mesma uma forma de incidência política.

O assunto é abordado por ela já em 1967 na Revista New Yorker, com o artigo “Verdade e Política”. Sendo a própria autora vítima do autoritarismo de seu tempo, dedicou boa parte da vida ao estudo dos mecanismos de dominação e poder. Nesse artigo em particular, ela atenta para a percepção de que, mesmo em países livres, havia um fenômeno que levava verdades factuais incômodas a serem toleradas ao preço de consciente ou inconscientemente serem transformadas em opiniões.

Ao observar a vulnerabilidade das verdades factuais no âmbito da política – uma vez que podem ser facilmente destruídas a fim de atender aos interesses do poder – Arendt pontua a importância de reacender antigas questões a respeito da relação entre verdade e opinião. Enquanto os fatos pertencem ao quadro de uma realidade compartilhada e reconhecida por testemunhas e outras pessoas envolvidas, a opinião é vista como a interpretação desses acontecimentos e circunstâncias a partir de diferentes interesses e paixões. A primeira deveria funcionar como o combustível da segunda, que por sua vez constitui a fonte do pensamento político. De acordo com esse raciocínio:

Uma afirmação factual - a Alemanha invadiu a Bélgica no mês de Agosto de 1914 - só adquire as suas implicações políticas se for colocada num contexto interpretativo. Mas a proposição contrária, que Clemenceau, ainda ignorante da arte de reescrever a história, julgava absurda, não necessita de nenhum contexto para ter uma incidência política. (ARENDT, 1967, n.p)

Essa análise sobre a fragilidade da verdade dos fatos soa mais atual do que nunca, uma vez que hoje nos encontramos às voltas com uma crise institucional aparentemente associada ao crescimento de uma desconfiança generalizada em meio a um ecossistema de mídia povoado por comportamentos incivis. Quanto melhor os agentes de desinformação exploram crenças e opiniões presentes em discursos pré-existentes, mais bem-sucedidas são as suas iniciativas no sentido de disseminar falsidades e inflamar o debate, especialmente num contexto de radicalização política e ataques contra o sistema democrático como o que se vive hoje no Brasil.

1.3 DEMOCRACIA, JORNALISMO E DESINFORMAÇÃO

O fenômeno que descrevemos e denominamos de desinformação pode ser atravessado por todas essas reflexões envolvendo o conceito de verdade. Às formas de sociabilidade possibilitadas pelo desenvolvimento das tecnologias de comunicação digital, somam-se as ideias que resgatamos sobre a construção social da realidade, a comunicação como a instauração de um comum na formação de comunidades, além dos aspectos culturais envolvidos na atribuição do valor de verdade a determinados enunciados e discursos em disputa. Nessa perspectiva, não podemos negligenciar que as dinâmicas de fixação de crenças se desenrolam hoje no contexto de uma crise da institucionalidade democrática instalada em diversos países ocidentais.

A discussão sobre desinformação está intrinsecamente relacionada à prática institucionalizada do jornalismo, embora o fenômeno da desinformação ocorra muitas vezes do lado de fora das fronteiras convencionais das empresas jornalísticas – uma vez que a redução dos custos para produzir e distribuir conteúdo facilitou o alargamento do que pode ser considerado um fazer noticioso. Michael Schudson (2011) define a prática jornalística como a produção e disseminação regulares de informação sobre assuntos contemporâneos de importância e interesse públicos. Para ele, trata-se de um conjunto de instituições que publiciza periodicamente informações e opiniões sobre a atualidade – normalmente apresentados como verdadeiros e sinceros a uma audiência dispersa e geralmente anônima. Entretanto, acreditamos que uma atualização desse conceito deveria incluir também dinâmicas menos institucionalizadas de produção de notícias.

Na atual ecologia da mídia, estão sendo cada vez mais borradas as linhas que separam gêneros e linguagens outrora bem delimitados. Como explicamos anteriormente, isso também diz respeito à hibridização da prática jornalística cujos resultados incluem também as peças de desinformação. Essa modalidade contemporânea de propagar mensagens enganosas frequentemente tenta emular o jornalismo profissional a fim de se apropriar do código social de que ele continua gozando. Seu produto é um híbrido entre a narrativa jornalística e a ficcional, muitas vezes agindo como propaganda das visões de mundo mais abrangentes de determinados grupos políticos e sociais. Contudo, seria ingênuo pensar que o jornalismo tradicional não opera muitas vezes nessa mesma lógica. Afinal, sempre foi uma prática cultural intimamente relacionada à vida política.

Compreender o jornalismo como parte da política não deveria ser o encerramento de um sermão, e sim parte de uma investigação contínua sobre

como diferentes culturas e instituições políticas dão forma a diferentes culturas e instituições noticiosas.⁸ (SCHUDSON, 2011, p. 160)

Seja qual for a relação entre a cultura política e as instituições noticiosas de uma determinada sociedade, é importante enfatizar que o conteúdo jornalístico não pode ser visto jamais como reflexo, mas sim como representação da realidade que também age sobre ela. Conforme vimos em Berger e Luckmann (1983), a dimensão da vida cotidiana – na qual, aliás, está inserido o jornalismo – é objetivada e compartilhada pelos membros de uma sociedade graças aos processos de institucionalização e legitimação da ordem social. Mas é importante ressaltar que essa ordem não é imutável e nem percebida ou experimentada por todos da mesma maneira. De fato, ela é dinâmica e carregada de historicidade, ainda que muitas vezes a narrativa jornalística possa dar a impressão de que ela é neutra e universal.

Por ter se tornado na modernidade um elemento central na forma como os indivíduos apreendem o mundo, o jornalismo é um dos principais responsáveis pela reprodução de símbolos que atravessam as reportagens, difundindo imagens e estereótipos que costumamos ver nos noticiários (SCHUDSON, 2011). Desse modo, se compreendermos a lógica da pós-verdade como a primazia de crenças e sentimentos em detrimento de fatos nos processos de formação de opinião, podemos chegar à conclusão de que essa disposição cognitiva não está tão distante da prática jornalística quanto muitos veículos de comunicação tradicionais gostariam de nos fazer supor. Afinal, não há neutralidade nos veículos de imprensa, que costumam construir narrativas para atender a certas agendas políticas. No golpe parlamentar que culminou no *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff, por exemplo, a grande mídia teve um papel relevante na formação de uma opinião pública favorável à cassação, mobilizando a fúria de boa parte dos brasileiros e a crença de que o governo petista era corrupto e incompetente.

Assim, o fazer jornalístico está inserido numa relação dialética com a realidade, constituindo e sendo constituído por ela. Apesar de frequentemente ser abordado como algo tradicional, na verdade a sua institucionalização é relativamente recente na história.

O jornalismo compartilhou com muitas instituições – incluindo sistemas escolares, órgãos legislativos, hospitais e organizações científicas – um

⁸ Tradução livre do original: “Understanding journalism as a part of politics should be not the closing line of a sermon but part of a continuing inquiry into how different political cultures and institutions shape different news cultures and institutions”.

atributo-chave da modernidade: que ele existe apenas há duzentos ou trezentos anos.⁹ (SCHUDSON, 2011, p. 4)

Lembrar disso ajuda a colocá-lo em perspectiva enquanto forma de produção de sentidos ou de fixação de crenças que não é dada *a priori*, mas possui uma historicidade e está suscetível a crises de legitimação como a que vivencia atualmente. O fenômeno da desinformação captura o sentimento de desconfiança nas instituições do *establishment* democrático – que inclui órgãos de imprensa tradicionais – e contribui para potencializá-lo ao instalar uma atmosfera de caos informativo nas redes digitais. O barateamento dos custos para criação e publicação de informações contribuiu para que houvesse um ganho em pluralidade de ideologias representadas nas mídias de uma forma geral, o que acaba por facilitar o choque entre narrativas conflitantes que podem ser articuladas e materializadas em enunciados por diversos sujeitos.

Enquanto sujeitos tipificados e autorizados institucionalmente a executar certas ações habituais, os jornalistas podem até trabalhar com algum nível de criatividade, mas há também uma série de restrições tecnológicas, econômicas, políticas e até mesmo literárias envolvendo a produção de notícias. Parte do que estamos testemunhando hoje como crise do jornalismo (SOUZA, 2018) talvez possa ser interpretado como uma flexibilização de algumas dessas restrições institucionais – borrando a linha que separava os jornalistas do seu público leitor, os diferentes suportes e linguagens jornalísticas, os tipos de fonte a que a reportagem pode recorrer, os modelos de sustentabilidade econômica dos veículos. Nesse sentido:

Os leitores não apenas adentraram na produção e coprodução de conteúdo noticioso, mas também se tornaram distribuidores seletivos e voluntários de notícias, que circulam entre amigos. Como resultado, a disseminação noticiosa para o público em geral se tornou mais lateral e menos hierárquica.¹⁰ (SCHUDSON, 2011, p. 209)

A internet desestabilizou as principais fontes de financiamento das empresas jornalísticas tradicionais: os modelos de assinaturas e anúncios. Nas redes digitais, a matéria-prima da indústria noticiosa circula de forma abundante e gratuita. Como consequência, as pessoas estão menos dispostas a pagar por uma informação que pode ser obtida livremente na internet. Anunciar também pode ser muito mais vantajoso no ambiente on-line do que no

⁹ Tradução livre do original: “Journalism shared with many institutions, including school systems, legislative bodies, hospitals and scientific organizations, a key attribute of modernity: that it has existed for only two hundred or three hundred years.”

¹⁰ Tradução livre do original: “Readers have not only entered into producing or coproducing news content, but they have also become voluntary and selective news distribution managers, circulating news from friend to friend. As a result, news dissemination for the general public has grown more lateral and less hierarchical.”

impresso. E, dependendo do público-alvo, pode ser até mais estratégico do que investir em publicidade nos meios eletrônicos de massa como a TV e o rádio, que ainda dispõem de grande parte das verbas publicitárias.

A crise de sustentação econômica sem dúvidas é um fator que precisa ser considerado para compreender o atual estágio da crise do jornalismo, mas nós gostaríamos de concentrar nossa atenção especialmente no aspecto simbólico do lugar que o jornalismo ocupa na sociedade hoje. Mark Deuze e Tamara Witsche (2018) refletem sobre o assunto dando destaque a uma provocação. Segundo eles, a indústria jornalística está morta, mas o jornalismo existe em vários lugares, reforçando a ideia de um alargamento da prática.

Há uma tendência à fragmentação e flexibilização do modelo industrial e isso afeta as condições de trabalho dos jornalistas. As redações tradicionais dão lugar a ambientes de trabalho mais competitivos que fomentam um discurso em favor do empreendedorismo individual ao mesmo tempo em que as carreiras se tornam cada vez mais precarizadas. De acordo com Deuze e Witsche:

Esse cenário de mais interconectividade e precarização das condições de trabalho de jornalistas e profissionais da mídia corresponde às tendências do mercado de trabalho como um todo, que vem demonstrando o crescimento de negócios independentes e empreendedorismo *freelancer*.¹¹ (DEUZE; WITSCHKE, 2018, p. 174)

Embora a profissão esteja passando por tantas mudanças decorrentes do desenvolvimento tecnológico, Deuze e Witsche percebem que boa parte dos jornalistas ainda busca legitimar suas ações com base nos mesmos argumentos – autorreferenciando-se como prestadores de um serviço público, objetivo, justo e confiável, que trabalham de forma autônoma, com responsabilidade social e compromisso ético. Por isso, os autores advogam que devemos ir “além do jornalismo” suscitando uma reflexão a respeito de onde, como, por que e por quem o trabalho de reportagem é feito hoje em dia.

Seria possível ponderar que talvez as análises de Michael Schudson (2011), Deuze e Witsche (2018) estejam muito mais concentradas nos cenários dos Estados Unidos e de países europeus, não contemplando o contexto da realidade brasileira. Afinal de contas, “a globalização da experiência humana está longe de ser total, e variações das condições locais

¹¹ Tradução livre do original: “This picture of increasingly networked and precarious working conditions for journalists and media workers corresponds with trends in the labor market as a whole, showing a continuous growth of independent businesses and freelance entrepreneurship.”

nas esferas econômicas, políticas e culturais têm um impacto enorme no estado do jornalismo”¹² (SCHUDSON, 2011, p. 230). Entretanto, há pontos de contato com acadêmicos que pensam a atual situação do jornalismo no Brasil. Afonso Albuquerque (2018), por exemplo, identifica uma crise nacional e faz um questionamento:

(...) por que a pesquisa em Comunicação Política brasileira se demonstrou tão pouco eficaz em refletir sobre o processo de deterioração da democracia brasileira, que levou ao golpe de 2016, e por que, uma vez concretizado o golpe, ela tem demonstrado tão pouco apetite para investigá-lo? (ALBUQUERQUE, 2018, p. 173)

A problematização refere-se ao *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016 e à falta de conexão da maioria das pesquisas em Comunicação com esse momento político. Para Albuquerque, é contraditório que tantos pesquisadores se debrucem sobre fenômenos que vêm sendo chamados de e-democracia, e-participação ou e-transparência – enquanto as instituições democráticas estariam sendo gravemente ameaçadas. Ironicamente, se forem considerados apenas os inúmeros trabalhos sobre jornalismo com base de dados, iniciativas de financiamento coletivo e de jornalismo cidadão, “o leitor de periódicos brasileiros terá a nítida impressão de que o jornalismo vivencia um excelente momento, e talvez mesmo sua idade do ouro” (ALBUQUERQUE, 2018, p. 196).

Uma das razões atribuídas a esse descompasso seria a hegemonia de uma agenda neoliberal na pesquisa acadêmica, inclusive nos estudos que utilizam a perspectiva *cyber* que tanto afetou o nosso ecossistema midiático nos últimos anos. Essa crítica está bastante alinhada às reflexões de Muniz Sodré e Byung-Chul Han, que advogam contra a visão instrumental da comunicação enquanto mera transmissão de informação que naturaliza o *status quo* e neutraliza o potencial criativo dos espaços do comum, inclusive nas redes digitais. Nesse sentido, Albuquerque defende a criação de uma agenda de investigação menos dependente de perspectivas teóricas estrangeiras que corroboram com os ditames do capital financeiro e perdem de vista as especificidades que caracterizam os meios de comunicação da sociedade brasileira.

Hoje, podemos afirmar que o processo de deterioração da democracia brasileira continua em curso. A eleição de Jair Bolsonaro como presidente da República apenas acentuou a radicalização da direita no país e fortaleceu discursos antidemocráticos, que desprezam

¹²Tradução livre do original: “The globalization of human experience is far from total, and variations in local economic, political and cultural conditions have an enormous impact on the state of journalism.”

direitos humanos e negam a ciência em prol de uma agenda marcadamente obscurantista e conservadora. Esther Solano (2019) reflete sobre esse desgaste, atrelando-o ao contexto de crises econômicas e sociais para as quais o cidadão comum busca culpados. Segundo a análise da autora:

Num momento mundial extraordinariamente complexo, em que a maioria das pessoas sente uma evidente insegurança existencial, a comunicação afetiva é um potente motor político. No Brasil, um país cujas feridas históricas não foram fechadas, Bolsonaro consegue mobilizar essas cicatrizes, os ressentimentos, as raivas, as angústias ontológicas de muitos. Nesse sentido, a extrema direita está trazendo a política de volta porque faz a disputa de imaginários e subjetividades, coloca a emoção no centro do debate. (SOLANO, 2019, p. 320)

Essa intensidade dos afetos mobilizados nos processos de comunicação são uma disposição humana, como temos defendido ao longo deste capítulo. Nessa perspectiva, Solano avalia que o atual desafio do campo democrático é conseguir direcionar essa força no sentido de construir um processo civilizatório que inclua afetos como esperança, tolerância e a possibilidade de uma vida em conjunto. Essa visão vai ao encontro da nossa reflexão acerca da necessidade de viabilizar ambientes que não neutralizem a potência criativa do comum, dando autonomia e condições para que os indivíduos se comportem de forma mais reflexiva e menos reativa nas redes. Nesse sentido, é preciso encontrar soluções para substituir a propagação dos discursos de ódio por práticas mais dialógicas. Só assim poderemos falar de um uso cidadão dos espaços de troca possibilitados pelas tecnologias da informação e comunicação.

Por enquanto, o que se tem observado de forma mais intensa nas redes sociais on-line é o sucesso das táticas de desinformação que buscam canalizar sentimentos de medo e ódio contra o sistema da democracia liberal, sem ameaçar, no entanto, estruturas mais profundas e relacionadas à formação da sociedade brasileira – tão marcada por desigualdades e opressões históricas. Trata-se de um discurso que se apresenta como antissistema, mas não contrapõe a lógica capitalista cujas contradições estão no cerne dos problemas que o mundo enfrenta atualmente. Assim, movimentos como o bolsonarismo prometem o inalcançável: solucionar as crises sociais contemporâneas retornando ao *modus operandi* de um passado geralmente idealizado como indutor de desenvolvimento econômico e segurança – o que não necessariamente corresponde à realidade, uma vez que o regime excluía e discriminava uma grande parcela da população.

Embora os valores e as dinâmicas neoliberais estejam presentes no atual ecossistema midiático de forma hegemônica, inclusive em discursos autoritários emergentes, é preciso

ressaltar que existem outras práticas em disputa nas redes digitais. Um exemplo disso é a mobilização dos recursos da tecnologia da informação para pressionar governos e grandes empresários a tomar decisões que respeitem minimamente os interesses coletivos de minorias e grupos marginalizados. Assim, quando Byung-Chul Han (2017) faz uma crítica à transparência das informações como parte de um ideal máximo de eficiência no mundo contemporâneo, trata-se apenas de um esforço para politizar a questão – considerando a política como um agir estratégico para o qual é necessário também haver uma esfera oculta, um espaço para o mistério e para a negatividade. Ou seja, a comunicação política vai muito além da informação.

Com isso, não é o nosso objetivo demonizar o aparato tecnológico nem o ganho em transparência, sobretudo no que diz respeito às informações governamentais e corporativas de interesse público. Propomos apenas dar um passo atrás para enxergar o fenômeno de maneira mais ampla e quem sabe assim levar a análise a níveis menos superficiais. Desse modo, inserimos a crise do jornalismo no contexto mais amplo do redesenho da dinâmica capitalista que tem alterado a divisão do trabalho nas sociedades mais conectadas. “Barbárie social, miséria ideológica e corrosão do trabalho vivo afetam o sistema midiático e também a prática jornalística” (SOUZA, 2018, p. 66).

Portanto, esse tensionamento da crise do jornalismo no contexto da deterioração democrática por que passa o Brasil está conectado também ao momento global de financeirização da economia, precarização do trabalho e crescimento do populismo autoritário. Pippa Norris e Ronald Inglehart (2019) definem o populismo como a tentativa de deslegitimar instituições do *establishment* – vistas como um inimigo que se deve combater – estabelecendo um único político como o representante legítimo dos interesses do povo, que passa a ser visto como se fosse uma massa homogênea, destituído de seu caráter plural. Alinhando-se a essa disposição, o autoritarismo acrescentaria a esse grupo político um conjunto de valores que priorizam uma ideia de segurança tribal em detrimento da autonomia individual.

Para os autores, o crescimento do populismo autoritário nas democracias ocidentais se deve a uma espécie de contra-ataque cultural ao que chamam de “revolução silenciosa deslocando o equilíbrio entre a proporção crescente de liberais sociais na sociedade e a proporção decrescente de conservadores sociais”¹³ (NORRIS; INGLEHART, 2019, p. 15). Eles acreditam que a recente ascensão do conservadorismo no mundo – cujas conquistas incluem a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos e o Brexit no Reino Unido – seja uma resposta

¹³Tradução livre do original: “the silent revolution shifting the balance between the rising proportion of social liberals in society and the shrinking proportion of social conservatives”.

de grupos que se sentem ameaçados por profundas transformações sobretudo no que diz respeito ao âmbito cultural.

Teoricamente, há diversas formas de reação a mudanças culturais profundas na sociedade que ameaçam os valores centrais de determinados grupos sociais. Uma estratégia pode ser autocensura (...). Outra pode ser adaptação (...). Uma terceira pode ser recorrer a bolhas sociais formadas por pessoas que pensam de maneira semelhante, a grande seleção, agora mais fácil do que nunca na câmara de eco das mídias sociais e da imprensa partidária, evitando assim potenciais conflitos e discordâncias. Nós teorizamos que uma estratégia alternativa, no entanto, é o reflexo autoritário, uma reação defensiva mais forte entre grupos socialmente conservadores que se sentem ameaçados pelos processos acelerados de mudança econômica, social e cultural.¹⁴ (NORRIS; INGLEHART; 2019, p. 16)

Esse reflexo autoritário que atualmente se apresenta como uma vertente do populismo põe em xeque o jogo democrático. Em “Poliarquia: Participação e Oposição”, Robert Dahl (1997) reflete sobre a democracia como um sistema político completamente ou quase completamente responsivo à totalidade dos cidadãos. Nesse sentido, uma ordem como essa pode nunca ter existido de fato no mundo real, mas seguramente a democracia serve como um ideal – uma referência da qual as sociedades podem estar mais ou menos distantes. Nessa mesma perspectiva, Sartori (1994) pondera que o “poder do povo”, traduzido do grego de forma literal, possui pouca correspondência com as democracias de fato, mas ainda assim é necessário cultivar a ideia original como uma espécie de meta a ser buscada de forma contínua.

Um rótulo pode ser enganoso em termos descritivos e, mesmo assim, necessário aos propósitos prescritivos. E a prescrição não tem menos importância que a descrição. Um sistema democrático estabelece-se em decorrência de pressões deontológicas. O que a democracia é não pode ser separado do que a democracia deve ser. Uma democracia só existe à medida que seus ideais e valores dão-lhe existência. (SARTORI, 1994, p. 23)

Como no mundo real nenhum grande sistema pode ser descrito como uma democracia plena conforme os parâmetros prescritivos, Dahl (1997) propõe que os mais próximos disso sejam chamados de poliarquias. Esse conceito envolve dois eixos fundamentais: contestação

¹⁴Tradução livre do original: “Theoretically there are several ways which groups could react to profound cultural changes in society which threaten their core values. One strategy could be self-censorship (...). Another could be adaptation (...) A third could be a retreat to social bubbles of like-minded people, the great sorting, now easier than ever in the echo chamber of social media and the partisan press, thereby avoiding potential social conflict and disagreements. We theorize that an alternative strategy, however, is the authoritarian reflex, a defensive reaction strongest among socially conservative groups feeling threatened by rapid processes of economic, social and cultural change”.

pública (ou oposição) e direito de participação. Assim, pode haver diferentes combinações da presença dessas duas dimensões na vida política.

Sistemas que possuem pouca ou nenhuma possibilidade de oposição e direito de participação são considerados pelo autor “hegemonias fechadas”. Quando esse regime se liberaliza e passa a permitir mais contestação pública sem necessariamente ampliar a participação ele pode ser categorizado de “oligarquia competitiva”. Por outro lado, pode haver um movimento no sentido de tornar o sistema mais inclusivo, abrindo-o à participação de mais cidadãos sem, entretanto, liberalizá-lo ou aumentar oportunidades de contestação pública – nesse caso, ele pode ser chamado de “hegemonia inclusiva”. Desse modo, somente quando ambas as dimensões se fazem presentes de forma mais intensa é que um regime pode ser considerado uma poliarquia.

Trata-se, portanto, de uma pluralidade de organizações competindo pela influência num sistema em que cidadãos adultos e politicamente iguais podem escolher entre vários partidos no âmbito de eleições (PEREIRA, 2019). Idealmente, esse sistema não deve equivaler ao poder tirânico da maioria, tampouco de uma elite minoritária. Quando mais grupos e minorias estiverem incluídos na disputa pelo poder, mais próxima a sociedade estará da poliarquia. “Em qualquer país, quanto maiores as oportunidades de expressar, organizar e representar preferências políticas, maior a variedade de preferências e interesses passíveis de representação na política” (DAHL, 1997, p. 46).

Daí talvez pudesse derivar um otimismo utópico com relação às tecnologias digitais e suas potencialidades democráticas, visto que abrem o caminho para a descentralização dos fluxos informativos. Ao menos em tese, isso representa a ampliação das oportunidades de expressar, organizar e representar preferências e interesses políticos de uma maior variedade de minorias e grupos sociais. Ainda assim, o crescimento da adesão ao populismo autoritário observado nos últimos anos mostra que o mero acesso às redes digitais de produção e compartilhamento de conteúdo não garante um debate democrático ou poliárquico. De fato, a arquitetura dessas redes pode ser explorada de modo a propagar o oposto disso em discursos fortemente marcados pelos afetos relacionados ao ódio, ressentimento e exclusão. Esse tipo de uso da internet é apontado por Mounk (2019) como uma das condições de possibilidade para o sucesso da onda populista que atualmente passa por diversas democracias liberais.

Além desse impacto transformador da internet e suas redes sociais on-line, o autor também sugere que fatores como o crescimento da desigualdade, crises migratórias e os tensionamentos do que significa viver em um Estado-nação moderno contribuíram para a ascensão da onda populista. Para Mounk (2019), esse movimento diz respeito à reivindicação

de exclusividade na representação de um povo, traduzida numa democracia iliberal, ou democracia sem direitos. “A primeira grande suposição do pós-guerra parece estar errada: liberalismo e democracia não combinam tão bem quanto a maioria dos cidadãos — e muitos estudiosos — sempre presumiu” (MOUNK, 2019, p. 119).

O conceito de liberal utilizado pelo autor refere-se à proteção do Estado de direito e das liberdades individuais. Desse modo, o ponto central da análise está na percepção de que, paradoxalmente, projetos políticos antidemocráticos podem ser escolhidos pela vontade popular quando a opinião pública tende a ser contra os direitos ou interesses das minorias. Entretanto, embora haja uma certa crença no líder populista como único representante legítimo do povo, a vitória do populismo pode facilitar a transição para governos autocráticos. Afinal, depois que as possibilidades de oposição e contestação pública são minadas por meio do ataque às instituições liberais, não é difícil para um governo atentar contra a participação popular.

No que se refere à crise da democracia liberal, Mounk também tece críticas oportunas às próprias instituições cuja credibilidade anda em xeque. Para ele, o sistema se tornou menos democrático nas últimas décadas, uma vez que muitos temas importantes foram deslocados do âmbito da contestação política em direção ao poder crescente de agências burocráticas, bancos centrais, tribunais e instituições supranacionais (MOUNK, 2019). Isso significa uma guinada tecnocrática em regimes que acabam por isolar a tomada de decisão da vontade popular. Essa lógica excludente se legitima por meio da propaganda de uma ideologia neoliberal que costuma ser difundida por *think tanks*, políticos, acadêmicos e jornalistas alinhados aos interesses das elites econômicas.

No Brasil, o projeto correlato ao populismo autoritário ou à democracia iliberal a que os autores se referem é representado pela agenda do presidente Jair Bolsonaro. A política econômica liderada pelo ministro Paulo Guedes tende ao liberalismo ultraortodoxo que defende privatizações e reformas alinhadas aos interesses do mercado (DE BOLLE, 2019). Assim, enquanto na economia o governo se apresenta como liberal – com pautas que beneficiam as elites – nos costumes, a pauta é muito mais conservadora e tem potencial para afetar negativamente as liberdades e direitos de minorias.

Ainda que seja possível traçar paralelos com o populismo autoritário à brasileira, as reflexões de Mounk (2019), Norris e Inglehart (2019) referem-se mais especificamente ao contexto estadunidense e europeu, onde a imigração e o terrorismo assumem papéis de maior destaque na compreensão do fenômeno. No Brasil, além de questões identitárias e de uma versão reacionária da ortodoxia neoliberal, essa agenda também inclui um forte apelo aos

problemas relacionados à violência urbana e ao crime organizado, além do uso político da narrativa de combate à corrupção materializada na operação Lava Jato.

Enquanto nos Estados Unidos e em alguns países europeus o populismo autoritário parece ter surgido como um contraponto ao *establishment* (NORRIS; INGLEHART, 2019), no Brasil, a ascensão da onda conservadora que culminou na eleição do presidente Jair Bolsonaro contou direta ou indiretamente com o apoio das elites desde o golpe jurídico-midiático-parlamentar de 2016. Ainda que a campanha bolsonarista tenha se apresentado com uma retórica anti-establishment, na prática o seu projeto de poder está alinhado aos interesses da classe dominante.

Há um conjunto de valores específicos que caracterizam o discurso bolsonarista, marcado por um conservadorismo que se alia ao ideário neoliberal. A fim de propagar essa visão de mundo, seus adeptos aproveitam as formas de sociabilidade que surgem a partir do desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação. Nesse contexto, por mais que se ampliem as possibilidades comunicativas de grupos minoritários e historicamente silenciados, antigas hegemonias acabam sendo transpostas para o novo ecossistema de mídia. “A fluidez informativa possibilitada pelas tecnologias, portanto, não representa um bem comum e não desfaz, por si só, exclusões na periferia do capitalismo” (MORAES, 2004, p. 19).

A proliferação das peças de desinformação aparece como uma das práticas empregadas de forma estratégica nas redes digitais para a manutenção de uma hegemonia do pensamento neoliberal em meio às contradições do capitalismo e da consequente crise epistêmica do mundo contemporâneo. No Brasil, onde os resquícios do autoritarismo histórico ainda não foram superados, essa tendência encontra solo fértil para alimentar a radicalização de setores mais conservadores da sociedade e a fragilização de um sistema democrático que é relativamente recente.

O processo de deterioração da ordem democrática teve participação ativa das elites que detêm a propriedade dos principais veículos da grande mídia. Nesse sentido, o jornalismo tradicional ajudou a conduzir o golpe que culminou no *impeachment* da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016 (BIROLI; MIGUEL, 2017). O episódio deixou em evidência a influência de que ainda dispõe a imprensa tradicional apesar do ecossistema midiático marcado pela descentralização dos fluxos de informação e pelo acesso ampliado às dinâmicas de produção e compartilhamento de conteúdo. Por outro lado, a crise política também mostra que, mesmo ocupando um lugar privilegiado no agendamento dos assuntos discutidos na esfera pública, o jornalismo não é a única instituição envolvida na formação da opinião pública e das preferências políticas.

No Brasil, a fratura do experimento democrático iniciado nos anos 1980 contou com o engajamento de uma mídia que retornou a padrões de manipulação próprios das primeiras fases da transição política. No ambiente comunicacional modificado pelas inovações tecnológicas, esse retrocesso tanto mostrou a permanência do poder dos grandes veículos quanto revelou novas formas de resistência e de disputa pelos discursos públicos. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 211)

Os autores focam nas mudanças trazidas pelas tecnologias da informação e comunicação e ponderam que a centralidade dos conglomerados de mídia prova que as expectativas mais entusiastas e otimistas da democratização da mídia a partir da internet estão longe de serem realizadas. Ainda assim, é importante considerar o surgimento de formas de resistência às narrativas dominantes, uma vez que “os fluxos comunicativos e os espaços de decodificação de mensagens devem ser entendidos como arenas de conflito, nas quais há hegemonias, mas não monopólios” (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 38).

A relação entre os campos do jornalismo e da política não pode ser vista de forma determinista como nas teorias hipodérmicas dos efeitos totais. O ambiente em que as preferências políticas são produzidas é ocupado por diversas instituições. Além da grande mídia e das plataformas de redes sociais na internet, também desempenham papéis importantes os partidos, os agentes do Estado, os veículos de imprensa locais de menor porte, igrejas, sindicatos e associações comunitárias. Todos esses dispositivos podem servir para a produção ideológica que contribui na formação dos sujeitos com seus processos de identificação e tomada de decisão.

Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel (2017) reconhecem que, apesar da continuidade da hegemonia de veículos jornalísticos tradicionais, as mudanças ocasionadas pelas inovações tecnológicas nos meios de comunicação não podem ser negligenciadas. Primeiro porque essas transformações impactaram as fontes de financiamento do jornalismo convencional. Segundo porque as redes ampliaram as possibilidades de disputa de narrativas ao permitir que grupos à margem do agendamento da grande mídia também pudessem compartilhar suas próprias visões de mundo a um número de pessoas potencialmente alto por meio da internet.

A produção de conteúdo noticioso é apenas parte do conjunto mais amplo de transformações pelas quais passam as sociedades contemporâneas – de acordo com Dariusz Jemielniak e Aleksandra Przegalińska (2020), está em alta uma forma de organização em que os recursos ganham mais importância por seu valor de uso do que pelo valor de troca. Diversos modelos de negócios e plataformas digitais que permitem novas formas de sociabilidade

permeiam uma espécie de sociedade colaborativa, definida como “um fenômeno cada vez mais recorrente de grupos cooperativos emergentes ou duradouros, cujos membros desenvolvem certos padrões de relacionamento por meio da cooperação mediada pela tecnologia”¹⁵ (JEMIELNIAK; PRZEGALINSKA, 2020, p.11).

Nesse contexto, a informação, antes produzida numa perspectiva industrial e comercializada na lógica econômica da escassez, tornou-se um dos primeiros produtos a atingir o custo marginal próximo de zero. Nos termos definidos por Jeremy Rifkin (2014), isso significa dizer que o avanço da tecnologia permitiu que a produtividade dessa indústria chegasse a um nível tão elevado que o valor adicional para a “fabricação” de novas unidades do produto passou a ser praticamente nulo. Assim, a produção e a circulação de bens simbólicos operam hoje na perspectiva de uma economia cada vez mais marcada pela percepção de abundância.

Compreendemos a lógica da abundância em contraposição à da escassez, que tem organizado o pensamento econômico contemporâneo. Na perspectiva dominante, a economia trata da relação entre desejos humanos ilimitados que não podem ser atendidos em sua totalidade devido à escassez de recursos, o que leva à noção de que “não tem para todo mundo” (COSTA, 2018). Entretanto, dentro do próprio sistema capitalista, têm surgido diversos exemplos de modelos de negócios não centrados necessariamente na posse, mas que se desenvolvem em torno do acesso, do compartilhamento e da colaboração.

Inicialmente, essa dinâmica era mais óbvia no campo das atividades diretamente ligadas aos bens imateriais produzidos e reproduzidos pelas tecnologias digitais de comunicação, mas atualmente também atravessa ações como o compartilhamento de carros, aluguel de imóveis por temporada, produção e distribuição de energia elétrica a partir de contextos domésticos. Esses exemplos fazem parte de um ecossistema comunicativo e social que passa por muitas transformações, abrindo novas possibilidades de inovação e empreendedorismo (COSTA; ROCHA, 2019).

Não estamos defendendo que os modelos de negócios guiados pela lógica da abundância são capazes de garantir que todos tenham acesso a serviços e bens de consumo. Assim como a abertura do comum para os processos de vinculação social, essa lógica é desprovida de conotação positiva ou negativa. “A abundância é como uma ‘lente’ que permite observar formas de utilização que otimizem os bens (materiais e imateriais) e as habilidades” (COSTA, 2018,

¹⁵Tradução livre do original: “(...) an increasingly recurring phenomenon of emergent and enduring cooperative groups, whose members have developed particular patterns of relationships through technology-mediated cooperation.”

p.69). Trata-se, portanto, de uma perspectiva que amplia o escopo das possibilidades de usufruir dos recursos disponíveis para satisfazer desejos e necessidades humanas.

Embora Peter Diamandis e Steven Kotler (2012) argumentem que a tecnologia tem o potencial de elevar os padrões de vida básicos de todos os seres humanos do planeta, duvidamos fortemente que a elite econômica global que controla a maior parte dessas tecnologias esteja interessada em reverter as condições de extrema desigualdade que regem o mundo contemporâneo. Tanto que, atualmente, empreendimentos ligados ao que Trebor Scholz (2016) chama de “capitalismo de plataforma” têm sido frequentemente acusados de catalisar a precarização do trabalho – levando motoristas e entregadores de aplicativo a jornadas exaustivas e sem a proteção de vários direitos trabalhistas.

Ainda assim, é inegável que o aparato tecnológico abre um campo de possibilidades para diversos agentes de transformação social. A lente da abundância contemporânea está imbricada nas tecnologias digitais de comunicação, que permitiram o surgimento da dinâmica de conexão entre pares e diversas possibilidades de colaboração em rede. Entretanto, esse ecossistema comunicacional não é livre de contradições. O fenômeno da desinformação – que pode, inclusive, funcionar como um modelo de negócios bastante lucrativo – surge nesse contexto e se beneficia dessa lógica para distribuir o seu produto. Nunca foi tão acessível produzir e difundir conteúdo em rede. Assim, por serem baseados na lógica da escassez, os modelos tradicionais e centralizados de produção do jornalismo profissional não conseguem acompanhar o ritmo da desinformação – que é da ordem da abundância. É preciso repensar a prática jornalística num cenário de crise institucional, bem como no contexto de um ecossistema de mídia marcado pela descentralização.

Se, por um lado, a lógica da abundância afetou as fontes tradicionais de financiamento do jornalismo, por outro fez com que se multiplicassem os atores e as organizações jornalísticas que utilizam modelos alternativos de sustentabilidade financeira no contexto do que pode ser chamado de jornalismo pós-industrial (CAPOANO, 2018). Isso não quer dizer, entretanto, que todos os nós da rede de produção do conteúdo noticioso funcionem de forma homogênea, visto que – como já expusemos anteriormente – os veículos da grande mídia continuam gozando de uma posição privilegiada nesse ecossistema.

Ainda que o jornalismo enquanto instituição esteja em crise, o trabalho de seleção, apuração e organização do mundo da vida cotidiana em unidades de sentido ainda se faz necessário. As tecnologias digitais permitiram um crescimento exponencial na capacidade do aparato técnico de processar informação amplamente produzida e reproduzida a todo momento no âmbito do que tem sido chamado de *Big Data*. Mas esse volume de códigos não é

compreensível a olho nu. É preciso um trabalho de mineração de dados que requer disponibilidade de tempo e competências específicas normalmente atribuídas aos jornalistas de dados.

Mesmo quando não se trata de uma mineração de dados, mas sim de apuração de pautas ou de aspectos de um determinado assunto que não estão disponíveis on-line, ainda se pode contar com a figura de um repórter mais ou menos tradicional – desempenhando o papel de observar a realidade factual e produzir narrativas a partir de sua posição de sujeito discursivo.

Gerar informação é fácil, publicá-la tornou-se fácil. Mas blogs ou páginas em redes sociais são, para quase todos nós, muito mais uma forma de desabafar ou de falar com pessoas de nosso círculo mais próximo do que de reconfigurar o debate público. Essa desigualdade é mantida não por imperativos tecnológicos, mas pela divisão social do trabalho. Estamos longe de uma configuração na produção da informação que não implique essa divisão. E talvez possamos mesmo imaginar outros padrões para essa divisão, mas não seu desaparecimento. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 207)

Certamente, estamos hoje diante de um processo de redivisão social do trabalho, cujo combustível é o desenvolvimento tecnológico. Nesse contexto de transformações, “a autoridade jornalística se tornou mais individual e menos institucional, uma vez que o trabalho do jornalismo pode ser bem executado em ambientes que requerem pouco mais que uma repórter e seu notebook”¹⁶ (SCHUDSON, 2011, p. 217). Interpretamos, nessa reflexão de Schudson, o termo “institucional” como o aspecto organizacional dos veículos jornalísticos cujo modelo de negócios tem demonstrado a tendência de se afastar do paradigma industrial. A multiplicação dos profissionais *freelancers* e dos modelos pós-industriais de jornalismo não significa dizer, contudo, que as empresas e outras organizações de mídia perderam importância.

O jornalismo – e aqui nos referimos à instituição cultural abstrata, sem um CNPJ específico –, continua existindo e está cada vez mais presente em todos os lugares. A diferença é que o campo, que antes parecia ter atingido alguma estabilidade, está agora em franco movimento: novas práticas e papéis estão sendo tipificados. Ironicamente, enquanto as redações dos veículos estão sendo enxugadas e os profissionais estão cada vez mais precarizados, os recursos tecnológicos estão tornando o trabalho de reportagem mais eficiente do que nunca. E essa é apenas uma das contradições que podemos pontuar.

¹⁶Tradução livre do original: “Journalistic authority has grown more individual – and less institutional-based. The work of journalism can be done – and done well – in low-overhead settings that require little more than a reporter and her laptop.”

Possivelmente, a contradição mais relevante para este trabalho é a que diz respeito ao fenômeno da desinformação e as condições de possibilidade para o seu surgimento. Estamos falando de uma tendência que pode ser chamada de “hiperjornalismo” devido ao alargamento da prática jornalística em diversas subformas. Esses formatos têm aparecido sobretudo nas plataformas de redes sociais na internet e representam impactos culturais do jornalismo nos mais diversos campos de produção (ROXO; MELO, 2018).

A desinformação pode ser vista como um dos subprodutos do processo de hibridização acelerado pela convergência midiática e pela facilitação do acesso às tecnologias de produção e distribuição de informação on-line. Paradoxalmente, essa subforma híbrida se utiliza do código social do jornalismo ao mesmo tempo em que subverte um dos princípios mais fundamentais do campo: a veracidade, ou seja, a referencialidade em fatos verificáveis.

Vale destacar, no entanto, que esse princípio muitas vezes foi deixado de lado por atores do próprio campo jornalístico. É possível identificar diversos casos em que, na prática, veículos tradicionais utilizaram de sua posição para disseminar informações inverídicas ou distorcidas com o intuito de causar dano a determinados grupos sociais ou narrativas concorrentes (MORETTI, 2004; CHRISTOFOLETTI, 2018; ABRAMO, 2016).

Diante disso, impõe-se uma reflexão sobre o que, afinal, representaria a novidade no fenômeno da desinformação. Uma possível pista pode ser encontrada no contexto de intensificação da disputa de narrativas. Essa situação é catalisada pelo acesso facilitado às tecnologias de produção e compartilhamento de conteúdo que pode ser mobilizado no intuito de atribuir status de verdade aos enunciados que circulam nos espaços do comum. Nesse sentido, ainda que a grande mídia continue exercendo a hegemonia no agendamento das pautas do debate público, o jornalismo profissional encontra-se em crise enquanto enfrenta um acirramento dos embates com narrativas externas – não raro apresentadas na forma de ataques à legitimidade da imprensa tradicional.

Nunca foi tão fácil criar sites, blogs ou perfis em redes sociais on-line que utilizem formatos e linguagens jornalísticas para disseminar boatos ou informações enganosas. Com a economia do clique, criadores de conteúdos sensacionalistas são recompensados com maior volume de receita publicitária – o que, além de tudo, acabou tornando a desinformação um modelo de negócios bastante lucrativo. Mesmo quando não há interesses econômicos diretamente envolvidos, em volta desse tipo de conteúdo orbitam interesses políticos ou sociais. Frequentemente, os três tipos aparecem interligados.

Percebemos que o mero acesso às tecnologias que descentralizaram os fluxos de informação não basta para concretizar o potencial pluralista do debate num ideal de democracia

ou, pelo menos, num sistema que se pretenda mais realista como a poliarquia dahlsiana. Se a tecnicidade em si mesma fosse suficiente, haveria prosperado em nosso ecossistema midiático um uso muito mais civilizado e dialógico das redes digitais. Diversas visões de mundo deixariam de ser silenciadas e teriam melhores condições de disputar adesão no espaço público. A transmissão descentralizada de códigos na internet não implica na vitória do pluralismo e da diversidade de opiniões, porque seu uso depende em grande medida do contexto, da cultura política e social na qual está inserida essa dinâmica de redes.

Nesse sentido, não é raro que as categorias da desinformação e da crise epistêmica nas democracias liberais apareçam juntas em análises do momento político atual (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018; RECUERO, 2019; OLIVEIRA, 2020; SEIBT; DANNENBERG, 2021). A disseminação de informações falsas ou enganosas via internet contaminou o debate nas eleições que levaram ao poder populistas reacionários como Donald Trump nos Estados Unidos e Jair Bolsonaro no Brasil. Obviamente, não é nenhuma novidade a existência de campanhas mentirosas em processos eleitorais. Ocorre que hoje as técnicas de disseminação estão cada vez mais sofisticadas. A capacidade de desequilibrar o debate é potencializada pelo amplo alcance das redes digitais e a possibilidade de impulsionar conteúdos a determinados públicos com base em dados pessoais coletados muitas vezes sem o conhecimento desses indivíduos. O aparato técnico tem sido explorado para espalhar discursos de ódio que ajudaram a eleger governos que, sob vários aspectos, colocam em xeque a saúde da democracia em seus países.

Em tese, a capacidade de criar e/ou ampliar comunidades em escala global a partir das tecnologias da informação e comunicação vale para os mais diversos matizes de grupos sociais até então silenciados e marginalizados pela grande mídia – sejam eles minorias em busca de inclusão e justiça social ou adeptos de movimentos antidemocráticos. Isso porque “os mesmos meios de comunicação global, que são um instrumento indispensável para unir pessoas, também podem ser usados para semear ódio e medo, chauvinismo pelo próprio grupo e desprezo por outros”¹⁷ (SCHUDSON, 2011, p. 203).

No âmbito dos confrontos políticos, a desinformação surge como uma tática viável para que os atores envolvidos defendam as causas que consideram mais urgentes. Nesse sentido, há sujeitos que compartilham esse tipo de conteúdo de forma ingênua ou intencional justamente porque consideram que as consequências de uma vitória de seus adversários são mais graves

¹⁷Tradução livre do original: “(...) the same means of global communication, which is an indispensable instrument for bringing people together, can also be used to sow hate and fear, chauvinism for one’s own group and contempt for others.”

do que um eventual comprometimento da verdade factual. Segundo Mendonça e Freitas (2019), essa prática passou a fazer parte do repertório atual de confronto. O repertório diz respeito a um conjunto de possibilidades de ação que se apresentam como disponíveis para os atores políticos.

Tais conjuntos de ações são históricos e profundamente vinculados às configurações sociais, políticas, econômicas e tecnológicas da sociedade. Eles se atualizam por meio das práticas de sujeitos, que, processualmente, testam, cristalizam e deslocam táticas de ação, de modo a que estas se apresentem como imagináveis e utilizáveis em certos contextos. (MENDONÇA; FREITAS, 2019, p. 24)

Uma vez que esse repertório é corrompido por práticas que ameaçam o sistema democrático, é preciso atualizar ou criar novas táticas de ação se desejarmos promover um debate mais civilizado e plural. Nessa perspectiva, o jornalismo é um aliado estratégico. Apesar de a grande mídia ter tido papel ativo nos processos de deterioração da democracia brasileira que resultaram na ascensão do populismo bolsonarista, a instituição do jornalismo é fundamental para a manutenção de um regime político que promova possibilidades de contestação pública e condições para ampla participação popular. Tanto que está sendo constantemente ameaçado por investidas de grupos antidemocráticos. Mas, a julgar pela posição de prestígio de que ainda goza, certamente não foi derrotado.

Uma das reações do campo jornalístico é o fortalecimento de uma modalidade de reportagem: o *fact-checking*. Nos últimos anos, multiplicaram-se as agências de checagem de fatos, que se apresentam como iniciativas de combate ao fenômeno da desinformação. No entanto, via de regra as atividades seguem um modelo convencional de produção e distribuição de conteúdo – normalmente centrado no mesmo tipo de jornalismo profissional que faz parte da crise epistêmica contemporânea.

2 PERCURSO TEÓRICO-METODOLÓGICO DO EXPERIMENTO

Partindo da noção de que a prática jornalística se expandiu – podendo ser encontrada tanto no âmbito de estruturas organizacionais mais tradicionais como em dinâmicas emergentes menos institucionalizadas – é possível especular, de uma forma mais ampla, que os processos de construção discursiva em torno do valor de verdade acabaram se diversificando também. Se, na perspectiva do mundo moderno, os meios de comunicação de massa assumiram o papel de importantes porta-vozes dos acontecimentos compartilhados na dimensão da vida cotidiana, hoje essa realidade pode ser apreendida a partir de um ecossistema midiático bastante diversificado.

Ao longo dos últimos dois séculos, os jornais, o rádio e a televisão ajudaram a formar amplas comunidades em torno da legitimação de narrativas. Como esses meios se organizaram de modo a acompanhar a evolução do sistema de produção capitalista, o produto jornalístico foi predominantemente viabilizado em modelos industriais centralizados nas mãos dos proprietários de veículos de comunicação – o que facilitava a objetivação de um número limitado de realidades, geralmente alinhadas aos discursos hegemônicos. Com a internet, houve uma espécie de reconfiguração desse comum midiático, agora marcado pela lógica da abundância.

Isso não significa dizer que antes das tecnologias digitais não havia mídias alternativas e outras formas de resistência contra-hegemônica. Há diversos exemplos do que Cicilia Peruzzo (2008) define como formas de comunicação popular, alternativa e comunitária – com origem sobretudo em movimentos populares dos anos 1970 e 1980 na América Latina. Originalmente, trata-se de uma variedade de processos comunicacionais do povo e para o povo, concebido como segmento mais empobrecido da população geralmente mobilizado por meio dos movimentos e organizações sociais. Nessa categoria, já estavam incluídos jornais e rádios comunitários, alto-falantes, fanzines, bicicletas ou carros de som.

A partir da mudança de paradigma provocada pelo desenvolvimento das tecnologias da informação e comunicação, essas modalidades passam por transformações que implicam em continuidades e rupturas. Ainda que muitas vezes apareçam como sinônimos, os termos comunitário, popular e alternativo sempre guardaram especificidades que também podem mudar com o passar do tempo.

Nesse sentido, a comunicação popular caracteriza processos que emergem de organizações e movimentos emancipatórios de classes subalternas em busca da transformação de estruturas opressivas. Assim, toda comunicação popular é também alternativa, mas o inverso

dessa premissa nem sempre é válido. Dos anos 1960 aos 1980, a categoria da comunicação alternativa também costumava designar um tipo de imprensa não alinhada à grande mídia. Atualmente, há uma ampliação do que pode ser considerado popular e alternativo no âmbito da comunicação, uma vez que as tecnologias expandem e muitas vezes profissionalizam as práticas dos movimentos populares e/ou contra-hegemônicos (PERUZZO, 2008).

Já a questão da comunidade não é mais definida necessariamente por limites geográficos – ainda que estes continuem relevantes – e sim pelos sentimentos de pertença, participação e interesses em comum. Nesse sentido, Luzia Deliberador e Ana Carolina Vieira advertem:

(...) a comunicação comunitária é o canal de expressão de uma comunidade (independentemente de seu nível socioeconômico e território), por meio do qual os próprios indivíduos podem manifestar seus interesses comuns e suas necessidades mais urgentes. Deve ser um instrumento de prestação de serviços e formação do cidadão, sempre com a preocupação de estar em sintonia com os temas da realidade local. Por isso, sua característica principal é facilitar/estimular a participação ativa desses indivíduos enquanto produtores e receptores das informações. (DELIBERADOR; VIEIRA, 2006, p. 346)

Na perspectiva do estímulo à participação ativa, propomos um experimento centrado na formação de uma comunidade de checadores que se vinculam por meio do interesse compartilhado de combater a desinformação no contexto do desgaste democrático no Brasil. Trata-se de uma ação alternativa às práticas do jornalismo profissional e hegemônico, porque dá autonomia para que os próprios sujeitos se manifestem e produzam suas reportagens. Como em todo projeto de comunicação comunitária, há um forte elemento pedagógico. Sobre esse aspecto, Cicilia Peruzzo ressalta que “os conceitos da comunicação popular e comunitária e suas denominações derivadas trazem em seu âmago alguns dos princípios da educação libertadora de Paulo Freire” (PERUZZO, 2017, p. 9).

A autora relaciona um conjunto de princípios freireanos que são incorporados nas iniciativas no cruzamento entre comunicação popular, alternativa e comunitária. O primeiro deles é o diálogo, referente à visão epistemológica de Paulo Freire sobre a comunicação. Trata-se de uma dimensão que vai além da mera difusão de informações tanto na perspectiva da Educação como da Comunicação – passando pelo reconhecimento do outro como sujeito por meio da horizontalidade e da participação ativa na emissão e recepção de mensagens. Os demais princípios estão todos relacionados e falam do ser humano como sujeito, da criticidade, da comunicação para a prática da liberdade, da aderência à realidade e da transformação social como aspectos do pensamento pedagógico de Freire que foram absorvidos pela comunicação popular e comunitária. Nessa abordagem, o ser humano é tratado como sujeito a quem deve ser

dada a oportunidade de se conscientizar sobre a própria realidade, engajando-se nos processos de transformação social.

Esse direito de comunicar refere-se à recuperação do direito a ter voz, expressar-se autonomamente, sem esquecer que, em geral, o próprio resgate da voz, do poder de se manifestar e de ser ouvido, antecede e vai além de aparatos tecnológicos, mas os inclui. As tecnologias ampliam o potencial comunicativo, não resta dúvida e, ao mesmo tempo, o seu uso representa o acesso social ao patrimônio da humanidade e o exercício do direito à cidadania. (PERUZZO, 2017, p.11)

Corroborando com essa visão, Washington Uranga (2009) entende que a comunicação comunitária é indissociável da vocação política, da construção da cidadania e da participação social. Essa categoria se insere na arena das lutas simbólicas pelo poder nas quais, idealmente, deveriam estar inseridas múltiplas representações da diversidade de atores sociais que compõem o tecido social. “A comunicação contribui para a construção de consensos, mas também para a constituição de um espaço de diálogo na diferença”¹⁸ (URANGA, 2009, p. 181).

O pesquisador defende ainda que os comunicadores integrados ao campo popular e comunitário podem e devem oferecer, para além de aportes críticos, propostas de construção coletiva. Ele fala em estratégias de comunicação e educação que utilizem melhor as tecnologias disponíveis – ainda que reconheça que a comunicação não se reduz apenas às mídias e que o aparato técnico por si só não é suficiente para democratizar o debate público. O autor propõe ações para um ecossistema de mídia que contemple o horizonte da construção da cidadania:

Há um primeiro nível de estratégias que eu chamaria de diversidade comunicacional, entendidas como aquelas que nos permitem gerar espaços de livre manifestação, onde todas as vozes – ou a maior quantidade de vozes presentes na sociedade – possam se expressar. Essas estratégias de diversidade comunicacional têm a ver com o sistema de mídia, com a Universidade, com os espaços das organizações sociais, com o Estado. São lugares, espaços onde as diversas vozes podem se ouvir.¹⁹ (URANGA, 2009, p. 184)

Durante algum tempo, não eram poucos aqueles que anteviam no paradigma emergente das redes digitais a promessa de uma tão almejada diversidade comunicacional. Essa visão

¹⁸Tradução livre do original: “La comunicación colabora a la construcción de consensos, pero también a la constitución de un espacio de diálogo en la diferencia”.

¹⁹Tradução livre do original: “Hay un primer nivel de estrategias que yo llamaría de “diversidad comunicacional”, entendiendo por éstas, aquellas que nos permitan generar espacios de libre manifestación, donde todas las voces -o la mayor cantidad de voces presentes en la sociedad- puedan expresarse. Estas estrategias de diversidad comunicacional tienen que ver con el sistema de medios, con la Universidad, con los espacios de las organizaciones sociales, con el Estado. Son lugares, espacios donde las distintas voces puedan oírse.

otimista se concentrava nas potencialidades de democratização da mídia, sobretudo a inserção de uma multiplicidade de atores nas dinâmicas de enunciação que não precisam passar necessariamente pela mediação do jornalismo convencional. Nos últimos anos, entretanto, essa perspectiva tem sido cada vez mais ofuscada por análises mais pessimistas sobre os impactos que de fato essas tecnologias têm acarretado no tecido social. Nesse sentido, o que se observa de uma forma bastante evidente é que o aparato técnico tem sido utilizado para fomentar um ambiente antidemocrático, muito mais reativo que reflexivo, onde surgem novos modos de produção, compartilhamento e consumo de notícias muito pouco apegados a regulações ou padrões editoriais (SANTAELLA, 2018).

Ainda que a ética profissional seja negligenciada por jornalistas profissionais e veículos de imprensa em várias ocasiões, a credibilidade ainda é o bem mais precioso dessas organizações. Por isso, sob o risco de manchar sua reputação construída no longo prazo, os atores do campo do jornalismo não costumam perder de vista a correspondência do seu relato à verdade factual. Mesmo que vez ou outra ocorram “barrigadas”, com informações equivocadas publicadas por jornalistas, e que seja perfeitamente possível enganar o público com dados factualmente verdadeiros mas colocados fora de contexto, é preciso reconhecer e identificar o que a desinformação contemporânea apresenta de diferente daquilo que já era praticado no passado. Diferente de veículos de imprensa com uma reputação a zelar, há agentes de desinformação que frequentemente atuam de forma clandestina e descontínua em sites efêmeros e perfis falsos nas redes sociais on-line.

A origem do termo desinformação pode ajudar na compreensão do que ele representa atualmente: uma tática de guerra no âmbito do simbólico. A palavra já era utilizada para definir estratégias empregadas pelos soviéticos contra os Estados Unidos durante a Guerra Fria, quando informações eram deliberadamente distorcidas, manipuladas e implantadas no sistema de comunicação do oponente na expectativa de influenciar a tomada de decisão ou a opinião pública (CHRISTIE, 2019). Hoje, a prática continua sendo empregada pelos russos, mas também por outros atores – sejam eles estatais ou não-estatais, operando a partir de contextos estrangeiros ou domésticos.

Edward Christie (2019) enfatiza o desempenho atribuído à Rússia na inserção de propaganda hostil em países da União Europeia. “Comparado às campanhas de desinformação soviéticas da Guerra Fria, impressiona como foi fácil, rápido e barato para a Rússia conseguir alcançar audiências em um país ocidental”²⁰ (CHRISTIE, 2019, p. 4). A essa colocação,

²⁰Tradução livre do original: “Compared to Cold War-era Soviet disinformation campaigns, it is striking how easily, quickly and cheaply Russia was able to reach audiences in a Western country.”

acrescentaríamos o quão fácil, rápido e barato se tornou espalhar discursos de ódio e informações enganosas atribuídos também a outros tipos de agentes de desinformação, como aqueles ligados aos grupos que participam da política doméstica e se beneficiam do caos e da radicalização no debate público.

Nesse cenário, há quatro áreas de vulnerabilidade descritas pelo autor: 1) mensagens políticas individualizadas conforme o perfil do destinatário nas redes sociais; 2) a dinâmica de grupo e polarização política que podem ocorrer on-line ou off-line, tendo como características o viés de confirmação e a exposição seletiva; 3) a falta de transparência nos algoritmos das plataformas on-line e a possibilidade de criar perfis falsos, podendo estimular a autorradicalização e/ou a falsa impressão de que um determinado grupo político conta com mais adeptos do que de fato tem; e finalmente, 4) dinâmicas de disseminação de informações falsas.

Concebemos a desinformação como um fenômeno indissociável da dinâmica de distribuição de conteúdo nas redes digitais. Para o bem ou para o mal, a descentralização do fluxo informacional contribuiu para tensionar a força das narrativas que se pretendem portadoras exclusivas da verdade. Por isso, há um movimento dos discursos universalizantes no sentido de buscar legitimação por meio da intensificação de carga emotiva, o que contribui para catalisar a formação de bolhas e câmaras de eco.

Para potencializar a dinâmica distribuída das redes e ampliar capacidade de agência dos sujeitos, é preciso furar as bolhas. Defendemos essa postura como forma de combater – ou aprender a lidar com – o fenômeno da desinformação. Por isso, nossa proposta é viabilizar uma forma de organização que Chris Anderson (2012) descreve como comunidade aberta, em oposição ao modelo das empresas tradicionais. “Com a internet, você não precisa limitar-se à pessoa sentada no cubículo ao lado. Você encontra e explora as melhores pessoas, onde quer que estejam (...)” (ANDERSON, 2012, p. 171).

A diferença é que, no artefato que buscamos testar nesta pesquisa, a abertura não visa à seleção dos melhores numa lógica tecnocrática e neoliberal, mas sim à tentativa de estimular a disseminação da prática de checagem de informações a uma pluralidade de atores sociais. Mais do que um produto final, nosso objetivo é entregar um processo – um modelo que estimule a colaboração coletiva em torno de um objetivo comum. Trata-se de uma organização informal nos termos descritos por Chris Anderson:

A Web permite que as pessoas demonstrem o que podem fazer, independentemente da escolaridade e dos antecedentes. Também possibilita a formação de grupos de indivíduos, que passam a trabalhar juntos, com facilidade, fora do contexto de uma empresa, não importa que como

“trabalho” ou como “diversão”. E essas organizações mais informais estão muito menos sujeitas às restrições de geografia. (ANDERSON, 2012, p. 175)

Esse modelo de organização não envolve vínculos empregatícios formais nem remuneração – ao menos do tipo salarial a que estamos acostumados. Se, por um lado, essa abertura impõe alguns riscos e incertezas, por outro ela também facilita muito o surgimento e a implementação de ideias inovadoras. Por isso, optamos por experimentar uma forma de combate à desinformação com uma dinâmica de trabalho colaborativa e aberta. E nosso ponto de partida é uma prática que surgiu dentro do próprio campo do jornalismo profissional: a checagem de fatos.

2.1 A CONTRIBUIÇÃO DE UM MODELO DESCENTRALIZADO

A prática do *fact-checking* surgiu nos anos 1920 – pelo menos no contexto do jornalismo moderno ocidental – inicialmente como o trabalho de verificação dos fatos reportados nas matérias dos jornalistas. Essa primeira forma de checagem é atribuída a grandes revistas semanais estadunidenses, que no início do século XX contratavam checadores para avaliar a solidez das reportagens, garantindo a precisão dos relatos e funcionando como um controle de qualidade antes da publicação (MANTZARLIS, 2018). Mas um novo significado para a checagem de fatos no jornalismo estadunidense surge nas eleições presidenciais de 1992, quando o jornalista Brooks Jackson, então âncora da emissora CNN, comandava um quadro desmentindo falas falsas ou enganosas dos candidatos. O *fact-checking* deixava de ocorrer antes de algo ser publicado e passou a ser realizado depois que uma informação se torna pública (MANTZARLIS, 2018; SEIBT, 2019).

Já no início dos anos 2000, surgiram os primeiros sites inteiramente dedicados à verificação de informações utilizadas publicamente por políticos e atores governamentais. Em 2003, Brooks Jackson fundou o primeiro projeto dessa natureza de que se tem registro: o *FactCheck.org*. A iniciativa é vinculada ao Centro Annenberg de Políticas Públicas da Universidade da Pensilvânia. Desde então, outros projetos similares têm sido criados. Segundo o ex-diretor da International Fact-checking Network (IFCN) Alexios Mantzarlis (2008), mais recentemente, com a escalada das campanhas de desinformação na internet, as agências e demais iniciativas de checagem também passaram a realizar o que tem sido denominado *debunking* – ação de desbancar boatos que viralizam nas redes digitais.

Neste estudo, nos referimos à categoria do *fact-checking* como uma prática que inclui tanto a verificação das falas de pessoas públicas quanto ao desmascaramento de histórias fabricadas com o intuito de enganar e promover determinados discursos nas redes digitais. A checagem do tipo *debunking* está mais relacionada ao que o fenômeno da desinformação tem trazido de novidade para o ecossistema midiático. Mentiras e distorções de fatos sempre estiveram presentes nos discursos de políticos, já a viralização de boatos a partir de perfis anônimos ou inautênticos requer os recursos técnicos e os padrões de comportamento que só se tornaram possíveis a partir do crescimento das plataformas de redes sociais na internet.

O gênero da checagem de fatos reúne competências e habilidades que passam a ser exigidas dos jornalistas na passagem do paradigma do profissional *gatekeeper* para o do *gatewatcher*. Nessa transição, os profissionais deixam de ser os guardiões que selecionam o conteúdo que será veiculado nas mídias e passam a exercer um papel mais parecido com o de curadores que organizam as informações disponíveis em abundância nas redes digitais (BRUNS, 2003). Os checadores de fatos realizam, portanto, um trabalho que se apresenta como um filtro de credibilidade, fornecendo recursos para a interpretação de conteúdos que já são públicos na internet.

Dizer que a prática do *fact-checking* soluciona o problema da disseminação de informações falsas na internet é, no mínimo, questionável. Mas, embora algumas pesquisas apontem para a eficácia limitada das checagens no sentido de corrigir crenças equivocadas em decorrência de peças de desinformação (WALTER; TUKACHISKY, 2020), pesquisadores como Myojung Chung e Nori Kim (2021) defendem que o jornalismo de verificação pode ao menos desencorajar os usuários a compartilhar conteúdo avaliado como enganoso pelos checadores. Ainda assim, no contexto da desconfiança institucional e informacional que afeta os veículos jornalísticos, há também quem duvide que as agências e os profissionais do *fact-checking* sejam de fato credíveis.

Há estudos que apontam para uma eficácia limitada da checagem de fatos no combate ao fenômeno da desinformação (BRANDTZAEG; FØLSTAD; DOMÍNGUEZ, 2017; SHAO et al., 2016). Um dos obstáculos é o viés de confirmação, por meio do qual os sujeitos tendem a selecionar e interpretar as informações de modo a confirmar suas crenças e expectativas prévias. Assim, se um site de *fact-checking* publica uma verificação desfavorável à narrativa de um determinado grupo político, seus adeptos tenderão a desqualificá-lo por ser hostil à sua visão de mundo.

Além do viés de confirmação, há também um clima de caos informacional que leva alguns usuários a desconfiar de forma generalizada de qualquer informação on-line, incluindo

aquelas provenientes de órgãos da imprensa tradicional. O ceticismo específico com relação às agências de checagem é identificado por Brandtzaeg, Følstad e Domínguez (2017) numa pesquisa baseada tanto na percepção de jornalistas profissionais como de usuários de redes sociais on-line.

Os pesquisadores realizaram entrevistas com os primeiros e uma análise de conteúdo sobre postagens feitas pelos últimos. O estudo sugere que a desconfiança dos usuários de redes sociais sobre os checadores de fatos está ligada à crise mais ampla de legitimação da própria autoridade jornalística. Já a percepção dos jornalistas entrevistados é descrita com mais nuance, uma vez que pelo menos os profissionais que participaram da pesquisa reconhecem a utilidade das ferramentas de verificação e dos sites de checagem, mas enfatizaram que esses recursos devem ser apenas um ponto de partida para o trabalho de reportagem e não devem ser utilizados como fontes únicas e incontestáveis. Uma sugestão para fortalecer a credibilidade das checagens é aumentar a transparência do processo, o que pode ser potencializado inclusive com a participação cidadã:

Serviços de verificação e checagem podem se beneficiar do envolvimento de usuários profissionais e leigos. Os usuários podem participar sugerindo conteúdo para *fact-checking* ou verificação, o que já é uma opção em algumas iniciativas de checagem. Além disso, os usuários podem sugerir argumentos adicionais a favor ou contra as conclusões do checador, permitindo uma abordagem mais colaborativa nos vereditos sobre o que é fato ou não em questões mais complexas. Isso seria um caso de cocriação de *fact-checking* com os usuários em vez de *fact-checking* para os usuários.²¹ (BRANDTZAEG; FØLSTAD; DOMÍNGUEZ, 2017, p. 17)

A transparência do processo de checagem também é destacada por Taís Seibt (2019) como grande mérito desse gênero de reportagem se comparado às práticas vigentes no paradigma do “jornalismo de comunicação” – que emerge a partir dos anos 1970, paulatinamente se sobrepondo ao modelo industrial do “jornalismo de informação” e passando a refletir um ecossistema midiático marcado pela crescente hiperconcorrência e maior influência do capital financeiro nas escolhas editoriais. Segundo ela, uma das fragilidades desse paradigma é a reprodução do jornalismo meramente declaratório ou que apele para emoções e crenças no intuito de ampliar a audiência. Nessa perspectiva, a pesquisadora investiga se o

²¹ Tradução livre do original: “Verification and fact-checking services may benefit from involving both professional and lay users. Users could participate in suggesting content for fact-checking or verification, as is currently an option in some of the fact-checking services. Additionally, users could be involved in suggesting additional arguments pro or contra the conclusions of the fact-checker in order to allow for a more collaborative approach in reaching verdicts concerning what is fact or not in more complex questions. This would be an instance of co-fact-checking creation with users instead of fact-checking creation for users.”

modelo de “jornalismo de verificação” poderia ser considerado um novo paradigma, chegando à conclusão de que “há mudanças importantes em curso, mas seria precoce afirmar que elas são significativas o bastante para impulsionar uma mudança estrutural do jornalismo” (SEIBT, 2019, p. 234).

Ainda assim, a autora avalia que, atualmente, os sites de *fact-checking* foram alçados à posição de “árbitros da verdade”. De fato, algumas das agências de checagem têm sido inclusive inseridas nas estratégias de combate à desinformação adotadas pelas plataformas de redes sociais on-line, além de convidadas por parlamentares a participar do debate de propostas como a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na Internet. Popularmente conhecido como “Lei das Fake News”, o projeto de lei já foi aprovado no Senado e hoje tramita na Câmara dos Deputados.

No Brasil, o primeiro projeto inteiramente dedicado à checagem de fatos foi o blog Preto no Branco, do jornal O Globo. A iniciativa atuou nos anos de 2014 e 2015, com o objetivo de checar a veracidade dos discursos de políticos em campanha (DOURADO, 2019). Desde então, diversas iniciativas têm surgido com trabalhos perenes ou temporários, sobretudo em anos eleitorais. De acordo com o levantamento do projeto Reporter’s Lab²² da Duke University, nos Estados Unidos, até 17 de outubro de 2021, havia 349 organizações de checagem funcionando no mundo inteiro – sendo nove delas brasileiras concentradas nas cidades de Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo. É importante ressaltar, entretanto, que esse levantamento não abarca todas as iniciativas existentes.

O Reporter’s Lab é uma base de dados mantida pelo Centro DeWitt Wallace para Mídia & Democracia, localizado na Duke University. O projeto lista iniciativas de checagem utilizando critérios semelhantes aos do código de princípios da International Fact-Checking Network (IFCN), uma rede internacional de checagem de fatos mantida pelo Instituto Poynter que verifica organizações que se enquadrem dentro do que considera um “padrão de excelência”. O código de princípios da IFCN²³ possui cinco pontos que são exigidos das iniciativas que desejam ser signatárias:

- a) Apartidarismo e equidade na checagem;
- b) Transparência das fontes utilizadas na verificação;
- c) Transparência das fontes de financiamento do projeto;
- d) Transparência da metodologia de checagem;
- e) Compromisso com uma política de correções do trabalho publicado.

²² Disponível em <<https://reporterslab.org/fact-checking/>> Acesso em 17 out 2021.

²³ Disponível em <<https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/>> Acesso em 12 jul 2020.

O papel central da IFCN na expansão e normatização da atividade de checagem em escala global exemplifica como funcionam os processos que buscam a manutenção da hegemonia do discurso neoliberal em meio a uma flagrante crise institucional. Nessa perspectiva, Afonso Albuquerque (2021) problematiza que, apesar de as agências de fact-checking se apresentarem como promotoras da conscientização do público, na prática elas costumam funcionar como uma espécie de “ministério da verdade corporativa” – deixando de verificar o conteúdo produzido por empresas jornalísticas tradicionais supostamente “neutras” e focando sobretudo em declarações de agentes políticos e veículos de imprensa alternativos alinhados à extrema-direita ou à esquerda. Assim, ele argumenta que:

(...) na sua versão hegemônica, o combate às *fake news* se constitui como uma parte especializada de um projeto de construção da verdade consistente com os princípios gerais do projeto de globalização neoliberal. Esse projeto, que mobiliza um amplo arco de agentes em escala global e local, afirma o seu conceito de verdade de maneira tecnocrática e em oposição a qualquer alternativa que se apresente ao neoliberalismo, à direita e à esquerda. Embora sem os excessos retóricos que caracterizam os movimentos de extrema-direita contemporâneos, o projeto de construção da verdade que analisamos aqui não é menos autoritário. (ALBUQUERQUE, 2021, p. 137)

A crítica à atividade da checagem de fatos recai principalmente sobre as forças capazes de obstruir a potência criativa do comum preconizada por Muniz Sodré e o pluralismo característico da poliarquia dahlsiana. O risco do pensamento único é evidenciado quando se concede a um único grupo o poder de determinar o que é verdadeiro – neste caso, segundo a perspectiva neoliberal dominante nos diversos campos da vida social, como a política, o direito, a comunicação social, etc. Essa hegemonia é fruto da influência e do esforço articulado entre instituições como o Banco Mundial, organizações criadoras de *rankings* globais, fundações que fomentam o capitalismo acadêmico, um Judiciário com cada vez mais importância política e organizações jornalísticas tradicionais (ALBUQUERQUE, 2021).

De acordo com Taís Seibt (2019), por mais que se tente empregar método e linguagem “objetivos”, há decisões editoriais que podem ser percebidas mais claramente sobretudo na seleção de pautas de checagem e nas etiquetas que classificam as informações em graus de veracidade. Acreditamos que todos os agentes públicos são passíveis de cometer imprecisões em seus discursos, e que suas falas podem ser verificadas em diferentes níveis de rigor – nesse sentido, a suspeita é de que o peso das checagens possa ser maior contra discursos que fazem oposição ao projeto neoliberal.

Um caso que tem sido lembrado para reforçar esse argumento é a checagem da agência Lupa sobre a informação de que o advogado argentino Juan Grabois teria tentado entregar ao ex-presidente Lula um terço enviado pelo Papa Francisco. Inicialmente, a reportagem utilizou a etiqueta “falso” com base em uma única fonte: uma nota da agência de notícias do Vaticano. Por conta disso, os veículos Brasil 247, Revista Fórum e Diário do Centro do Mundo tiveram suas matérias retiradas do *Facebook* e o alcance de suas publicações foi reduzido na plataforma. A reviravolta veio no dia seguinte, quando a *Vatican News* apagou a primeira nota e publicou um texto afirmando que Grabois queria levar para Lula o terço abençoado e algumas palavras do pontífice. Como a agência não foi clara sobre a intenção do Papa de presentear o petista, a Lupa mudou a etiqueta para “De olho” e nunca mais retomou a pauta. Grabois publicou no *Twitter* uma carta de duas páginas pedindo a retratação do Vaticano. (CARVALHO; ALBUQUERQUE; SANTOS JR., 2020; SEIBT, 2018).

O exemplo ilustra como a atividade de checagem está sujeita a erros e vieses. Chanceladas pelas grandes plataformas de mídia e outras instituições promotoras da hegemonia neoliberal, as agências elaboram narrativas que pretendem desbancar não apenas o discurso da mídia alternativa de extrema-direita, mas também o conteúdo difundido pelos veículos ligados ao campo progressista que faz oposição aos ditames do neoliberalismo. Assim, o modelo de *fact-checking* que tem sido frequentemente alçado à posição de “árbitro da verdade” faz coro a uma lógica tecnocrática.

A tecnocracia difere do populismo, porque se configura como uma forma de poder exercida por “especialistas” em detrimento da participação popular – considerando que os populistas costumam adotar uma noção bastante restrita de “povo”. Contudo, tanto a tecnocracia quanto o populismo possuem uma visão monolítica e anti-pluralista da sociedade (BERTSOU; CARAMANI, 2020). Assim, ao estabelecer critérios e normas rígidas para o que deve ser considerado “*fact-checking* de qualidade”, instituições como a IFCN colaboram para institucionalizar uma visão única sobre o jornalismo de verificação e recaem sobre o mesmo paradigma que contribuiu para o crescimento da onda populista e autoritária, agravando a crise do sistema democrático.

Apenas três agências brasileiras são signatárias da IFCN: Lupa, Aos Fatos e Agência Pública – Truco. Como esta última iniciativa funcionou apenas até o ano de 2018, as duas primeiras foram selecionadas na fase exploratória deste estudo a fim de subsidiar a criação da nossa própria metodologia de checagem de fatos, considerando que seria necessário implementar adaptações para atender as especificidades de uma proposta descentralizada e colaborativa que busca fazer um contraponto à perspectiva tecnocrática dos “árbitros da

verdade”. Com esse propósito em mente, analisamos as seções de apresentação nos sites dos dois veículos – buscando, sobretudo, compreender as diretrizes de checagem que ambos afirmam adotar, bem como os modelos de financiamento relatados por cada organização.

Vimos que a Lupa se apresenta como uma empresa especializada em *fact-checking* fundada em 1º de novembro de 2015. De acordo com informações disponíveis na seção de perguntas frequentes do site²⁴, até o ano de 2018, a agência recebeu apoio financeiro da Editora Alvinegra, empresa fundada pelo bilionário João Moreira Salles para publicar a Revista Piauí. Hoje, as fontes de receita relatadas são a venda de reportagens para outros meios de comunicação, a oferta de palestras e workshops por meio do programa LupaEducação e projetos realizados com grandes plataformas como *Google* e *Facebook*.

Já “Aos Fatos” se apresenta como uma microempresa tributada pelo Simples Nacional e registrada como agência de notícias. A organização foi fundada em julho de 2015. Na página “Quem somos” em seu site²⁵, a agência afirma possuir um modelo híbrido de financiamento, que inclui o programa de apoiadores “Aos Fatos Mais”, parcerias editoriais e projetos de tecnologia encubados no programa “Aos Fatos Lab”. A organização diz ter faturado cerca de R\$ 700 mil no ano de 2019, entre *grants*, parcerias de mídia e prestações de serviço pelo “Aos Fatos Lab”. O valor teria sido aplicado na remuneração de jornalistas, desenvolvedores, eventuais *freelancers* e designers, além da aquisição de equipamentos, despesas administrativas, tributárias e estruturais.

Quanto à metodologia, ambas as agências relatam adotar procedimentos de seleção relativamente vagos: as informações a serem verificadas são escolhidas conforme a sua relevância para o interesse público, o perfil de quem as proferiu (autoridades públicas e personalidades de destaque nacional têm preferência) e o tamanho da repercussão desse conteúdo nas mídias. Tanto a Lupa quanto Aos Fatos excluem do escopo de checagem opiniões e previsões de futuro. A Lupa acrescenta que também não checa conceitos amplos – especificando os tipos de informação que apura: documentos históricos, dados estatísticos e comparações ou afirmações sobre a legalidade ou constitucionalidade de um fato. As duas organizações adotam como padrão a transparência das fontes utilizadas, acessíveis em links ao longo do texto (no caso da Lupa) ou no fim da matéria (caso de Aos Fatos). A ideia é que os leitores possam auditar todo o processo de checagem, percorrendo o mesmo caminho de verificação do repórter.

²⁴ Disponível em <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/quem-somoss/>> Acesso em 11 jan 2021.

²⁵ Disponível em <https://www.aosfatos.org/quem-somos/> Acesso em 11 jan 2021.

Uma das particularidades da metodologia informada pela Lupa é o foco quase exclusivo no uso de fontes oficiais – mesmo quando não há bases de dados disponíveis em transparência ativa, os repórteres são orientados a recorrer à Lei de Acesso à Informação (LAI) e assessorias de imprensa. Como formas complementares de apuração, pode-se pedir a análise de especialistas e ir a campo com equipamentos fotográficos, de áudio e/ou vídeo. Quando se trata da apuração de falas de políticos e autoridades públicas, a agência também solicita a posição oficial de quem teve alguma declaração checada.

A metodologia descrita por Aos Fatos utiliza a expressão genérica “fontes de origem confiável” para orientar os checadores em suas apurações. As fontes oficiais são consultadas conforme a necessidade e, se não forem consideradas suficientes, os repórteres devem recorrer a fontes alternativas. A agência sistematiza seu método em sete passos, que começam com a seleção de informações a serem checadas e uma consulta prévia a quem as divulgou. Em seguida, parte-se para as etapas de busca por fontes, contextualização e classificação da fala ou boato em categorias pré-estabelecidas.

As agências adotam etiquetas para classificar o grau de veracidade das informações. As da Lupa são “falso”, “contraditório”, “exagerado”, “subestimado”, “insustentável”, “verdadeiro, mas”, “verdadeiro”, “ainda é cedo para dizer” e “de olho”. Já as etiquetas de Aos Fatos são: “falso”, “contraditório”, “exagerado”, “insustentável”, “distorcido”, “impreciso” e “verdadeiro”. O uso dessas categorias sugere uma tentativa de abarcar a complexidade informativa das declarações e boatos, reconhecendo e apontando onde há factualidade nas informações supostamente mentirosas e onde há incorreções nas frases supostamente verdadeiras. Entretanto, esse aspecto se destaca pelo potencial para subjetividade dos checadores, bem como escolhas editoriais do veículo que podem trair os ideais de neutralidade e independência.

Nossa pesquisa se apropriou de elementos dessas duas metodologias para elaborar um conjunto de diretrizes que pudesse orientar os colaboradores na primeira aplicação do nosso modelo de checagem de fatos descentralizado e colaborativo. Uma das principais peculiaridades do nosso experimento de *fact-checking* é que não organizamos o trabalho em torno de uma estrutura empresarial como a das duas agências analisadas, que dispõem de equipe de profissionais com vínculo empregatício e pagamento de salários. Em vez disso, nossa proposta se inspirou no modelo de organização em comunidades abertas com dinâmica distribuída.

Outra diferença fundamental entre a nossa proposta e a das agências de checagem nacionais é o fato de não exigirmos um perfil apartidário dos colaboradores. Uma vez que a

nossa intenção era instaurar um espaço em comum no qual o processo de checagem de fatos pudesse ser construído de forma aberta, colaborativa e democrática – e por isso pluralista –, então todos os partidos e ideologias do espectro político local seriam bem-vindos ao debate. Entretanto, como forma de imprimir autenticidade às discussões, o projeto exigiu transparência quanto às filiações partidárias e vínculos institucionais dos colaboradores.

Além disso, destacamos a particularidade de que, no modelo colaborativo, uma mesma fala ou boato poderia receber avaliações distintas e até mesmo divergentes. Isso porque a plataforma que idealizamos organizou as pautas em formato de fórum, um espaço que todos os colaboradores podiam acessar para tornar públicas as suas reportagens. Assim, uma mesma informação podia ser checada por várias pessoas, que poderiam não concordar entre si sobre a veracidade do conteúdo objeto de apuração – mas precisavam necessariamente seguir as diretrizes de checagem propostas pelo projeto.

Quanto à seleção de pautas para checagem, assim como nas agências nacionais analisadas de forma preliminar, também utilizamos como critério amplo a relevância para o interesse público. Entretanto, enquanto Lupa e Aos Fatos costumam buscar assuntos de abrangência nacional, nós desenvolvemos um trabalho com foco nas informações relevantes para o contexto local do município de São Luís/MA e no âmbito do processo eleitoral para os cargos de prefeito e vereador.

Até o início desta pesquisa, ainda não havia na capital maranhense nenhum projeto dedicado à prática do *fact-checking*. Identificamos nessa lacuna uma oportunidade para experimentar um modelo de checagem inovador no âmbito do jornalismo local. Esse modelo seria posto em prática por meio de uma plataforma on-line que atendesse às particularidades da proposta. Como a intenção nessa fase era dar destaque a assuntos de interesse regional, a plataforma foi batizada de “Sem Migué” – fazendo referência a uma palavra bastante popular utilizada para se referir a uma mentira, pegadinha ou tentativa de enganar.

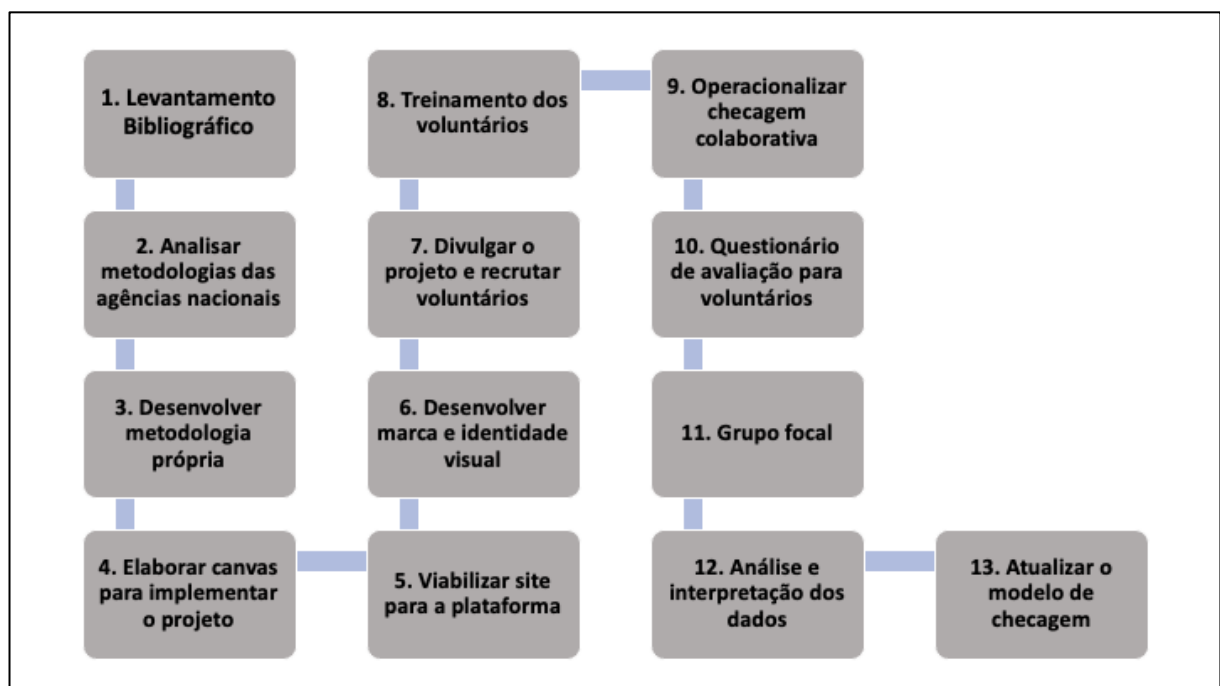
2.2 METODOLOGIA: CONSTRUINDO UM MÍNIMO PRODUTO VIÁVEL

A proposta metodológica da pesquisa está de certo modo alinhada à tentativa de superar a visão tecnocrática que por vezes também prevalece no ambiente acadêmico. Ao refletir sobre a reconquista da legitimidade da universidade no contexto da expansão do capitalismo global no século XXI, Boaventura de Sousa Santos (2004) inclui a pesquisa-ação entre as áreas estratégicas. A prática é apresentada de forma articulada com os eixos da extensão e da ecologia de saberes capazes de contribuir para uma reforma democrática. “A pesquisa-

ação consiste na definição e execução participativa de projetos de pesquisa, envolvendo as comunidades e organizações sociais populares a braços com problemas cuja solução pode beneficiar dos resultados da pesquisa” (SANTOS, 2011, p. 74).

Gil (2008) defende que há margem para maior flexibilidade na pesquisa-ação, por isso pode ser difícil planejá-la com fases ordenadas cronologicamente. De todo modo, conseguimos organizar este trabalho em um plano de ação com etapas bem definidas, ainda que em alguns momentos elas tenham ocorrido de forma concomitante ou que pontualmente tenhamos retrocedido a uma fase anterior na tentativa de aperfeiçoar os processos. O plano previa as seguintes ações: levantamento bibliográfico, análise das metodologias das agências Lupa e Aos Fatos, desenvolvimento de uma metodologia de checagem para o Sem Migué, elaboração de um canvas para organizar a implementação do projeto, viabilização de um site para a plataforma, desenvolvimento de marca e identidade visual, divulgação do projeto e recrutamento de voluntários, treinamento dos voluntários, operacionalização da checagem colaborativa na plataforma, aplicação de questionário de avaliação entre voluntários, grupo focal, análise e interpretação dos dados, atualização do modelo de checagem.

Figura 1 – Passo a passo do Projeto Sem Migué



Fonte: Elaborado pelo autor.

A fase exploratória do estudo foi contemplada nas duas primeiras etapas. Em seguida, o desenvolvimento de um mínimo produto viável foi realizado por meio das etapas de 3 a 6. A

operacionalização da plataforma colaborativa ocorreu após o recrutamento e treinamento de voluntários – embora este último tenha se estendido ao longo do experimento na forma de aconselhamento a alguns checadores. A coleta de dados para análise foi feita a partir de métricas do site da plataforma Sem Migué, questionários aplicados com os participantes do projeto, grupo focal e observação participante.

Ainda que, tradicionalmente, a observação participante seja relacionada à presença prolongada do pesquisador em campo para um contato direto com os informantes e observação qualitativa de situações e comportamentos (JACCOUD; MAYER, 2008), nesta pesquisa conduzimos esse processo de forma remota. A situação se justifica pelo fato de que, naquele momento, vivenciávamos um contexto de distanciamento social imposto pela pandemia de Covid-19 e a natureza do nosso objeto permitia que o estudo fosse realizado por meio das plataformas de comunicação digital.

A fase exploratória da pesquisa foi fundamental para a idealização das características que tínhamos a intenção de implementar na plataforma Sem Migué. Era necessário contemplar funcionalidades que possibilitassem a dinâmica distribuída do trabalho de *fact-checking*, para que qualquer pessoa com acesso à internet e conhecimento técnico suficiente pudesse contribuir com suas próprias reportagens nos fóruns de checagem. O estudo descritivo da metodologia das agências signatárias da IFCN no Brasil forneceu uma base de apoio para a criação das nossas próprias diretrizes de verificação. Graças à parceria com a Superintendência de Tecnologia da Informação (STI) da UFMA e com o Laboratório de Design Social (LABDES), transformamos o modelo em um mínimo produto viável (*mvp*) e traçamos um plano de ação para testá-lo.

No modelo de checagem que pretendíamos implementar na plataforma Sem Migué, nós previmos a criação de um site para publicação de fóruns de *fact-checking*, contendo ferramentas para o cadastro dos nossos voluntários em usuários devidamente identificados com perfis públicos, além de um usuário moderador para que este pesquisador pudesse organizar o fluxo de publicações. Todos esses requisitos foram contemplados no mínimo produto viável testado no experimento. Também havíamos planejado implementar as funções de “curtir” as postagens dos colaboradores e de gerar um ranking automatizado das etiquetas mais utilizadas em cada fórum. Entretanto, essas funcionalidades ficaram de fora desta primeira versão por falta de recursos humanos e financeiros para viabilizá-las. Um pouco mais adiante, sistematizaremos o modelo idealizado inicialmente em um quadro explicativo (Figura 2).

Um elemento importante da plataforma é a metodologia de checagem, que incorporou algumas diretrizes das agências Lupa e Aos Fatos, adaptando-as conforme os propósitos da

pesquisa. Desse modo, as nossas diretrizes foram descritas em um documento²⁶ organizado em seis tópicos: 1) seleção, 2) fóruns de verificação, 3) fontes de checagem, 4) etiquetas, 5) autonomia dos colaboradores e 6) moderação dos comentários.

Assim como nos veículos de checagem nacionais, priorizamos na seleção de pautas as informações proferidas nas falas de figuras públicas como políticos e autoridades públicas, além de boatos que eventualmente circulassem pelas redes sociais on-line. Não checamos opiniões ou previsões. Como o experimento seria realizado durante período da campanha eleitoral, buscamos apenas assuntos relevantes para as eleições municipais de São Luís e excluímos dessa seleção promessas de candidatos. Para serem cadastradas nos fóruns, as informações teriam que ser verificáveis a partir de documentos e bancos de dados públicos e confiáveis.

Reconhecemos a dificuldade de definir com precisão que tipo de fonte ou base de dados seria confiável. Entretanto, no processo de checagem há uma necessidade de buscar informações credíveis que sirvam de embasamento e permitam ao público auditar o processo. Assim, a metodologia da plataforma Sem Migué orientou os colaboradores a priorizar os dados oficiais disponibilizados por órgãos públicos ou estudos realizados por instituições e/ou atores cujos saberes e competências sejam reconhecidos em uma determinada área do conhecimento. Mas não se deve perder de vista que sempre haverá a possibilidade de questionar a veracidade dessas informações. Afinal, como já defendemos anteriormente, a disseminação de conteúdo enganoso não advém apenas de agentes estrangeiros ou grupos domésticos externos ao *establishment*, podendo ocorrer inclusive a partir de órgãos governamentais. A contestação aos dados oficiais duvidosos é possível no âmbito de um modelo colaborativo e descentralizado de *fact-checking* como o nosso, contanto que sejam fornecidas provas legítimas.

A metodologia de checagem preconizou ainda que cada fórum devia corresponder a uma única informação – por exemplo, uma única frase do discurso de um candidato ou, no caso de um boato, somente o aspecto-chave que é posto em dúvida. Esse requisito tinha o objetivo de fazer com que todos os participantes de um mesmo fórum tivessem o mesmo parâmetro para apurar e avaliar o conteúdo, permitindo ao público leitor comparar como diferentes atores podem checar uma mesma informação.

Já a escolha das fontes de checagem precisava ser guiada pela transparência. Assim, os colaboradores foram orientados a incluir sempre os links do material utilizado – caso não estivessem disponíveis on-line, era preciso compartilhar *prints*, fotos, áudios e outros tipos de registro, deixando claro como as informações haviam sido obtidas. Era terminantemente

²⁶ Disponível em: <<https://portalpadrao.ufma.br/labjor/sem-migue/metodologia>> Acesso em 11 jan 2021.

proibida a utilização de fontes anônimas. Assim como a Lupa, definimos que as fontes oficiais deveriam ser sempre consultadas. Mas, com base nas diretrizes de Aos Fatos, decidimos que fontes alternativas também deveriam ser consideradas sempre que possível, sobretudo se as oficiais fossem comprovadamente insuficientes ou se houvesse motivos legítimos para não acreditar em sua credibilidade. Nesse caso, a instrução era utilizar fontes primárias – por exemplo, estudos científicos, relatórios e outros registros de organizações e pessoas que produzem conhecimento ou estão diretamente envolvidas na situação verificada e, portanto, possuem legitimidade para falar sobre o assunto. Os participantes também eram encorajados a utilizar mais de uma fonte sempre que possível.

Definimos cinco etiquetas que deveriam ser atribuídas pelos colaboradores a cada informação no início das postagens nos fóruns. Os dados poderiam ser classificados como: verdadeiro, descontextualizado, exagerado, não dá para afirmar – quando não houvesse dados públicos disponíveis para comprovar a veracidade – ou falso.

O quinto tópico da metodologia explicitava a autonomia dos checadores para publicar as suas próprias reportagens. Os posts eram de responsabilidade de cada autor, que teria sempre seu nome identificado juntamente com suas checagens. A plataforma também deveria disponibilizar um perfil de todos os colaboradores, expondo vínculos institucionais de trabalho, filiação partidária, associação comunitária ou qualquer outra natureza relevante para a transparência da iniciativa.

Por fim, as diretrizes de trabalho do projeto Sem Migué deixavam clara a política de moderação das postagens feitas pelos colaboradores voluntários nos fóruns. As checagens não eram submetidas à revisão prévia e aprovação antes de serem publicadas, mas o moderador tinha a prerrogativa de excluir contribuições que divulgassem dados pessoais de terceiros ou manifestassem qualquer tipo de discurso de ódio em virtude de gênero, cor, etnia, credo e orientação sexual.

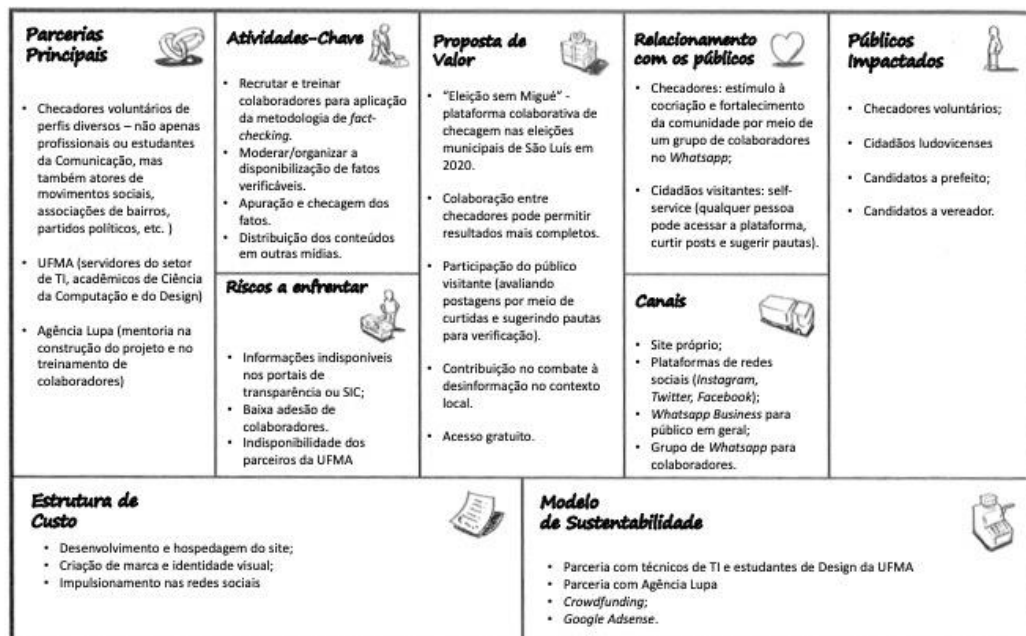
Definida a metodologia de trabalho no âmbito da plataforma, elaboramos o plano de ação do primeiro experimento com a plataforma Sem Migué em três etapas. A primeira foi o recrutamento e treinamento dos checadores voluntários – ambos por meio da internet. A segunda diz respeito à operacionalização do trabalho de checagem colaborativa, incluindo seleção de pautas, abertura de fóruns e moderação da plataforma. Já a terceira etapa corresponde à análise dos resultados da experiência com esse *mvp*, fornecendo subsídios para a reformulação e aperfeiçoamento do modelo, cuja versão atualizada poderá ser testada – reiniciando o ciclo.

O propósito desse plano de ação foi experimentar um protótipo do principal artefato proposto nesta pesquisa: o modelo de *fact-checking* colaborativo e descentralizado. Nesse

sentido, buscamos viabilizar uma plataforma que permitisse a verificação dessas ideias em um estudo empírico. Para materializar o *mvp*, utilizamos como base o *Canvas* para modelos de negócio proposto por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur (2011), que tem servido para compreender e redesenhar não apenas iniciativas do mundo empresarial e corporativo, mas também organizações sem fins lucrativos e mesmo projetos cívicos e acadêmicos, como é o caso deste trabalho.

Após algumas adaptações estratégicas, chegamos ao quadro a seguir. Na sequência, explicaremos as nossas escolhas para cada um dos nove tópicos que compõem esse quadro.

Figura 2 – Modelo Canvas do projeto Sem Migué



Fonte: Elaborado pelo autor.

2.2.1 Públicos Impactados

Osterwalder e Pigneur (2011) denominaram este primeiro componente de “segmentos de clientes”. A fim de adaptarmos esse elemento à lógica de um projeto de pesquisa e extensão sem fins lucrativos, adotamos aqui a nomenclatura “públicos impactados”. A modificação ocorreu porque percebemos que as relações de consumo não seriam predominantes e que outros tipos de vínculo seriam formados entre os atores envolvidos no processo.

Partindo das categorias defendidas por David Graeber (2016) para os fundamentos morais das relações econômicas, buscamos compreender essas vinculações como diferentes

combinações de princípios que organizam a vida em comunidade. Com frequência, costuma-se reduzir a economia e a vida social a uma lógica de reciprocidade característica do princípio da troca. Entretanto, assim como Graeber, consideramos que as sociabilidades podem se apoiar sobre outras dinâmicas que, em determinadas circunstâncias, podem preponderar sobre a dimensão da troca e do consumo.

Os outros fundamentos morais sistematizados pelo autor são a hierarquia e o comunismo. É importante ressaltar que este último não é utilizado no sentido de regime político, mas sim no nível das relações comunitárias – trata-se, segundo Graeber, de uma certa disposição para a cooperação que pode ser encontrada até mesmo na mais capitalista das organizações. Assim, o comunismo enquanto fundamento moral rege “qualquer relação humana que funcione de acordo com o princípio ‘de cada um segundo suas capacidades, a cada um segundo suas necessidades’” (GRAEBER, 2016, p. 123).

Ainda que os três fundamentos morais apontados por Graeber coexistam, a proposta inicial do nosso modelo de checagem deixa mais evidente o princípio do comunismo, conforme descrito acima. Ao suprir a necessidade do público por verificação dos discursos de políticos nas eleições municipais de São Luís, não estabelecemos uma dívida a ser sanada, mas atendemos a uma necessidade coletiva a partir de um serviço entregue de acordo com a nossa capacidade técnica. Do mesmo modo, o vínculo que pretendemos promover na nossa comunidade de checadores foi sobretudo o de colaboração em torno de um objetivo comum, já que não tínhamos orçamento para dar compensação financeira aos colaboradores.

De certo modo, é possível dizer que os princípios de troca e hierarquia também se fizeram presentes. Afinal, podemos considerar que a recompensa dos participantes foi concedida em forma de reconhecimento social ou aprendizado de novas habilidades. Além disso, quando inserimos na plataforma a figura de um moderador, a organização assumiu um aspecto marcadamente hierárquico.

Entretanto, tentamos fazer do caráter colaborativo e descentralizado do modelo o nosso foco principal no momento de planejar a plataforma. Assim, chegamos aos segmentos do público que pretendíamos impactar: checadores voluntários, eleitores ludovicenses de um modo geral, candidatos a prefeito(a) e candidatos a vereador(a). Essa separação foi realizada a partir dos diferentes tipos de vínculo que poderiam ser criados e que explicaremos melhor nos itens a seguir.

2.2.2 Proposta de Valor

Componente central do *Canvas* para modelos de negócios, a proposta de valor consiste não apenas nos serviços ou produtos ofertados, mas também em tudo aquilo que os qualifica e diferencia. Entre esses elementos, o fator inovação é um dos que mais costumam ser lembrados ao elaborar estratégias para solucionar problemas e conquistar a adesão do público. No caso da plataforma Sem Migué, a novidade está na adoção de uma prática de *fact-checking* que se diferencia das agências de checagem pela dinâmica distribuída.

Ao abrir a posição de checador para qualquer pessoa que desejasse contribuir com o processo, buscamos enfrentar o problema da desinformação a partir de uma lógica de abundância e não de escassez. Apoiamo-nos na concepção de que, enquanto o paradigma dominante na economia de mercado capitalista se adapta ao valor de troca em meio à escassez de recursos, as economias baseadas na cultura da dádiva costumam ser construídas a partir do valor de uso de bens e serviços numa perspectiva de abundância de recursos (JEMIELNIAK; PRZEGALINSKA, 2020).

Apesar de as economias da dádiva já existirem há muito tempo, com suas características podendo ser atribuídas até mesmo a sociedades pré-históricas, compreendemos que a lógica da abundância também está presente no paradigma emergente dos modelos de negócios que têm sido frequentemente colocados dentro de categorias como sociedade colaborativa, economia do compartilhamento, *gig economy*, economia da confiança, etc. (JEMIELNIAK; PRZEGALINSKA, 2020; FRENKEN; SCHOR, 2017; RAVANELLE, 2019; COSTA, 2018). Esses termos são utilizados para abarcar uma grande diversidade de modelos de negócio – que podem diferir no que diz respeito às práticas, objetivos e princípios morais que os fundamentam – mas têm em comum uma condição fundamental para sua existência: o papel central das tecnologias da informação e comunicação (TIC's) e a descentralização dos fluxos comunicacionais.

A informação é um dos produtos que melhor ilustram a lógica da abundância que ganha corpo no atual estágio de financeirização da economia capitalista, como vimos no capítulo anterior. Trata-se de um recurso produzido, compartilhado e consumido em escala global, em proporções sem precedentes. É nesse contexto que emerge o fenômeno da desinformação – um problema da ordem da abundância, que dispõe inclusive de seus próprios modelos de negócio. Levando em consideração essa natureza do problema, também buscamos nos distanciar da lógica da escassez ao pensar nossa plataforma.

Desse modo, não cobramos nada em troca do serviço de checagem. A ideia foi disseminar a prática do *fact-checking* como uma atividade na qual todos podem participar – considerando o caráter problemático do status de “árbitro da verdade” das agências mais

proeminentes, além do fato de que as iniciativas centradas no jornalismo profissional não têm nem a capacidade de rastrear e checar a totalidade das peças de desinformação que surgem nas redes, nem a garantia de que suas reportagens alcancem todas as pessoas afetadas pelo conteúdo enganoso. Por isso, abrimos o recrutamento sem definir um perfil específico de colaborador e incluímos no plano de ação um treinamento para o uso da metodologia de verificação.

Nos fóruns de checagem, um mesmo fato poderia contar com uma multiplicidade de verificações – que tinham a possibilidade de se repetir, se complementar ou mesmo divergir, cabendo ao público em geral avaliar os resultados. Nesse sentido, buscamos promover um trabalho de educação para as mídias não apenas entre os colaboradores do projeto, mas também com o público visitante da plataforma. Era nossa intenção estimular os eleitores a refazer o percurso de cada checagem postada por meio dos links disponibilizados pelos autores. Conforme consta no *Canvas*, também pretendíamos fomentar a participação externa com a função de curtidas, mas essa funcionalidade acabou ficando de fora do mínimo produto viável.

2.2.3 Canais

Os canais são os meios de comunicação que utilizamos para levar nossa proposta de valor até os públicos que desejávamos impactar. Nesse sentido, o canal central foi o próprio site da plataforma, onde publicamos os fóruns de checagem, descrevemos nossa metodologia e disponibilizamos um formulário para envio de sugestões de pauta. O site foi hospedado no portal da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), graças à parceria com a Superintendência de Tecnologia de Informação que iremos descrever mais adiante.

Também foram utilizadas as plataformas de redes sociais on-line *Instagram*, *Twitter* e *Facebook* – já que esses sites assumem um papel importante na difusão de informações de maneira rápida e facilmente escalável, oferecendo estrutura e modos de espalhamento capazes de ampliar a circulação de peças de desinformação (RECUERO, 2019). Pelo mesmo motivo, escolhemos incluir o *Whatsapp* – com base em sua relevância para as eleições brasileiras de 2018, marcadas pelo disparo de mensagens em massa por meio do aplicativo contendo informações falsas (CHAGAS; MODESTO; MAGALHÃES, 2019). Disponibilizamos ao público um número de *Whatsapp Business*, com o propósito de enviar conteúdos aos usuários assinantes e receber sugestões de pauta.

No que se refere aos canais utilizados para mobilizar a equipe de colaboradores voluntários, optamos por criar um grupo privado no *Whatsapp* para notificar a publicação de novos fóruns, facilitar a troca de informações e fortalecer a rede de colaboração. Além disso,

também trocamos mensagens por e-mail e realizamos a reunião de treinamento por meio da plataforma *Google Meet*, visto que o experimento ocorreu em meio à pandemia de Covid-19, quando o recurso das videoconferências foi amplamente empregado como forma de respeitar o distanciamento social recomendado pelas autoridades sanitárias.

2.2.4 Relacionamento com os públicos

Este componente do quadro também foi adaptado, substituindo o termo “relacionamento com os clientes” por “relacionamento com os públicos”. Neste item do planejamento, pensamos em estratégias para conquistar a adesão dos diferentes segmentos do público. Assim, optamos por dois tipos de relacionamento descritos por Osterwalder e Pigneur (2011): a cocriação e o *self-service*.

O primeiro caracteriza o vínculo que pretendíamos criar com a equipe de colaboradores do projeto, de modo a estimular a participação voluntária. Um dos recursos que utilizamos para tentar manter esse vínculo foi o grupo privado de checadores no *Whatsapp* – esse foi um espaço criado para fortalecer a comunidade de voluntários do Sem Migué por meio da colaboração e do debate de ideias. Outra estratégia para motivar a participação foi a oferta de uma oficina de checagem gratuita e um certificado de participação em projeto de extensão emitido pela UFMA.

Já o relacionamento *self-service* foi pensado para que os visitantes navegassem pela plataforma de forma autônoma, podendo inclusive auditar as reportagens publicadas nos fóruns e seguir a metodologia de checagem para fazer verificações por conta própria – no entanto, se não fossem voluntários inscritos, não poderiam publicá-las no site. Ainda assim, esse vínculo de “autoatendimento” não deveria nos impedir de estabelecer com alguns deles uma relação de assistência pessoal ou mesmo de cocriação, uma vez que na divulgação do experimento anunciamos canais para envio de críticas e sugestões de melhoria da plataforma.

2.2.5 Modelo de Sustentabilidade

No quadro original, este item era intitulado “Fontes de Receita”, referindo-se ao valor que os clientes de uma empresa estão dispostos a pagar para receber um determinado serviço ou produto. Tivemos que adaptá-lo, porque não iríamos cobrar pelo serviço e também não tínhamos a previsão de nenhuma outra fonte de receita. Por isso, adotamos a nomenclatura “modelo de sustentabilidade”, pensando em formas alternativas de tornar o projeto viável economicamente.

O uso de formas não tradicionais de financiamento da produção noticiosa tem se mostrado fundamental num contexto de jornalismo pós-industrial (CAPOANO, 2018), em que o número de atores e de organizações jornalísticas se multiplicou e uma grande quantidade de informação está disponível gratuitamente na internet. Quando as pessoas se tornam menos dispostas a pagar por um produto ofertado de forma abundante na internet, é preciso inovar no modelo de negócios. Como o Sem Migué tinha o objetivo de disseminar o combate à desinformação ao maior número possível de cidadãos, era preciso encontrar maneiras de sustentar a operação da plataforma sem deixar de lado a gratuidade do serviço ofertado aos visitantes.

Pretendíamos cobrir os custos operacionais prioritariamente por meio de parcerias com a Universidade Federal do Maranhão (UFMA), Agência Lupa, além de pesquisadores das áreas de Tecnologia da Informação (TI) e Design. O apoio da UFMA foi concretizado por meio de parceria com a Superintendência de Tecnologia da Informação (STI), cuja equipe colaborou na criação de uma plataforma dentro do site do Laboratório de Pesquisas e Práticas Jornalísticas (LABJOR). Já na área do Design, conseguimos parceria com o Laboratório de Design Social (LABDES) da universidade, que mobilizou dois estudantes para criação de marca e identidade visual do projeto.

Propusemos uma parceria com a Agência Lupa que contemplasse a etapa de treinamento dos voluntários, considerando a expertise pedagógica do programa LupaEducação. Entretanto, o apoio acabou não se concretizando, e por isso desenvolvemos nossa própria oficina de checagem. Também não conseguimos viabilizar parceria com pesquisadores da área de TI, que em nosso planejamento estava prevista para auxiliar na manutenção da plataforma, desenvolvimento de eventuais novas funcionalidades e tratamento de dados de pesquisa.

Formas alternativas e/ou complementares de sustentar o nosso modelo também foram contempladas no planejamento. Caso os recursos humanos, intelectuais e físicos advindos das parcerias não fossem suficientes para garantir a sustentabilidade da iniciativa, prevíamos a realização de campanhas de *crowdfunding* e a ativação do serviço *Google Adsense*, que distribui anúncios e remunera os sites a partir da quantidade de acessos. Entretanto, as duas parcerias que conseguimos firmar foram suficientes para viabilizar um *mvp*, então não precisamos adotar as estratégias alternativas de sustentação.

2.2.6 Riscos a enfrentar

Também para fins de melhor adequação aos objetivos deste projeto, substituímos, no quadro original, a seção intitulada “Recursos Principais” por “Riscos a enfrentar”. Admitimos que pensar nos recursos necessários para colocar em prática cada modelo de negócios é de fato fundamental, mas acreditamos que esse exercício de descrição dos recursos humanos, físicos e intelectuais já estava suficientemente contemplado em outros componentes como canais de distribuição, parcerias principais, estrutura de custos e modelo de sustentabilidade. Assim, substituímos esse componente por um elemento estratégico no planejamento de qualquer projeto: o mapeamento de riscos que poderiam ameaçar o sucesso do plano de ação.

Os principais riscos identificados no planejamento da plataforma Sem Migué foram a indisponibilidade de fontes de checagem, a baixa adesão de colaboradores nos fóruns e a dificuldade de firmar as parcerias previstas no modelo de sustentabilidade.

O primeiro risco foi contornado ao longo da execução do projeto, com o cuidado redobrado na seleção de pautas dos fóruns de checagem – para isso, antes de cadastrar novas pautas, realizamos consulta prévia aos bancos de dados disponíveis on-line para mapear se as informações necessárias estariam disponíveis.

Quanto ao segundo risco, tentamos motivar os voluntários movimentando o grupo no *Whatsapp*, oferecendo ajuda no trabalho de reportagem e realizando uma segunda oficina para quem desejasse tirar dúvidas sobre a metodologia de checagem.

O terceiro e último risco listado poderia ser mitigado por meio das formas alternativas de angariar recursos para cobrir os custos operacionais: campanhas de *crowdfunding* e *Google Adsense*. No entanto, conseguimos firmar parcerias importantes para a viabilidade do projeto, de modo que as outras fontes de recursos não foram necessárias.

2.2.7 Atividades-Chave

As atividades mais importantes da operacionalização do projeto Sem Migué foram: recrutamento e treinamento de checadores, seleção e organização dos fóruns, realização do trabalho de *fact-checking* propriamente dito e distribuição dos resultados por meio das redes sociais on-line.

O processo de recrutamento e treinamento foi iniciado pouco antes do período oficial de propaganda eleitoral. Para isso, fizemos a divulgação do trabalho nas redes sociais e em veículos de imprensa locais. O intuito foi convocar cidadãos interessados no combate à desinformação e instruí-los sobre o uso da plataforma e a metodologia de *fact-checking* que seria adotada.

As demais atividades-chaves foram desenvolvidas de forma contínua a partir do momento em que o site foi colocado no ar. Instituímos a figura de um moderador para receber as sugestões de pauta, fazer a triagem daquelas que fossem de fato verificáveis e disponibilizá-las nos fóruns de checagem para os colaboradores que desejassem contribuir. A partir disso, o processo de checagem poderia ser realizado por quantos colaboradores se interessassem pela pauta, sendo que cada um poderia publicar sua checagem em um *post* próprio, indicando sempre o nome do autor. Por fim, a distribuição do conteúdo dos fóruns era realizada por meio dos sites de redes sociais e *Whatsapp*.

2.2.8 Parcerias Principais

No Sem Migué, os parceiros representam um componente essencial, uma vez que a colaboração está no cerne do modelo de checagem proposto. O ponto fundamental da nossa proposta de valor era justamente potencializar a prática da verificação numa perspectiva pedagógica de empoderamento dos cidadãos nas redes digitais.

Nesse sentido, foi estratégica a abertura do recrutamento para atores de diversos campos sociais – não apenas do Jornalismo e da Comunicação. Nossa intenção era viabilizar espaços abertos para a criação de vínculos entre esses colaboradores, na perspectiva do processo comunicacional adotada por Muniz Sodré (2014), enquanto instauração de um comum no âmbito da comunidade.

Desde o nosso planejamento, concebemos o modelo de checagem da plataforma Sem Migué como um processo comunicacional em que poderiam se cruzar – ou até mesmo se chocar – interesses e motivações distintas para utilizar a plataforma e colaborar com o trabalho de verificação. Mas todos estariam inseridos numa espécie de comunidade com o propósito de ampliar as experiências de leitura nas redes digitais e lidar com o problema da desinformação. Por isso, os voluntários são considerados mais do que simples recurso humano, e sim parceiros principais nessa empreitada.

Outras parcerias previstas eram as já citadas anteriormente – tendo sido concretizado apenas o apoio da STI e do LABDES da UFMA.

2.2.9 Estrutura de Custo

Neste componente, são descritos os custos envolvidos na operação dos modelos de negócios. É importante que ele esteja equilibrado com o modelo de sustentabilidade, porque é

de lá que sai toda a cobertura para as despesas previstas. Por isso, procuramos tomar cuidado para que a estrutura de custos não ultrapassasse a capacidade do projeto. Inicialmente, previmos custos com desenvolvimento e hospedagem do site da plataforma, criação de marca e identidade visual, e a possibilidade de impulsionamento de conteúdo nas redes sociais on-line. Dessas, a última despesa foi a única que não concretizamos. Conforme especificamos no nosso modelo de sustentabilidade, os dois primeiros itens foram possibilitados por meio das parcerias.

O *Canvas* composto pelos nove itens que acabamos de expor foi colocado em prática a fim de experimentar o que pesquisadores de empreendedorismo tecnológico chamam de *mvp* ou “mínimo produto viável”. Trata-se de uma versão preliminar do produto – completa o suficiente apenas para medir o impacto e o valor que é capaz de entregar aos usuários (MOOGK, 2012). Assim, mesmo que não tenhamos implementado todas as funcionalidades previstas inicialmente, o serviço que conseguimos viabilizar foi o bastante para coletar um conjunto de dados que servirão para elaborar uma revisão do modelo de *fact-checking*. Esses dados são sistematizados no capítulo a seguir.

3 O NASCIMENTO DE UMA COMUNIDADE DE CHECADORES

Neste capítulo, descrevemos e analisamos os resultados da pesquisa empírica realizada ao longo das eleições municipais de São Luís, mais especificamente no período entre 17 de setembro e 29 de novembro de 2020. O objetivo central do trabalho foi testar a aplicabilidade do modelo de *fact-checking* descentralizado e colaborativo por meio da plataforma Sem Migué. Os dados utilizados na pesquisa foram coletados a partir de três questionários enviados aos colaboradores voluntários em fases distintas do plano de ação, das métricas do site e das redes sociais do projeto, da observação participante no âmbito das dinâmicas de colaboração do projeto, e por fim de um grupo focal conduzido com um grupo de participantes após a conclusão do experimento.

A análise está organizada em seis tópicos. O primeiro relata como se deu a campanha de recrutamento de voluntários, incluindo uma descrição das estratégias utilizadas e do perfil dos colaboradores que se inscreveram no projeto. O segundo dá ênfase à oficina de checagem conduzida com o grupo, explorando os aspectos do potencial pedagógico que poderiam ser melhor desenvolvidos em novas aplicações do modelo. A terceira seção se debruça sobre as diversas possibilidades de colaboração e seus obstáculos, que puderam ser percebidos ao longo da pesquisa. A comunicação estabelecida com as equipes de campanha dos candidatos a prefeito também possibilitou reflexões que são desenvolvidas no quarto tópico. Em seguida, fazemos uma avaliação do impacto do experimento precisamente no que tange o problema que originou este trabalho – ou seja, saber se e como o projeto mudou a maneira de os participantes lidarem com o fenômeno da desinformação. Finalmente, a última parte propõe uma versão atualizada do modelo de *fact-checking*, a partir das potencialidades e limitações observadas nos tópicos anteriores.

3.1 RECRUTAMENTO DE COLABORADORES VOLUNTÁRIOS

Realizamos o lançamento do Sem Migué assim que obtivemos site e marca desenvolvidos, respectivamente, pela Superintendência de Tecnologia da Informação (STI) e o Laboratório de Design Social (LABDES) da UFMA. Dando início à campanha de divulgação do projeto e ao recrutamento de voluntários, criamos perfis nas principais plataformas de redes sociais on-line – @semmigueslz no *Instagram*, *Facebook* e *Twitter* – e enviamos também *release* para a imprensa local.

Por mais que o modelo de checagem tenha se baseado em comunidades abertas geralmente apoiadas em vínculos mais informais e menos institucionalizados, inicialmente o projeto Sem Migué se utilizou da sua ligação institucional com a universidade como estratégia para conquistar a confiança do público e, ao mesmo tempo, estimular a inscrição de participantes. Assim, cadastramos o experimento como projeto de extensão e divulgamos que todos os colaboradores receberiam certificado. Essa recompensa foi pensada como uma motivação a mais para os voluntários, além do estímulo de trabalhar em prol de uma causa em comum – o combate à desinformação. Nessa perspectiva, os vínculos institucionais com a UFMA foram destacados logo na postagem de lançamento do projeto (Figura 3).

Figura 3 – *Post* de lançamento do projeto nas redes sociais on-line



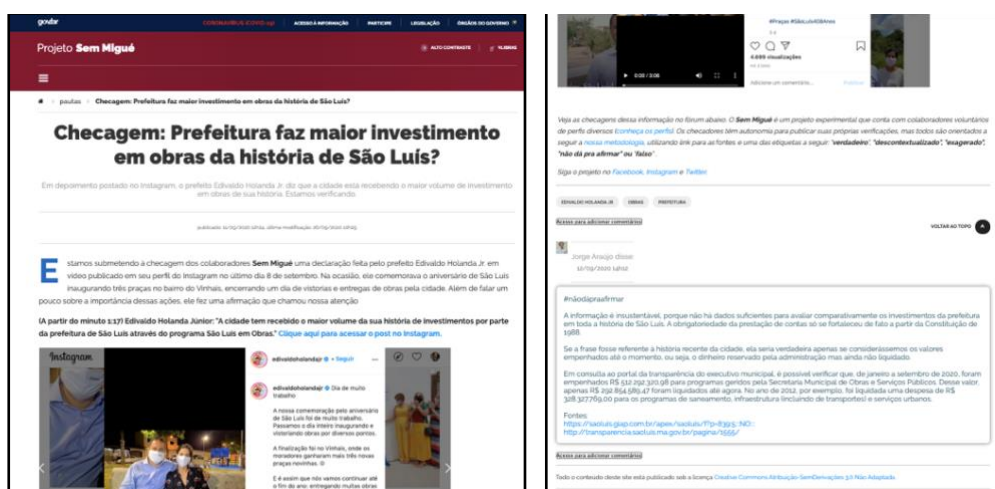
Fonte: Instagram do Projeto Sem Migué (@semmigueslz)

A marca em destaque no *post* de apresentação foi desenvolvida com base na proposta regional do experimento. Os estudantes do LABDES utilizaram como referência o cazumbá, enigmático personagem da cultura popular do Maranhão. No auto do bumba-meu-boi, ele é representado por uma figura misteriosa que tem como características gerais incutir medo e ajudar Pai Francisco no momento da morte do boi (MATOS; FERRETTI, 2010). O nariz da máscara de cazumbá foi alongado em alusão a Pinóquio – famoso boneco de madeira da literatura infantil cujo nariz aumentava sempre que contava uma mentira. Ao nome do projeto, acrescentamos a assinatura “nas eleições” para deixar claro que se tratava de uma edição voltada para o período eleitoral.

O período de inscrições para colaboradores voluntários foi de 17 de setembro a 2 de outubro, por meio de um formulário do *Google Forms*. Ao longo dessas duas semanas, fizemos posts de apresentação do projeto nas redes sociais on-line e pautamos o site da UFMA, Rádio Universidade, TV Assembleia, TV Guará, Jornal Pequeno e Agência Tãmbor. Apesar das nossas tentativas, não conseguimos pautar os maiores e mais tradicionais veículos da imprensa local, que são, inclusive, de propriedade de membros da classe política maranhense – como a TV Mirante e o Jornal O Estado do Maranhão, controlados pela família Sarney, e TV Difusora, do senador Weverton Rocha.

Além disso, publicamos três checagens no site da plataforma Sem Migué com o objetivo de mostrar ao público exemplos desse gênero de reportagem, bem como nossa metodologia de checagem, movimentando também nossos perfis nas mídias sociais. Desde as primeiras publicações no site, adotamos um padrão para os fóruns de checagem (Figura 4). Todos traziam no título uma pergunta que já indicava o direcionamento da verificação. Em seguida, uma pequena introdução contextualizava a pauta e destacava a frase a ser checada. Todos os fóruns continham link para o conteúdo original – quase todos *posts* nas redes sociais dos candidatos e vídeos de debates ou entrevistas no *Youtube*. Assim como as agências Lupa e Aos Fatos costumam fazer, nossa seção introdutória também era ilustrada com o *print* da informação no site de origem. Sempre incluíamos nos fóruns um pequeno parágrafo explicativo do projeto Sem Migué. Abaixo desse trecho, ficava a área destinada às checagens.

Figura 4 – *Print* do primeiro fórum de checagem do site



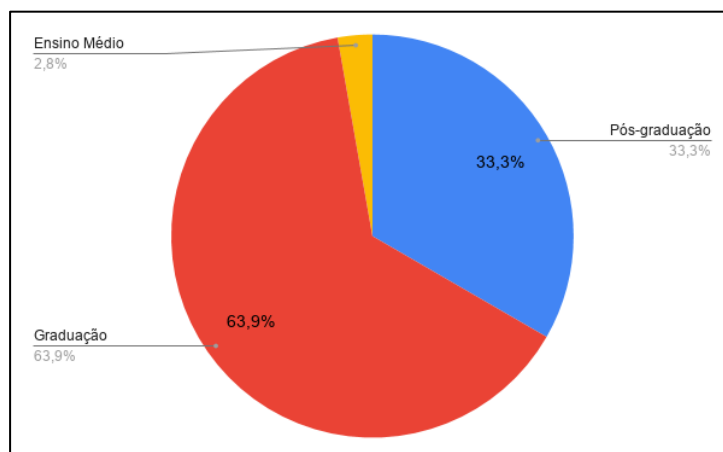
Fonte: Site da plataforma Sem Migué

Durante o período de recrutamento de participantes, entramos em contato com as assessorias de comunicação de todos os candidatos a prefeito de São Luís. Nossa intenção era subverter a lógica tecnocrática na prática do *fact-checking* já descrita no capítulo anterior, contemplando ainda uma perspectiva pluralista bastante cara à noção de poliarquia dahlsiana. Por isso, buscamos recrutar o maior número possível de pessoas, que idealmente representariam a diversidade de partidos atuantes no processo eleitoral. Assim, convidamos os assessores a inscrever representantes das equipes de campanha no projeto, presumindo que haveria o interesse de ocupar esse espaço.

Para garantir a transparência do trabalho colaborativo, seria necessário que desde o início deixássemos claro quem eram os voluntários ligados a quais candidatos. Mas apenas o assessor do candidato Yglésio Moyses (PROS) se inscreveu, e acabou desistindo de participar antes mesmo de iniciar a fase de colaboração. Uma das participantes comunicou que tinha um vínculo de amizade com o mesmo candidato – e que já havia trabalhado para ele no passado – por isso optou de forma espontânea por não participar de fóruns de checagem que o envolvessem. Outra participante chegou a se identificar como voluntária da equipe de campanha do candidato Franklin Douglas (PSOL), mas no meio do experimento nos informou que havia se desligado do partido.

Quando fechamos o formulário eletrônico de inscrição de voluntários, havia um total de 36 pessoas inscritas. No questionário, solicitamos que os interessados informassem sua escolaridade, profissão, vínculos institucionais e o motivo que os levara a participar do projeto. Também pedimos que os participantes enviassem uma foto de seus documentos de identidade, a fim de evitar a criação de perfis inautênticos. A partir das respostas, foi possível vislumbrar um perfil para os membros da comunidade que viria a ser formada. Percebemos, por exemplo, que quase todos possuíam ensino superior. Apenas um participante informou ter estudado até o Ensino Médio. No gráfico abaixo, é possível constatar que 64% dos voluntários alegaram ter feito ou estar fazendo um curso de graduação e 33% chegaram até o nível de pós-graduação.

Figura 5 – Gráfico de escolaridade dos inscritos no experimento



Fonte: Elaborado pelo autor

A profissão mais indicada no formulário foi a de estudante, mencionada 11 vezes. Ocupações ligadas à área da Comunicação também foram recorrentes: foram nove inscritos se somarmos aqueles que se declararam jornalistas, radialistas, assessores de imprensa, social media e blogueiros. Sete pessoas se declararam professores, sendo este o terceiro segmento profissional mais repetido. Também se inscreveram advogados, servidores públicos, um empresário, uma produtora cultural, uma turismóloga e uma bibliotecária.

O formulário de inscrição disponibilizava também um campo em que os voluntários deveriam explicar por que decidiram participar do projeto. Muitos inscritos relataram motivos relacionados a interesses acadêmicos e também políticos ou cívicos. No geral, as explicações transmitiam uma inquietação com o momento político atual e um desejo de contribuir para eleições municipais mais transparentes e equilibradas. Por mais que tenhamos deixado aberta a possibilidade para qualquer pessoa se inscrever, por meio das respostas ao questionário percebemos que o grupo de participantes tinha um perfil muito específico: no geral, os colaboradores tiveram formação de ensino superior e demonstraram perceber, ao menos de forma incipiente, o fenômeno de crise epistêmica da democracia liberal que discutimos anteriormente.

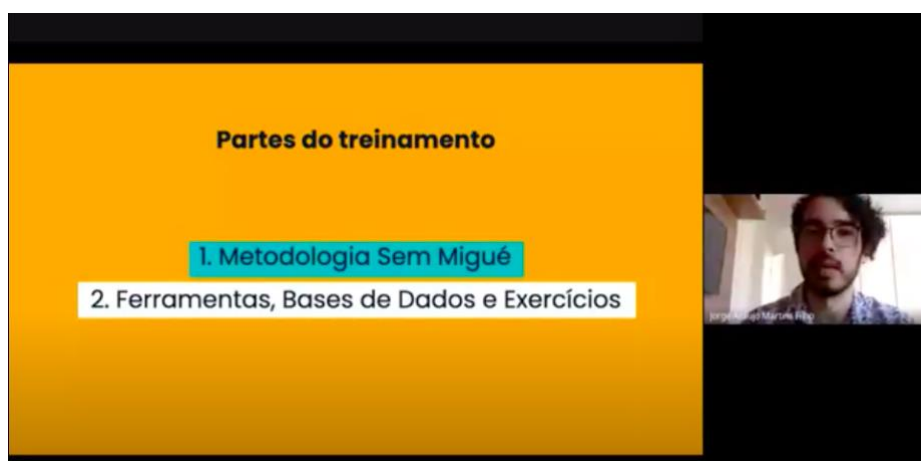
3.2 TREINAMENTO DE CHECAGEM DE FATOS

A oficina de checagem foi realizada pelo *Google Meet* numa tarde de sábado, no dia 3 de outubro de 2020. Dos 36 inscritos na etapa anterior do plano de ação, somente 19 acompanharam o treinamento de forma síncrona. A reunião foi gravada e

disponibilizada para aqueles que manifestassem interesse em permanecer no projeto. Optamos por excluir do experimento os inscritos que não participaram da oficina e nem justificaram a ausência demonstrando interesse em continuar no projeto. Assim, o grupo de checadores cadastrados na plataforma ficou composto por 24 pessoas.

O treinamento teve duração de quatro horas e o conteúdo foi dividido em duas partes. A primeira teve o objetivo de descrever e explicar o projeto Sem Migué, justificando nossa escolha por um modelo de checagem colaborativo e descrevendo a metodologia que seria adotada na plataforma. Já a segunda parte foi reservada para mostrar ferramentas e bases de dados úteis para o trabalho de apuração. Entre as fontes de informações confiáveis apresentadas aos participantes na oficina estão o Sistema DivulgaCand (plataforma do TSE para informações sobre candidaturas), o SICONFI (para dados orçamentários do setor público), o painel do Ideb (indicador da educação básica), o Data SUS (repositório de diversas bases de dados oficiais da saúde pública) e o Tineye (ferramenta de verificação de imagens por pesquisa reversa). As dicas de fontes, bases de dados on-line e fontes confiáveis foram intercaladas com exercícios práticos.

Figura 6 – *Print* da oficina de checagem no *Google Meet*

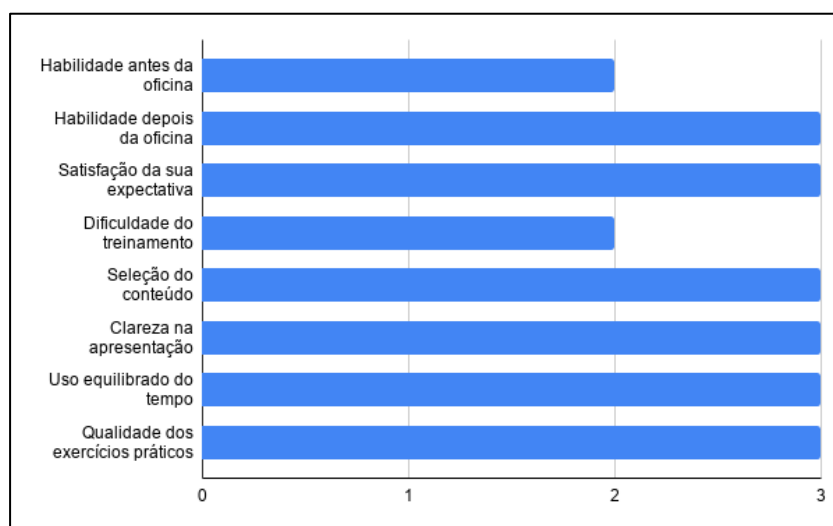


Fonte: Registro feito pelo autor

Após esse momento formativo, disponibilizamos aos participantes um questionário de avaliação. Um total de 16 pessoas responderam. O formulário on-line foi estruturado em oito tópicos que correspondiam a diferentes aspectos do treinamento. Os voluntários deveriam avaliar cada um deles marcando os conceitos “fraco”, “regular”, “bom” ou “excelente”. A cada um desses conceitos foi atribuída uma numeração

progressiva de 1 a 4 a fim de calcular a pontuação média de cada tópico. Assim, chegamos aos seguintes resultados (Figura 7).

Figura 7 – Gráfico da avaliação da oficina de checagem



Fonte: Elaborado pelo autor

Em média, os respondentes marcaram que seu nível de habilidade e conhecimento sobre os assuntos abordados era regular antes da oficina e subiu para bom depois do treinamento. O nível de dificuldade da capacitação obteve uma média regular. Os demais aspectos listados no questionário obtiveram média próxima de 3, ou seja, conceito bom. São eles: satisfação das expectativas, seleção de conteúdo, clareza na apresentação, uso equilibrado do tempo e qualidade dos exercícios propostos.

O mesmo questionário dava ainda a possibilidade de enviar respostas para duas questões abertas. A primeira perguntava que aspectos do treinamento haviam sido mais úteis ou importantes e a segunda o que poderia ter sido melhor. A maioria das respostas à primeira pergunta fazia referência à parte prática da oficina, com indicações de ferramentas e bancos de dados que poderiam ser utilizados no trabalho de checagem. Já na segunda questão, a contribuição mais recorrente foi relacionada à gestão do tempo – alguns avaliaram que a oficina poderia ter sido mais curta, outros que poderia ter sido dividida em mais de um dia para não ficar tão cansativa.

Um total de 5 pessoas que não participaram da oficina de forma síncrona se comprometeram a assistir à gravação feita no *Google Meet* em outro momento. Não excluímos esses colaboradores da plataforma, já que eles demonstraram interesse em

permanecer no projeto – e seria interessante para a pesquisa contar com um número maior de participantes. Assim, no dia 4 de outubro, cadastramos na plataforma 24 usuários colaboradores. Todos eles tiveram seus perfis pessoais publicados em uma página específica do site – contendo foto, nome, profissão, contatos e minibio. Com essa equipe formada, criamos um grupo privado no *Whatsapp* intitulado “Voluntários Sem Migué” para notificar os participantes de novos fóruns e estimular a colaboração.

Apesar do perfil relativamente homogêneo de voluntários graduados e consideravelmente politizados – visto que houve adesão de pessoas com experiência na militância de partidos como PSOL e Unidade Popular e/ou proximidade com organizações e movimentos sociais como a ABJD, Pedal das Minas e Reocupa – ficou evidente que o conhecimento dos participantes sobre as técnicas de verificação era bastante desnivelado. Conversando com alguns colaboradores, percebemos que esse desnivelamento desencorajava aqueles com menos experiência a participar do trabalho de checagem. Por isso, decidimos oferecer mais acompanhamento, sem comprometer a autonomia do trabalho de apuração.

Assim, agendamos para o dia 10 de outubro – um sábado – uma tarde durante a qual deixamos aberta uma sala no *Google Meet* para aqueles que quisessem tirar dúvidas. Das cinco pessoas que participaram, três passaram a colaborar efetivamente na publicação de checagens. Mais tarde, uma voluntária também publicou sua primeira verificação depois que ajudamos de forma individualizada a procurar por fontes oficiais e confiáveis. Isso reforça a hipótese de que mais momentos de treinamento e formação são necessários para aumentar o engajamento e a colaboração na plataforma.

Observar esse comportamento também nos fez pensar na possibilidade de segmentar as oficinas de checagem de acordo com os níveis de conhecimento prévio sobre técnicas de reportagem e uso de tecnologias digitais para a verificação dos fatos. Assim, cada oficina se adequaria à realidade específica dos participantes, numa abordagem pedagógica mais freireana – que atravessa as iniciativas de comunicação comunitária e alterativa precisamente no que tange o objetivo de promover a autoemancipação e a capacidade dos sujeitos de interferir ativamente nos processos de transformação da sociedade (PERUZZO, 2017; URANGA, 2009).

Essa segmentação das ações pedagógicas se faz necessária sobretudo para os mais leigos quanto ao funcionamento e utilização das mídias. Como ficou evidente no perfil de checadores recrutados para o projeto, não conseguimos mobilizar representantes das camadas menos escolarizadas, que são a maioria da população. Tornar esse modelo de

fact-checking mais popular é, portanto, um desafio que deve passar também por estratégias de sensibilização e educação midiática mais amplas.

3.3 POTENCIALIDADES E LIMITAÇÕES DA COLABORAÇÃO

Como destacamos anteriormente, embora a dinâmica de trabalho distribuída no âmbito de comunidades abertas facilite a implementação de propostas inovadoras, ela também vem acompanhada de riscos maiores. Assim, no teste do nosso *mvp*, foi confirmada uma vulnerabilidade que já prevíamos para esse modelo de checagem: como a participação deveria ser espontânea, houve um engajamento relativamente baixo dos colaboradores nos fóruns de verificação. Tanto que quase metade de todas as postagens de *fact-checking* na plataforma foram assinadas por mim – como moderador e coordenador da plataforma, eu acabava checando as informações quando nenhum voluntário tinha interesse ou segurança suficiente em fazê-lo ou quando encontrava dados complementares que pudessem enriquecer o fórum.

Apesar da tentativa de mobilizar os participantes por meio do grupo de voluntários no *Whatsapp* e, em alguns casos, do acompanhamento individualizado do trabalho de checagem, conseguir aumentar a participação nos fóruns de verificação continuou sendo um grande desafio. Conforme veremos nas respostas ao questionário de avaliação final, isso não é necessariamente derivado de uma falta de interesse, mas também pode decorrer de falta de tempo ou de autoconfiança para realizar as checagens. De todo modo, concordamos com Jemielniak e Przegalinska (2020, p.10) quando afirmam que “não é apenas o resultado da colaboração que importa, mas a ação coletiva em si que afeta como nós crescemos enquanto sociedade”²⁷. Nesse sentido, os autores defendem que o fenômeno da sociedade colaborativa continua em alta, ainda que diferentes plataformas e modelos de negócio se sucedam em um ecossistema de mídia cada vez mais dinâmico. Sobretudo se considerarmos o aspecto pedagógico do modelo descentralizado de checagem que buscamos testar, perceberemos que o produto final – as checagens publicadas na plataforma – não são mais importantes do que o processo colaborativo que pode ocorrer de diversas formas entre os participantes do projeto.

Até a data de finalização do experimento com a plataforma Sem Migué, no dia 29 de novembro de 2020, publicamos 46 fóruns de verificação e 63 postagens contendo

²⁷Tradução livre do original: “It is not only the result of the collaboration that matters, but the collective action itself that affects how we grow as a society.”

reportagens de *fact-checking*. Desse total de checagens, 28 foram assinadas por mim. Dos 24 voluntários, apenas 11 contribuíram ao menos uma vez nos fóruns. Somando todas as avaliações dadas às falas dos candidatos a prefeito, obtivemos 27 etiquetas “falso”, 17 “descontextualizado”, 9 “exagerado”, 7 “não dá pra afirmar” e 3 “verdadeiro”. Na seleção de pautas, priorizamos as informações que tinham maior potencial de conter imprecisões. O único fórum que rendeu etiquetas “verdadeiro” foi selecionado não com a intenção de favorecer o seu autor, o candidato Franklin Douglas (PSOL), mas porque a fala denunciava falta de transparência na gestão municipal da Saúde – de modo que a sua confirmação também seria de interesse público.

Checamos falas de todos os candidatos - com exceção de Adriano Sarney (PV), que desistiu do pleito ainda no início da campanha. Ao longo do período de propaganda eleitoral, tentamos checar mais frases dos candidatos melhor posicionados nas pesquisas de intenção de voto. Assim, cadastramos 10 fóruns para apurar afirmações de Eduardo Braide (Podemos), 6 de Duarte Júnior (Republicanos), 4 de Neto Evangelista (Democratas), 4 de Rubens Pereira Júnior (PCdoB), 4 de Bira do Pindaré (PSB), 3 de Silvio Antônio (PRTB), 2 de Jeisael Marx (Rede), 3 de Yglésio Moyses (PROS), 4 de Franklin Douglas (PSOL) e 2 de Hertz Dias (PSTU). Checamos ainda uma fala do candidato Carlos Madeira (Solidariedade), antes de sua desistência da disputa eleitoral. O então prefeito Edivaldo Holanda Jr. (PDT) e o governador do Maranhão Flávio Dino (PCdoB) também tiveram falas verificadas em um fórum de checagem para cada. A contagem das etiquetas atribuídas às informações utilizadas por cada uma dessas figuras está organizada na tabela abaixo.

Tabela 1 – Utilização das etiquetas

AUTOR DA FALA	Falso	Exagerado	Descontextualizado	Não dá pra afirmar	Verdadeiro
Eduardo Braide	6	1	8		
Duarte Júnior	5	2	1		
Neto Evangelista	4	1			
Rubens Júnior	4		1	2	

Bira do Pindaré	1	1	2		
Franklin Douglas	1	1	1		3
Silvio Antônio	3		1		
Yglésio Moysés	3		1		
Jeisael Marx		1		3	
Herts Dias		1		1	
Carlos Madeira		1	1		
Edivaldo Holanda Jr				1	
Flávio Dino			1		
TOTAL	27	9	17	7	3

Fonte: Elaborado pelo autor

De acordo com dados obtidos pelo *Google Analytics*, a plataforma teve 6.502 visualizações no período entre 16 de outubro e 30 de novembro de 2020. Os picos de acesso ocorreram nos dias 21 de outubro, um dia depois do debate realizado pelo jornal O Estado e Portal Imirante, e no dia 28 de novembro, véspera do segundo turno das eleições – as duas datas registraram, respectivamente, 370 e 343 visualizações.

Os fóruns mais acessados foram checagens relacionadas aos dois candidatos mais votados, Eduardo Braide (Podemos) e Duarte Júnior (Republicanos). O fórum “Duarte Jr respondeu a processo por agredir pessoa idosa?”²⁸ obteve 806 acessos e o fórum “Eduardo Braide não é investigado pelo Ministério Público Federal?”²⁹ teve 321 acessos. Ambos contaram com trabalho colaborativo de mais de um participante do projeto.

O fórum mais acessado contou apenas com uma postagem assinada por mim, mas antes de publicá-la houve a consultoria jurídica oferecida por dois voluntários advogados. Além disso, o acesso aos documentos que serviram de fonte foi facilitado pelo projeto “Rumbora Marocar”, do coletivo Resistência Cultural Upaon-Açu (Reocupa), com quem

²⁸ Disponível em: <<https://bit.ly/2Xfi7H>>

²⁹ Disponível em: <<https://bit.ly/3yH9Ple>>

mantivemos uma relação de colaboração ao longo de todo o experimento, uma vez que também se tratava de uma iniciativa com a proposta de fazer *fact-checking* das falas dos candidatos à prefeitura de São Luís. Ambos os projetos avaliaram que a frase não era totalmente falsa, mas colocada fora de contexto. A resposta da equipe de campanha do candidato a essa reportagem será objeto de mais análise no próximo item deste capítulo.

Já o fórum relacionado a Eduardo Braide também teve consultoria jurídica voluntária, resultando em três contribuições que se complementavam e avaliavam a fala como falsa a partir de uma certidão do Ministério Público Federal (MPF) publicada pelo jornal Folha de S.Paulo e autenticada eletronicamente pelo site do MPF. O documento informava apenas que Braide era investigado em um inquérito policial. Não foi possível saber o teor da investigação, porque o procedimento tramitava em sigilo. Assim como nos demais fóruns, a assessoria do então candidato e hoje prefeito de São Luís não atendeu nosso pedido de resposta, deixando a discussão sem um contraponto. Esse comportamento pouco aberto ao diálogo foi recorrente com a maior parte dos candidatos, que além de não inscreverem representantes no projeto Sem Migué, geralmente deixavam de responder nossas solicitações – o que, no nosso entendimento, prejudica o debate e a intenção de torná-lo mais plural.

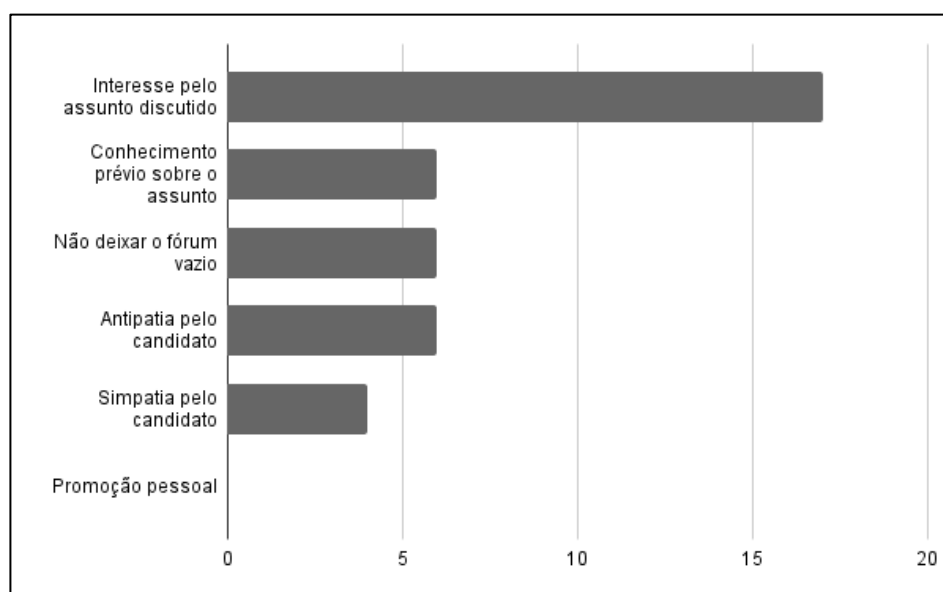
As dinâmicas de colaboração envolvidas no projeto foram um dos pontos de atenção no formulário aplicado entre os voluntários quando concluímos a experiência. Assim, percebemos que a participação pode ocorrer não apenas no trabalho de reportagem, mas também na etapa de divulgação do trabalho. Por meio do questionário final, descobrimos que 19 dos 24 participantes compartilharam as checagens da plataforma Sem Migué em suas redes sociais on-line. Ou seja, mesmo aqueles que não publicaram suas próprias verificações ajudaram a distribuir o conteúdo, o que não deixa de ser uma forma relevante de engajamento.

A mesma ferramenta de pesquisa nos permitiu saber que, dos 11 voluntários que contribuíram pelo menos uma vez nos fóruns de verificação, 5 compartilharam apenas suas próprias reportagens nas mídias sociais, 4 compartilharam apenas as verificações dos colegas e 2 compartilharam tanto as suas postagens quanto as dos colegas. Isso não descarta a possibilidade de haver inclinação maior ao compartilhamento quando os sujeitos estão envolvidos diretamente na produção. Estimular esse trabalho de distribuição orgânica é fundamental para ampliar o alcance do conteúdo, considerando que no paradigma da comunicação em rede o fluxo de informações é descentralizado, e é

justamente dessa descentralização que as campanhas de desinformação têm se aproveitado para obter êxito em suas empreitadas (RECUERO, 2019).

Em uma outra seção do questionário final, perguntamos quais haviam sido as principais motivações para publicar nos fóruns de checagem. Disponibilizamos as opções: “interesse pelo assunto discutido”, “conhecimento prévio sobre o assunto”, “simpatia pelo candidato em questão”, “antipatia pelo candidato em questão”, “ganhar visibilidade”, “não deixar o fórum de checagem vazio” e uma alternativa aberta com campo para acrescentar texto. O motivo “interesse pelo assunto discutido” foi marcado pelo maior número de voluntários. Outras respostas recorrentes foram relacionadas ao conhecimento prévio, simpatia ou antipatia por determinado candidato e não deixar o fórum vazio. A figura abaixo apresenta um resumo das respostas.

Figura 8 – Principais motivações dos participantes



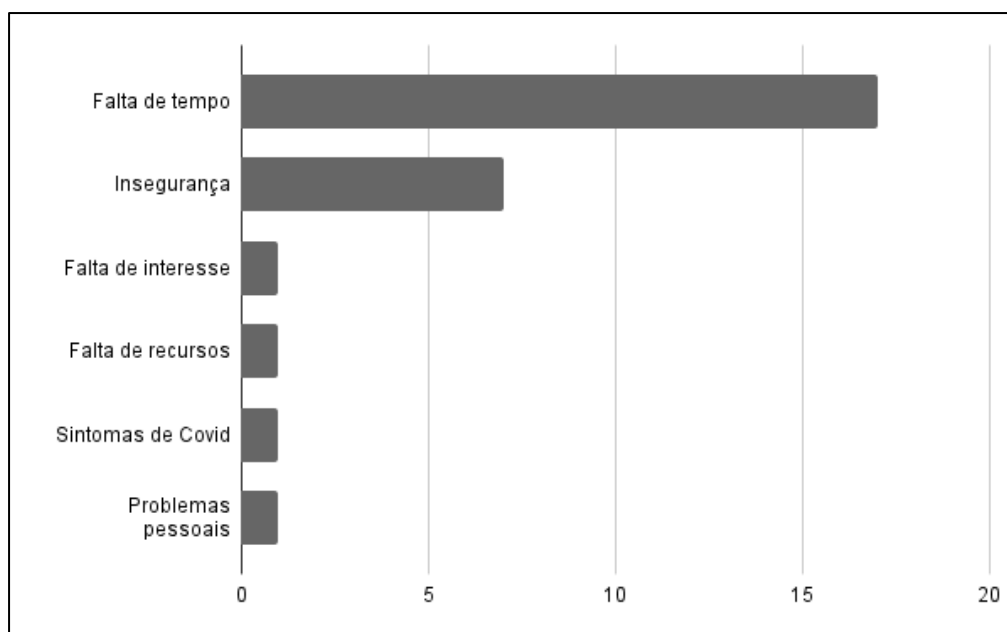
Fonte: Elaborado pelo autor

É possível perceber a importância dos afetos relacionados aos temas, aos candidatos checados e à própria comunidade de checadores no estímulo à participação espontânea. O destaque para as opções de interesse e conhecimento prévio sobre uma determinada pauta sugere que a intensidade com a qual os assuntos afetam os participantes pode ser a principal motivação para colaborar no debate. Da mesma maneira, esses afetos podem se manifestar em antipatia ou simpatia por um candidato em particular, como alguns voluntários indicaram. Por outro lado, a opção “não deixar o

fórum vazio” apontada por parte dos participantes revela talvez um compromisso com os resultados do trabalho colaborativo que une a comunidade de checadores do Sem Migué.

Na seção seguinte do questionário, perguntamos quais seriam os principais motivos para não ter participado dos fóruns. Embora essa pergunta tenha sido direcionada aos voluntários que não postaram nenhuma checagem, algumas pessoas que publicaram material na plataforma também indicaram suas razões para não ter contribuído mais. Fornecemos as opções: “falta de tempo”, “falta de interesse/motivação”, “insegurança/falta de conhecimento”, “falta de recursos técnicos (computador, acesso à internet, etc.)” e uma alternativa aberta para preenchimento livre. Praticamente todos os respondentes alegaram falta de tempo. O segundo empecilho mais citado foi a insegurança ou falta de conhecimento. Duas pessoas utilizaram a alternativa aberta para relatar problemas pessoais e de saúde relacionados à Covid-19. O gráfico abaixo apresenta um resumo das respostas a esse questionamento.

Figura 9 – Principais obstáculos para a participação



Fonte: Elaborado pelo autor

Em conversas individuais, alguns colaboradores relataram que perdiam o interesse de apurar uma pauta quando ela já havia sido verificada por alguém no fórum. Para eles, não fazia sentido acrescentar mais uma contribuição se não tivessem dados novos para enriquecer a discussão, mas também foi revelado um certo receio de se indispor com os

colegas que já haviam feito a apuração. Esse dado revela um aspecto interessante dos vínculos – por mais efêmeros que fossem – construídos em torno da plataforma de checagem colaborativa. Ainda que os fóruns não tivessem restrições quanto a novas contribuições, os colaboradores tinham uma certa preocupação uns com os outros, além disso, não postavam só para sentir que estavam participando. Havia um certo compromisso com a coesão do resultado final da checagem. É possível que essa sensação de pertencimento não existisse caso o grupo de voluntários fosse maior e mais disperso, ou talvez se houvesse a possibilidade de anonimato, ou até mesmo se a proposta da plataforma não fosse justamente se contrapor a um comportamento agressivo, irracional e incivil que pode ser observado no discurso populista e autoritário nas redes.

Ainda que mais da metade dos colaboradores não tenha publicado suas próprias reportagens e que a grande maioria dos fóruns não tenha tido mais do que uma única contribuição (Tabela 2), os voluntários consideraram que houve trabalho colaborativo. No questionário, fizemos essa pergunta aos que participaram dos fóruns e apenas uma pessoa alegou ter feito o trabalho de apuração sozinha. As outras dez afirmaram ter recebido contribuições do moderador e/ou de outros colegas.

Tabela 2 – Quantidade de checagens por fórum

Checagens	Fóruns
nenhuma	1
uma	31
duas	10
três	4

Fonte: Elaborada pelo autor

Ao longo do experimento, observamos que a colaboração ocorreu muito mais nos bastidores do projeto Sem Migué – via conversas no grupo do Whatsapp ou mesmo no privado – do que nos fóruns da plataforma. Um dos voluntários, por exemplo, não publicou nenhuma verificação de sua autoria, mas prestou consultoria jurídica – uma vez que atua como advogado e professor universitário na área do Direito. Além disso, o grupo

era utilizado por outros participantes para compartilhar sugestões de pauta, bases de dados úteis para a apuração e impressões sobre os debates e entrevistas ao longo da campanha.

Embora o sentido de colaboração seja geralmente atribuído a algum tipo de trabalho compartilhado, no contexto da sociedade colaborativa de Jemielniak e Przegalinska (2020) a ação de colaborar pode assumir diferentes formas. Com o apoio das tecnologias digitais de comunicação, além da produção entre pares, também há a ampliação do consumo compartilhado, por exemplo. As plataformas on-line abriram um leque de possibilidades para estarmos juntos, como a própria ideia de acompanhar as eleições em grupo, ainda que de maneira remota – compartilhando informações, opiniões e conhecimento. Isso reforça a ideia de que o modelo de checagem proposto pode contar com diferentes papéis para os colaboradores que não sejam apenas a checagem em si.

Nessa perspectiva, há também colaboração do público externo à comunidade de checadores, que pode acompanhar o conteúdo produzido no âmbito do projeto, além de curtir, comentar e compartilhar as checagens nas suas redes sociais. Qualquer pessoa poderia contribuir ainda enviando sugestões de pauta por meio de um formulário on-line. Porém, houve pouca participação por meio desse canal. Recebemos apenas 4 contribuições do público externo, sendo que apenas uma foi checada – tratava-se da alegação de que Braide era investigado pela Polícia Federal, assunto que já vínhamos apurando antes de receber a sugestão. Outra contribuição não era exatamente uma sugestão, e sim um comentário de um leitor que corroborava com a checagem “Bira não votou contra os professores da rede estadual?”³⁰. Outra refere-se a um programa chamado “Água em minha casa”, que o então candidato Eduardo Braide teria criado enquanto gestor da Companhia de Águas e Esgotos do Maranhão (Caema). A informação acabou não entrando em um fórum de verificação porque não conseguimos encontrar registros on-line desse programa, nem obtivemos resposta da assessoria de imprensa da Caema, o que inviabilizaria a checagem. Finalmente, outra sugestão chamava atenção para uma fala do candidato Duarte Júnior sobre fila nos hospitais. Não a selecionamos porque se tratava de uma promessa de campanha que poderia originar interpretações bastante subjetivas.

Os fóruns publicados na plataforma acabaram registrando poucas divergências quanto à avaliação dos checadores. Das 14 pautas que tiveram mais de uma contribuição no site, apenas 5 receberam etiquetas diferentes. Ainda assim, as divergências se deram por conta de nuances de interpretação e, em geral, as categorias eram bastante próximas:

³⁰ Disponível em: <<https://bit.ly/3yHTfla>>

uma mistura de “falso”, “descontextualizado” e “exagerado”, todas localizadas no âmbito da informação imprecisa. O único fórum em que a discordância entre verificações ficou mais evidente foi a pauta intitulada “Checagem: São Luís tem 31 quilômetros de ciclovias?”³¹, sobre uma fala do candidato Rubens Pereira Júnior (PCdoB).

Nesse fórum, houve uma divergência entre as fontes utilizadas para embasar a verificação. A primeira voluntária (Figura 10) utilizou o dado oficial fornecido pela Secretaria Municipal de Trânsito e Transportes (SMTT), que apresenta uma extensão bem menor de ciclovias do que o número usado pelo candidato em sua proposta de governo. Por isso, a informação dos 31 quilômetros foi avaliada como falsa nessa postagem.

Figura 10 – Print da primeira checagem sobre ciclovias

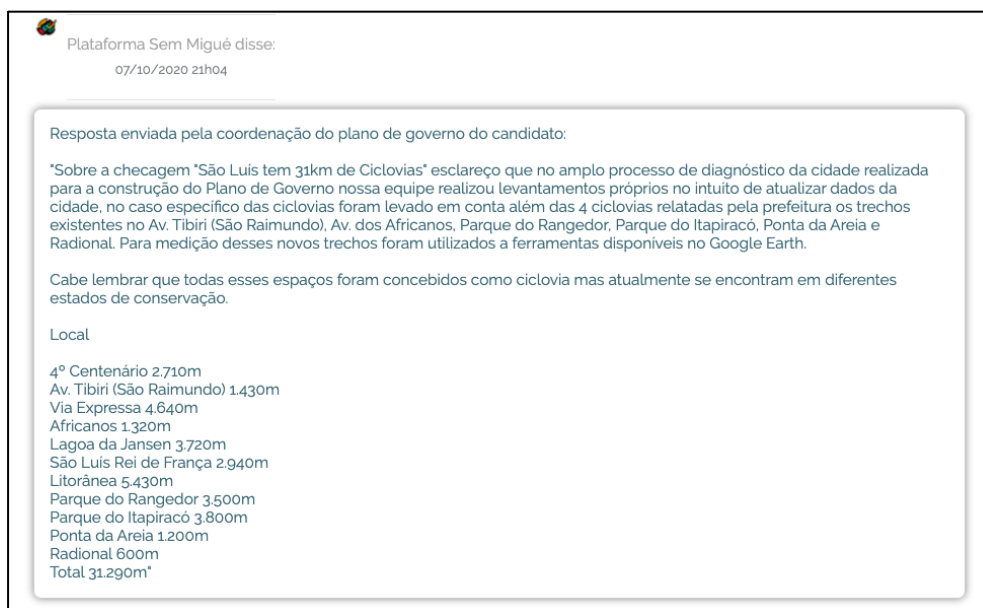


Fonte: Site da plataforma Sem Migué

Em seguida, a equipe de campanha do candidato respondeu o nosso pedido de explicação. Publicamos a nota enviada pelos assessores na íntegra (Figura 11). A resposta de Rubens Júnior informava que o estudo da SMTT estava desatualizado e que os 31 quilômetros de ciclovias haviam sido calculados a partir de um levantamento não oficial realizado por meio do Google Earth.

Figura 11 – Print da resposta de Rubens Júnior ao fórum

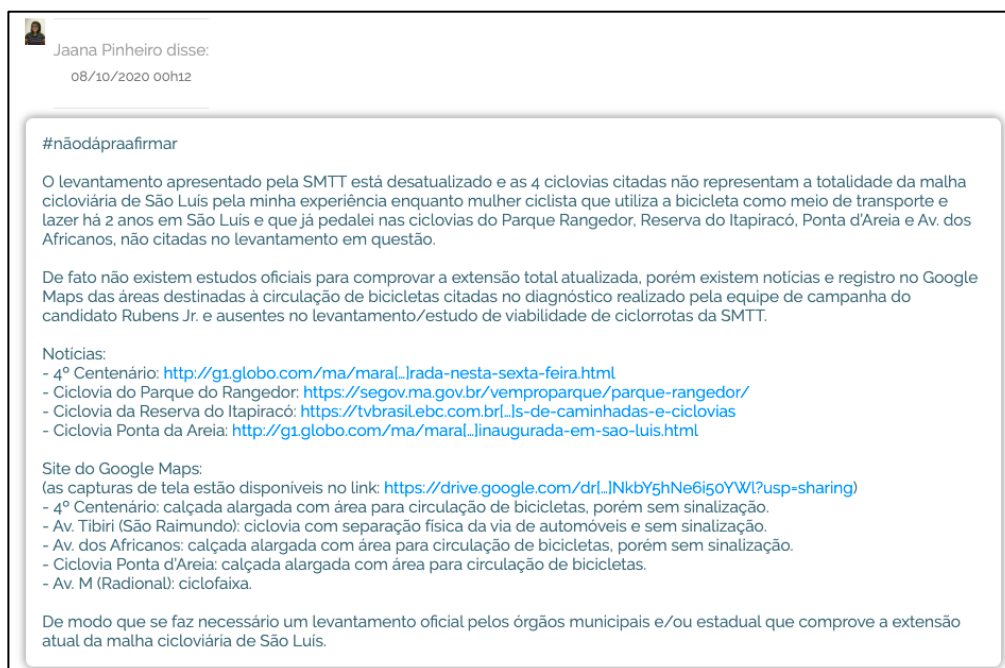
³¹ Disponível em: <<https://bit.ly/3CGMysl>>



Fonte: site da plataforma Sem Migué

Por fim, uma outra voluntária utilizou a etiqueta “não dá pra afirmar” (Figura 12), destacando a ausência de um levantamento oficial mais atualizado e alegando que ela mesma já havia pedalado em ciclovias não listadas nos dados oficiais da SMTT. A checadora acrescentou inclusive *links* para notícias e capturas do *Google Maps* que registravam a existência de ciclovias desconsideradas pelo estudo da prefeitura, destacando ainda o estado de conservação e sinalização de alguns trechos – o que também poderia suscitar dúvidas sobre quais delas poderiam de fato ser chamadas de ciclovias, uma vez que muitas vezes trata-se apenas de calçadas alargadas sem sinalização.

Figura 12 – Print da última checagem sobre ciclovias



Fonte: Site da plataforma Sem Migué

Nos bastidores, conversamos com a autora da primeira checagem para lembrá-la que, caso julgasse apropriado, poderia alterar a sua postagem a partir da explicação dada pela equipe do candidato - isso porque os fóruns davam aos usuários a possibilidade de deletar ou atualizar os seus comentários a qualquer momento. Mas ela decidiu manter a avaliação, argumentando que os trechos adicionais estavam localizados em parques e praças, não servindo para fins de mobilidade urbana. A divergência ficou, portanto, registrada no fórum.

No nosso entendimento, esse é um exemplo de pauta em que as fontes oficiais não são necessariamente as mais confiáveis. Apesar de não haver dados precisos que comprovem a extensão atual das ciclovias, fontes alternativas puderam servir de base para desbancar a informação fornecida pelos gestores públicos. Por isso, é importante que as diretrizes de checagem adotadas não dependam cegamente de fontes oficiais, que afinal também são passíveis de erros.

Ao propormos um modelo colaborativo de *fact-checking*, já era previsível – e até mesmo desejável – que diferentes perspectivas de checagem compartilhassem o mesmo espaço na plataforma. Não entregar ao público leitor um único texto completo em si mesmo e apresentado como expressão da objetividade e neutralidade jornalísticas foi uma escolha consciente. Essa abertura para contribuições diversas contempla a perspectiva já descrita no primeiro capítulo acerca da complexidade dos diferentes métodos de fixação

de crenças, dos processos de construção social da realidade objetivada e dos jogos de poder envolvidos nas disputas discursivas pelo status de verdade (BERGER; LUCKMANN, 1983; FOUCAULT, 2019; PEIRCE, 1877). Assim, mesmo que todos os participantes do experimento explorem argumentos comprometidos com a busca pela verdade factual, é possível chegar a interpretações distintas sobre um mesmo assunto. Acreditamos que esse formato facilita a aprendizagem dos leitores no sentido de navegar pelos diferentes caminhos de verificação e elaborar suas próprias conclusões.

Ademais, o modelo colaborativo se beneficia ainda do acúmulo de competências e saberes dos membros da comunidade de *fact-checking*. Supomos que, em grupos de trabalho mais homogêneos e reduzidos, a tendência é haver menos variedade de experiências pessoais e profissionais. No nosso caso, tivemos o privilégio de contar com pessoas com expertises que variavam da área jurídica à química ambiental, o que certamente abriu um leque de possibilidades para o trabalho de verificação.

3.4 COMUNICAÇÃO COM AS EQUIPES DE CAMPANHA

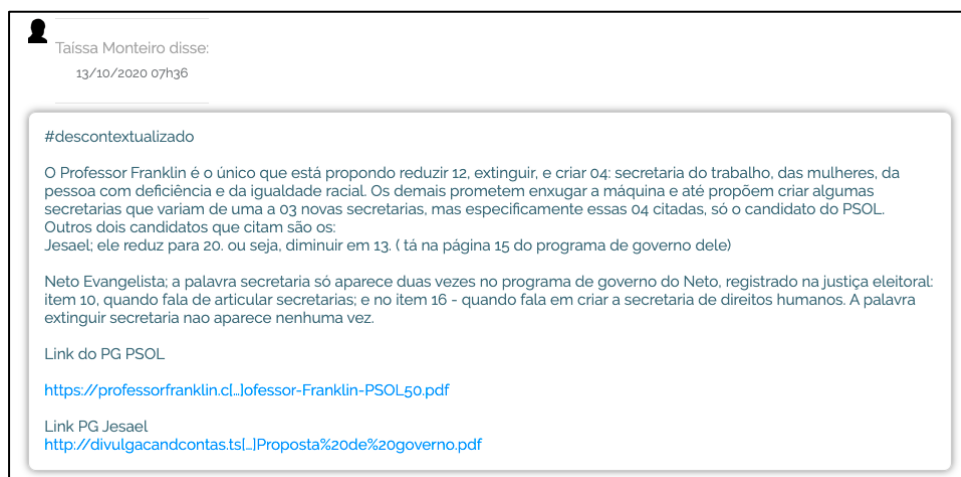
Desde quando iniciamos o plano de ação, não observamos uma postura muito colaborativa dos candidatos, com quem tentávamos nos comunicar por meio dos assessores de imprensa. Na fase de recrutamento dos voluntários, entramos em contato com todos para convidá-los a participar do projeto. Com exceção da equipe do PSOL, as assessorias não inscreveram representantes como colaboradores da plataforma – ao menos não oficialmente. Ainda assim, toda vez que um candidato tinha uma fala checada, os assessores eram notificados por mim, para que enviassem uma explicação em forma de nota. Contudo, dos 46 fóruns publicados na plataforma, apenas 4 tiveram resposta dos autores das falas verificadas.

A participante que se apresentou como membro da equipe do candidato Franklin Douglas (PSOL) contribuiu apenas em dois fóruns, e ambos tratavam de falas do seu próprio candidato. Mesmo no fórum “Checagem: Franklin é o único que promete reduzir número de órgãos da prefeitura?”³², em que foram evidenciadas incorreções no discurso do político, a checadora tentou defendê-lo (Figura 13). No dia 26 de outubro, a voluntária entrou em contato no privado para informar que não era mais parte da equipe de campanha

³² Disponível em: <<https://bit.ly/3sf90Ux>>

de Franklin Douglas, pedindo para que retirássemos essa informação de seu perfil. Desde então, ela não colaborou mais em nenhum dos fóruns.

Figura 13 – Print checagem sobre redução de órgãos na prefeitura



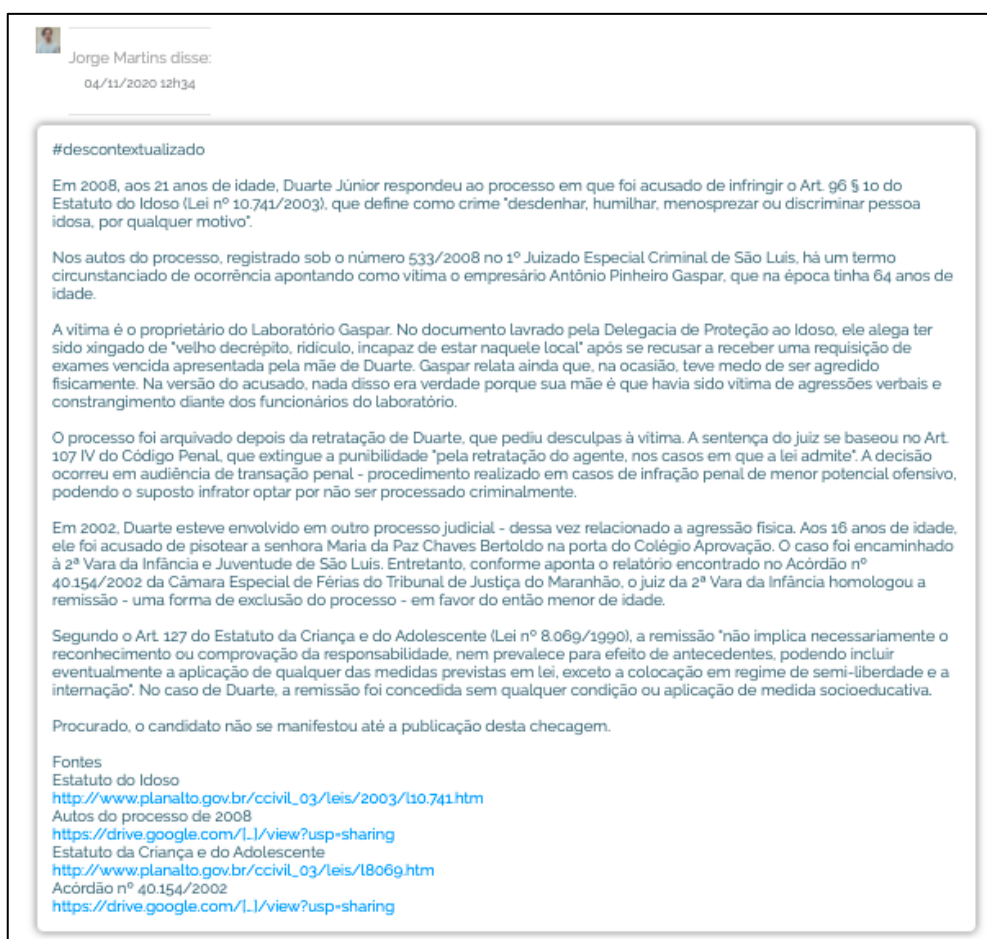
Fonte: Site da plataforma Sem Migué

Mesmo não enviando notas oficiais para publicarmos nos fóruns, os assessores dos candidatos Duarte Júnior (Republicanos) e Yglésio Moyses (PROS) chegaram a contestar as verificações em alguns momentos. Em uma ocasião, o assessor do candidato do PROS reclamou que as apurações estavam sendo mais rígidas com o seu assessorado do que com os demais concorrentes – embora ele estivesse entre os que menos tiveram falas verificadas na plataforma, o que sugere uma acentuada percepção de mídia hostil³³.

O fórum que obteve o maior número de acessos (“Duarte Jr respondeu a processo por agredir pessoa idosa?”) foi também o mais problemático do ponto de vista do relacionamento com a assessoria de imprensa do candidato. A checagem foi assinada por mim, mas teve a colaboração de outros voluntários e do projeto “Rumbora Marocar”. A avaliação utilizou a etiqueta “descontextualizado”, porque a informação não explica detalhes importantes do processo de 2008 em que o candidato foi acusado de infringir o Estatuto do Idoso. A figura abaixo mostra o *print* da reportagem no site do Sem Migué.

Figura 14 – Print da checagem sobre processo de Duarte Jr

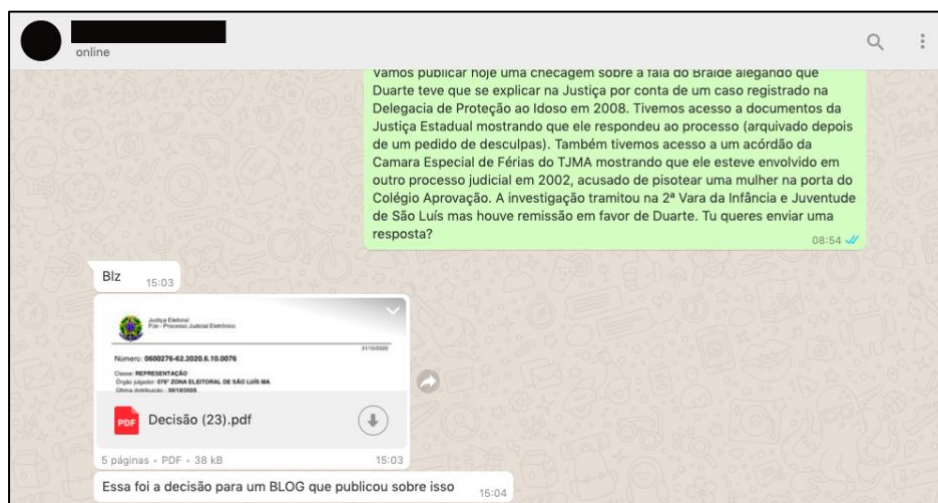
³³A hipótese da Percepção de Mídia Hostil (HMP) diz respeito à tendência que levaria os sujeitos partidários de uma determinada causa ou grupo político a julgarem a cobertura jornalística dos meios de comunicação de massa como desfavorável ao seu próprio ponto de vista (VALLONE; ROSS; LEPPER, 1985).



Fonte: Site da plataforma Sem Migué

Depois dessa postagem, a representante da campanha do então candidato do partido Republicanos respondeu à nossa solicitação de nota com uma tentativa de intimidação. Pelo *Whatsapp*, ela enviou a cópia de uma decisão judicial que condenava um blogueiro local por publicar uma matéria que tratava do mesmo assunto (Figura 15). Interpretamos a mensagem como uma ameaça, mas mantivemos o material publicado, com a segurança de que a nossa checagem fugia do tom sensacionalista e dizia apenas aquilo que consta nos autos do processo, que é um documento público. O candidato acabou não levando a questão à Justiça.

Figura 15 – Print da mensagem de Whatsapp da assessoria de Duarte Jr



Fonte: Registro feito pelo autor

Outro aspecto que merece destaque é que o candidato vencedor das eleições para prefeito da cidade de São Luís, Eduardo Braide (Podemos), não respondeu nenhuma das nossas solicitações de nota. Desde o primeiro contato por telefone, o assessor se mostrou imediatamente desinteressado em participar ou mesmo ouvir sobre a plataforma, manifestando inclusive alguma impaciência quando tentei explicar o projeto. De imediato, ele afirmou que não iria inscrever nenhum representante. Ao longo da operacionalização das checagens no site do Sem Migué, Braide não apenas deixou de responder nossas verificações, como continuou repetindo as mesmas informações que avaliamos como falsas ou descontextualizadas, o que contradiz autores que afirmam que o *fact-checking* é capaz de tornar os políticos mais cuidadosos com a correção de seus discursos, sabendo que estes estão sendo observados pelos checadores (GRAVES; NYHAN; REIFLER, 2015).

Um exemplo é o fórum “Eduardo Braide não é investigado pelo Ministério Público Federal?”, no qual comprovamos a existência de uma investigação por meio de certidão do Ministério Público Federal. As três checagens foram publicadas no dia 26 de novembro, mas no debate da TV Mirante realizado no dia 28 de novembro o hoje prefeito de São Luís reiterou que essa acusação era uma mentira. Outro exemplo é o fórum “Braide fez concurso público para mais de mil vagas na Caema?”³⁴, no qual eu e um dos voluntários apresentamos documentos que comprovam que a Caema fora obrigada a fazer o concurso em decisão judicial. Apesar de termos apontado a fala como descontextualizada no dia 23 de outubro, Braide a repetiu várias vezes depois disso – no

³⁴ Disponível em: <<https://bit.ly/3fZnI2H>>

debate da TV Difusora do dia 31 de outubro, no debate da TV Guarará no dia 5 de novembro e na sabatina do jornal O Estado do Maranhão no dia 23 de novembro, para citar alguns exemplos.

A ação deliberada de insistir em falas já contestadas pelas iniciativas de checagem pode decorrer da percepção dos candidatos sobre o impacto limitado do *fact-checking* na população. Seja porque a quantidade de acessos da plataforma era muito pequena quando comparada aos 699.954³⁵ eleitores aptos a votar em São Luís em 2020, seja porque esses atores políticos acreditavam que as verificações não teriam um peso determinante da escolha do voto dos ludovicenses.

Como vimos anteriormente, a decisão do voto pode ser afetada por uma série de instituições tradicionais além dos veículos jornalísticos, como partidos, agentes do Estado, igrejas e associações comunitárias (BIROLI; MIGUEL, 2017). Entretanto, percebemos que vinculações emergentes em níveis menos institucionais (SODRÉ, 2014), como por exemplo as comunidades que surgem e se articulam no ambiente on-line (redes sociais facilitadas por plataformas como *Whatsapp*, *Twitter*, *Youtube*, etc.) também podem desempenhar um papel importante nesse processo. O fenômeno da desinformação se aproveita exatamente dessas dinâmicas a fim de mobilizar afetos nessas redes – geralmente associados a discursos de ódio, medo e ressentimento.

Nessa perspectiva, as campanhas de desinformação possuem um inegável apelo popular – o que torna a disputa de narrativas muito mais difícil para as iniciativas de *fact-checking* em geral. No primeiro experimento, o projeto Sem Migué não conseguiu alcançar o grande público, seja por falta de tempo para conquistar mais engajamento orgânico, de recursos financeiros para impulsionar o conteúdo, ou mesmo de uma linguagem que tivesse mais apelo entre as camadas populares. Supomos que esse seja um dos motivos para o baixo engajamento dos candidatos com a plataforma de checagem, além da desconfiança que pode ter sido gerada pelo ineditismo da proposta em um contexto local de jornalismo predominantemente declaratório.

A falta de uma cultura de verificação na mídia local talvez ajude a explicar a estrutura precária dos serviços públicos de fornecimento de informações ao cidadão. No decorrer da experiência, ficou evidente que a principal dificuldade enfrentada pelos checadores que tentavam apurar dados junto às fontes oficiais foi a falta de transparência sobretudo nos sites da Prefeitura, da Câmara Municipal e da Assembléia Legislativa.

³⁵ Dado disponível no site do TSE: <<https://bit.ly/3g34rrD>>

Quando não havia informações confiáveis disponíveis on-line, recorriamos às assessorias de imprensa dos órgãos, mas, em diversas ocasiões, o trabalho acabava sendo prejudicado pela demora no envio de uma resposta ou mesmo pela falta de atendimento.

Destacamos um episódio ocorrido no dia 4 de novembro, quando entramos em contato com a funcionária responsável pelo atendimento à imprensa na Prefeitura de São Luís para cobrar respostas às demandas que tínhamos enviado havia mais de sete dias. Por telefone, fomos comunicados de que a equipe do Executivo municipal não iria mais atender as nossas demandas durante todo o período de eleições. Segundo a servidora, a gestão “decidiu não se envolver com assuntos relacionados ao período eleitoral”. A partir dessa data, essa era a resposta que recebíamos em todos os telefonemas para a assessoria de comunicação da prefeitura.

Compreendemos que tanto a postura pouco colaborativa dos candidatos como o desrespeito dos órgãos públicos à Lei de Acesso à Informação – que os obriga a conceder dados públicos a qualquer cidadão – são facetas de uma mesma cultura política. Há uma perspectiva comunicacional pouco aberta à autonomia do cidadão no diálogo com os seus representantes políticos e com os órgãos do poder público em geral, de modo que se mantém um certo distanciamento entre as esferas do poder e o cidadão comum. Essa lógica se apresenta em diferentes níveis de sutileza, mas predomina no âmbito de um ambiente tecnocrático e autoritário. A fim de aproximar esse cenário do ideal de uma democracia ou ao menos de uma poliarquia, com mais possibilidades de contestação e participação popular de uma pluralidade de grupos sociais, é necessário investir em ações que empoderem os cidadãos, dando não apenas acesso ao ecossistema de mídia, mas condições de agir nesse meio de maneira crítica e autônoma.

3.5 IMPACTO DO EXPERIMENTO ENTRE OS PARTICIPANTES

Ao encerrar o plano de ação, solicitamos a todos os colaboradores – inclusive aqueles que não tivessem participado ativamente do processo – que respondessem um questionário final de avaliação. O formulário teve 23 respondentes. A primeira parte listava onze afirmações a respeito da experiência que deveriam ser avaliadas com os conceitos “discordo totalmente”, “discordo parcialmente”, “concordo parcialmente” e “concordo totalmente” – a que atribuímos pontuações de 1 a 4 para obter uma média de respostas para cada frase (Tabela 3).

Ao calcular a média das pontuações, concluímos que os checadores atribuíram o conceito mais próximo de “concordo totalmente” a quatro frases: “a experiência mudou minha percepção sobre a cobertura jornalística das eleições”, “adquiri novas competências e habilidades”, “compreendi todas as orientações sobre como eu poderia colaborar” e “a seleção de pautas de checagem foi condizente com a metodologia proposta”. Já o conceito “concordo parcialmente” foi o mais próximo das pontuações obtidas pelas frases: “a experiência mudou minha percepção sobre o discurso dos políticos”, “eu me senti estimulado a colaborar no processo de checagem”, “acredito que a carga de treinamento foi suficiente”, “a metodologia proposta deu conta de suprir as demandas de checagem que surgiram no período”, “a experiência com o Sem Migué teve influência na decisão do meu voto”, “acredito que as checagens tiveram influência no voto de outras pessoas” e “pretendo continuar praticando a checagem de fatos após as eleições”.

Tabela 3 – Média de respostas ao questionário de avaliação final

<i>Avaliação</i>	<i>Aspectos que podem ter impactado</i>
Concordo totalmente	Nova percepção sobre a cobertura jornalística (3,52) Novas competências e habilidades (3,61) Compreensão sobre como colaborar (3,65) Seleção de pautas e metodologia alinhadas (3,61)
Concordo parcialmente	Nova percepção sobre discurso dos políticos (3,17) Estímulo para colaborar nas checagens (3,48) Carga de treinamento suficiente (3,43) Metodologia adequada para as demandas (3,48) Influência do Sem Migué no meu voto (3,09) Influência do Sem Migué no voto de terceiros (3,30) Interesse em continuar a prática de checagem (3,43)

Fonte: Elaborado pelo autor

Merecem destaque os aspectos relacionados à percepção dos discursos dos políticos e do campo do jornalismo, bem como à adequação da metodologia de checagem

adotada na plataforma e o peso da experiência na escolha do voto. Embora, no geral, os participantes não tenham discordado tanto das afirmações, interpretamos que as frases da segunda linha (“concordo parcialmente”) precisam ser avaliadas com cautela no que diz respeito ao impacto do projeto entre os colaboradores voluntários. Desse modo, é interessante notar que os participantes relatam uma mudança na forma de perceber o discurso jornalístico durante as eleições, mas não tanto na percepção das falas dos políticos. Do mesmo modo, eles sugerem que pode haver críticas à metodologia de checagem, que pode não ter atendido às demandas de verificação surgidas ao longo do experimento. Houve ainda um certo ceticismo quanto ao impacto do projeto na decisão dos votos dos eleitores ludovicenses.

No fim do questionário final de avaliação, deixamos campos abertos para que os respondentes sugerissem mudanças na metodologia adotada pelo projeto e enviassem comentários adicionais. Três pessoas comentaram que poderia haver mais momentos voltados ao treinamento dos colaboradores. Duas pontuaram que seria interessante ampliar as etiquetas de checagem. Duas colaboradoras sugeriram que seria necessário pensar em estratégias para tornar a plataforma mais acessível e popular – uma delas indicou como solução o desenvolvimento de tecnologias para facilitar o processo de checagem. Uma voluntária propôs ainda a ampliação da discussão sobre as checagens, abrindo o fórum para comentários dos leitores em geral. Houve também um comentário pontuando a necessidade de realizar incidência política e/ou pressão social para pautar a falta de transparência do governo municipal.

A fim de aprofundar algumas questões do questionário e buscar *insights* adicionais, realizamos um grupo focal on-line no dia 18 de setembro de 2021 com um grupo de sete participantes do projeto. Havíamos obtido a confirmação de dez voluntários para esse momento, mas três deles não conseguiram acompanhar no dia e horário agendados. Rosaline Barbour (2009) define essa técnica como a discussão em grupo na qual o pesquisador ou moderador está ativamente empenhado em estimular a interação entre os participantes, que pode ou não culminar em um consenso. Para isso, elaboramos um roteiro de dez perguntas capazes de provocar o debate e o compartilhamento de percepções e opiniões. O grupo selecionado contou tanto com colaboradores que publicaram suas checagens nos fóruns quanto com voluntários que não chegaram a postar na plataforma. Na escolha dos participantes, foram priorizados aqueles que não possuíam formação ou experiência profissional prévia no campo do jornalismo.

Os principais pontos que tentamos elucidar com essa técnica foram relacionados à percepção dos participantes sobre a cobertura jornalística das eleições e também sobre o discurso dos políticos. Como os resultados do questionário final de avaliação sugeriam apenas que houve uma mudança no primeiro caso e talvez não tanto no segundo, perguntamos quais eram as opiniões dos voluntários e o que havia mudado após o projeto. No geral, houve um consenso a respeito da mudança comportamental na leitura de notícias. Os voluntários afirmaram que, depois de participar do projeto, passaram a receber material informativo de maneira mais crítica e até mesmo mais proativa – atentando para a confiabilidade das fontes utilizadas, a transparência metodológica do veículo ou jornalista, além de procurar diferentes produtores de notícia para comparar versões de um mesmo fato ou acontecimento.

Essa mudança de comportamento foi relatada tanto por aqueles que participaram ativamente da publicação das checagens como pelos que apenas acompanharam a movimentação nos bastidores da plataforma – o que reforça a importância do processo colaborativo como um todo, e não apenas o seu resultado final materializado em *posts* nos fóruns. O elo entre a ampliação de uma consciência crítica da realidade e a reflexão sobre o fazer jornalístico condiz com as características comumente associadas às iniciativas de comunicação comunitária e alternativa estudadas por autores como Cicília Peruzzo (2017) e Washington Uranga (2009). Trata-se, muitas vezes, de uma apropriação de abordagens freireanas, que reforçam o potencial pedagógico de projetos como esse.

Nesse sentido, destacamos a declaração de uma das participantes do grupo focal: “A gente não tem ideia do tanto que é difícil você verificar informações corretas, então é importante verificar e levar isso para dentro das nossas comunidades, nossos pequenos núcleos, amigos próximos” (INFORMANTE 1). A fala revela a importância atribuída ao caráter colaborativo da recepção e não apenas da produção do conteúdo, reforçando a noção de que, na lógica da abundância, a colaboração mediada pela tecnologia pode atravessar a ação coletiva de diferentes formas (JEMIELNIAK; PRZEGALINSKA, 2020), potencialmente impactando também as relações off-line. Chama atenção ainda uma certa surpresa com as dificuldades do processo de checagem, o que pode levar a uma valorização da prática enquanto um trabalho que requer tempo, recursos e conhecimento – nem sempre à disposição de todos.

A preocupação com a distribuição e circulação dos frutos desse trabalho também apareceu nas falas de outros participantes. Além de concordar com a Informante 1, outra

voluntária acrescentou que seria interessante implementar na plataforma ferramentas que facilitem o compartilhamento nas redes sociais dos usuários.

Quando a gente facilita o compartilhamento da checagem que a gente fez – seja automatizando uma mensagem do que a gente produziu para um formato que a gente consiga compartilhar no Twitter, no Whatsapp, no Instagram fica mais fácil espalhar essas informações. (INFORMANTE 2)

Trata-se de uma funcionalidade que já existe em sites de notícia de um modo geral, o que corrobora com a percepção de Raquel Recuero (2019) quando afirma que as plataformas de mídias sociais oferecem estrutura e modos de espalhamento para as informações disponíveis na Web, inclusive peças de desinformação. Entretanto, os participantes do grupo focal enfatizaram também a necessidade de estimular a colaboração para além das redes sociais on-line, buscando o engajamento de líderes comunitários que poderiam multiplicar as checagens, inserindo-as na comunicação com suas famílias, vizinhanças, associações e outras possíveis instâncias do comum.

Desse modo, a ação coletiva que propomos para a prática da checagem de fatos deve compreender também o fomento à recepção ativa de forma integrada à dinâmica de colaboração. A tentativa de tornar o *fact-checking* mais democrático deve ter o compromisso de elevar o nível de participação e as possibilidades de contestação pública, por isso é tão importante ampliar não apenas o acesso ao debate mas também oferecer melhores condições de fazê-lo com civilidade e consciência dos processos comunicacionais envolvidos. Esse desafio se faz urgente à medida em que cresce a sensação generalizada de desconfiança e caos informativo em meio à crise epistêmica das instituições de referência da democracia liberal.

Essa mesma desconfiança surgiu em dois tópicos que levamos ao grupo focal. Um deles buscava compreender por que, no questionário de avaliação final do experimento, os voluntários sinalizaram que não houve grande mudança de percepção sobre o discurso dos políticos (Tabela 3). Ao discutir essa questão, os participantes explicaram que a avaliação desse discurso já era negativa e talvez tenha mudado para pior – para eles, é preciso desconfiar do que os candidatos dizem, uma vez que costumam manipular os dados de modo a construir narrativas enviesadas.

Contudo, quando provocamos os participantes a nomearem quem seriam os agentes de desinformação, todos concordaram que esse papel não cabia apenas aos políticos mal-intencionados, mas a um espectro amplo de atores sociais. Questionamos

se essa teia de desinformação incluía também veículos tradicionais de jornalismo profissional e o grupo foi unânime ao responder que sim. Uma das colaboradoras avaliou que, atualmente, há um declínio da “imparcialidade”, dando lugar a um jornalismo cada vez mais partidário: “Mesmo vindo de jornalistas profissionais, eu acho que por conta do momento político que a gente está vivendo surge uma certa desconfiança do que eles estão falando por conta da imparcialidade” (INFORMANTE 3).

Essa fala revela a crença numa espécie de contaminação da profissão jornalística pelo campo político – evidenciando ainda uma certa idealização da prática no passado, quando essa interferência supostamente não existia ou pelo menos era menor. Na interação com os outros participantes, surgiu também uma visão um pouco idealizada da obrigatoriedade do diploma de jornalista. “O que é o jornalismo profissional? A gente está num momento em que a própria profissão foi desvalorizada. Não existe mais obrigatoriedade de você passar por uma faculdade” (INFORMANTE 2). Nessa perspectiva, outros participantes associaram a ética jornalística à formação profissional. Um deles pontuou que existe uma diferença entre os interesses dos profissionais jornalistas e dos veículos para os quais eles trabalham:

Eu acho que existem essas duas vertentes: o jornalista e o jornalismo. Quando a gente fala do jornalismo, quem que ele está representando? A empresa, a instituição, o grupo, quem manda, quem paga. Eu acredito que o jornalista – em relação à ética da profissão e também ao caráter – vai de acordo com a imparcialidade. (INFORMANTE 4)

Ao questionarmos se o fato de passar pelos bancos de uma universidade garantiria um comportamento ético do profissional e um ganho em qualidade do trabalho jornalístico, o grupo respondeu que não – mas que algum tipo de formação profissional ajudaria a evitar problemas nesse sentido. Acreditamos que essa visão está alinhada ao discurso de fortalecimento do campo jornalístico, uma vez que é bastante evidente o processo de precarização do trabalho nesse setor, mas suspeitamos que a obrigatoriedade do diploma (suspensa em 2009 por decisão do Supremo Tribunal Federal) em nada contribuiria para reverter esse fenômeno. Para enfrentar o problema da crise do jornalismo, precisamos considerar as transformações mais amplas pelas quais tem passado todo o ecossistema de mídia.

Compreender como a lógica da abundância alterou não apenas os modelos de negócio dos veículos midiáticos, mas também a própria forma de produzir e consumir notícias é fundamental para evitar que criemos soluções ineficazes ou inadequadas para

a realidade atual. Obviamente, não é fácil capturar e descrever com precisão um fenômeno tão recente e dinâmico, mas nos parece bastante claro que a colaboração mediada pelas tecnologias digitais desempenha um papel central nesse fenômeno. A ideia da plataforma Sem Migué surge dessa percepção, somada ao desejo de forjar outros tipos de vinculação nesses espaços, em contraposição ao fenômeno da desinformação contemporânea e também à resposta tecnocrática muitas vezes defendida no campo do jornalismo.

Uma vez que as interações no grupo focal revelaram a permanência do imaginário de imparcialidade num jornalismo profissional idealizado, consideramos importante estimular essas reflexões na comunidade de checadores em edições futuras do projeto. Acreditamos que esse debate reforça o caráter pedagógico das iniciativas de comunicação comunitária e alternativa, porque tem o potencial de despertar uma crítica da mídia comprometida com o fortalecimento da democracia. Conforme vimos nos capítulos anteriores, a falácia da neutralidade nas narrativas jornalísticas é combatida por diversos autores, como Flávia Biroli e Luís Felipe Miguel (2017), que descrevem o jornalismo como parte das arenas de conflito político, e Luiz Gonzaga Motta (2013), que adverte para a construção dos relatos jornalísticos como resultado dos jogos de poder entre veículos, jornalistas e personagens das notícias.

Em alguma das ações de treinamento e capacitação de voluntários, caberia questionar se em algum momento da história do jornalismo houve de fato esse padrão ouro de imparcialidade que hoje supostamente estaria sendo perdido. Nesse sentido, seria importante refletir até mesmo se é possível alcançar esse ideal de neutralidade. O pensamento de Foucault (2019) nos ajuda a compreender essas questões alertando que não há enunciados neutros e independentes, mas sim em relação uns com os outros, formando discursos que disputam o poder de definir o que é verdadeiro em uma determinada sociedade e seu respectivo regime de verdade.

É possível que estejamos vivenciando no Brasil uma crise do nosso regime ou “política geral” da verdade – categorias que, como vimos anteriormente, são empregadas no pensamento foucaultiano sobre as relações entre verdade e poder. Essa crise tem provocado o caos informativo e a desconfiança generalizada que os participantes compartilharam no grupo focal. Ainda assim, quando questionados se confiavam no trabalho das agências de checagem especializadas, a maioria afirmou que sim. Apenas a Informante 3 disse que gostaria de confiar, mas “fica com o pé atrás”. Em seguida, outros três participantes se manifestaram discordando da colega. No geral, a defesa de quem

disse confiar nas agências de *fact-checking* girou em torno da transparência do processo. “Das que eu consulto pelo menos eu consigo ver uma confiabilidade, porque eu consigo fazer essa auditoria. Eu vejo uma preocupação metodológica maior na explicação” (INFORMANTE 5).

Em outro tópico do grupo focal, buscamos estimular o debate sobre o que afinal pode ser considerado desinformação. Nessa questão, os participantes concordaram que o conceito abarca toda tentativa de enganar por meio da disseminação de informações – sejam elas falsas ou verdadeiras. Essa definição vai ao encontro da noção de que nem sempre o fenômeno diz respeito a falsidades, sendo possível confundir e ludibriar utilizando apenas dados verdadeiros, porém descontextualizados. E o jornalismo tradicional não escaparia dessa lógica.

Essa visão abrangente sobre o que pode ser incluído no escopo de checagem está conectada a uma outra questão que perguntava se os informantes gostariam de criar seus próprios fóruns de checagem. Suspeitamos que o experimento poderia se beneficiar de uma ampliação da autonomia dos voluntários, envolvendo-os também na etapa de seleção de pautas para a plataforma, por isso quisemos sondar a opinião dos voluntários a respeito disso. A maioria deles respondeu que gostaria de poder inserir pautas de checagem no site do projeto, mas houve algumas reticências.

Alguns participantes compartilharam algum desconforto com essa ideia por não se sentirem autorizados a tomar esse tipo de decisão sozinhos, uma vez que não são jornalistas profissionais. Ainda assim, avaliaram que essa parte do trabalho ficou muito centralizada no moderador nesse primeiro experimento. Então eles chegaram à conclusão de que seria melhor essa tarefa ser compartilhada, mas com a exigência de um determinado número de colaboradores “autorizando” a publicação do fórum. Essa gestão compartilhada das publicações seria uma maneira de evitar problemas, como a inserção de pautas que não atendem aos critérios estabelecidos na metodologia de checagem.

A ampliação da autonomia e a diversificação das possibilidades de colaboração também foram as sugestões dadas pelo grupo quando perguntamos o que poderia ser feito para intensificar o engajamento dos voluntários no projeto. Um dos participantes propôs “intermediar mais o contato entre os voluntários que não se conhecem ou não têm tanta intimidade para que um ajudasse o outro em alguma parte que houvesse falta de conhecimento específico” (INFORMANTE 5). Outra voluntária sugeriu que criássemos rodas de debates sobre as pautas, “que às vezes aconteciam no *Whatsapp*, mas talvez fosse

melhor ter um espaço em separado na plataforma para conversar sobre a notícia ou sobre os dados que estão sendo checados antes de finalizar a checagem” (INFORMANTE 2).

As contribuições reforçam a necessidade de estratégias de fortalecimento da comunidade de checadores, por meio do estímulo à criação de vínculos de cooperação mútua e ao sentimento de propriedade compartilhada sobre o conteúdo produzido na plataforma. Ao levantarmos a possibilidade de haver remuneração para o trabalho, as reações dos participantes foram majoritariamente negativas e até mesmo contrárias à ideia. Alguns informantes disseram que a remuneração não os faria colaborar mais, porque já sabiam que se tratava de um trabalho voluntário quando se inscreveram no projeto. Uma das informantes pontuou ainda a possibilidade de a remuneração dos checadores ter um impacto negativo na credibilidade do projeto – se a motivação fosse apenas o dinheiro, os participantes poderiam colocar a quantidade acima da qualidade para lucrar mais. Entretanto, o grupo também avaliou que futuramente pode ser interessante haver algum tipo de pagamento para alguns checadores, mas que esse não deveria ser o único tipo de vínculo, devendo permanecer a possibilidade de contribuir de forma voluntária.

Com isso, percebemos o consenso dos participantes sobre a possibilidade de a remuneração transformar o tipo de vínculo estabelecido na plataforma, havendo um receio de que essa nova vinculação se afaste do caráter cívico do projeto inicial. O desejo de contribuir para o fortalecimento da democracia foi, inclusive, a principal motivação para colaborar declarada no formulário de inscrição. Numa atualização do nosso modelo de *fact-checking*, fortalecer esse aspecto do projeto por meio de ações estratégicas pode elevar a sensação de pertencimento à comunidade de checadores e até mesmo a uma maior participação na plataforma. Uma forma de conseguir isso seria a realização de mais momentos de capacitação e discussão – todos os participantes do grupo focal afirmaram que gostariam de participar de formações desse tipo.

3.6 ATUALIZAÇÃO DO MODELO DE *FACT-CHECKING*

O plano de ação da pesquisa se conclui com a proposta de atualização do modelo de *fact-checking* colaborativo, utilizando como base os resultados da experiência com o primeiro *mvp*. Desse modo, o nosso artefato poderá ser materializado mais uma vez em uma nova edição do projeto, explorando melhor as potencialidades e implementando possíveis soluções às limitações observadas nesta primeira aplicação. A Figura 16 abaixo

traz uma representação visual das principais características dessa versão atualizada. Como se trata de um modelo e não de um plano de operacionalização da plataforma, as diretrizes são mais genéricas do que o quadro Canvas que utilizamos para colocar em prática o primeiro experimento do projeto.

Figura 16 – Gráfico da atualização do modelo de checagem



Fonte: Elaborado pelo autor

A atualização prevê o fortalecimento da identidade do projeto de comunicação comunitária e alternativa voltado para a formação de uma rede de checadores voluntários – que podem ser jornalistas profissionais ou não. A proposta é que o trabalho continue sendo realizado em torno de uma plataforma organizada em fóruns de checagem, nos quais os colaboradores seguirão com autonomia para publicar suas próprias verificações. Os autores das checagens devem ser sempre identificados e cada usuário precisa ter um perfil público no site, que poderá ser aperfeiçoado para que os participantes do projeto consigam editar suas páginas pessoais de forma semelhante às plataformas de redes sociais on-line. Perfis anônimos não serão admitidos e a identidade dos participantes deverá ser comprovada na inscrição.

O recrutamento de checadores voluntários deverá ocorrer de forma periódica, sendo seguido dos ciclos de capacitação. Os resultados do primeiro experimento sugerem a necessidade de explorar de forma mais intensa o potencial pedagógico do projeto, realizando não apenas mais oficinas práticas de *fact-checking*, mas também estimulando espaços de discussão sobre o fenômeno da desinformação e os processos de verificação empregados na plataforma. Além disso, o alcance pode ser ampliado com a produção de cartilhas com dicas de verificação que poderão servir não apenas para os usuários da plataforma, mas também para o público em geral.

Para que o trabalho de educação midiática se desenvolva de forma mais efetiva, adequando-se à realidade do público-alvo, também propomos segmentar as turmas em cada ciclo do projeto. Assim, em vez de abrir inscrições para qualquer pessoa que queira participar, cada recrutamento pode ter um público bem definido – como por exemplo estudantes de Ensino Médio, professores da Educação Básica, membros de uma determinada comunidade, entre outros. Com isso, pode ser que o desnivelamento identificado na primeira experiência seja minimizado e que as características em comum se sobressaíam, facilitando a formação de vínculos entre os colaboradores e descobertas sobre a realidade específica desses públicos.

Outra alteração que propomos na atualização do modelo é descentralizar ainda mais o trabalho de verificação, implementando fluxos que tornem a plataforma mais autogestionada. Na primeira experiência, os participantes já tinham autonomia para fazer suas próprias reportagens, mas a seleção de pautas e criação de fóruns ainda passavam pelo filtro do moderador da plataforma. Em futuras edições, gostaríamos de desenvolver um site que permita que aos colaboradores a criação de novos fóruns – distribuindo também o trabalho de seleção de informações a serem checadas. Consideramos a mudança importante, porque essa etapa do processo também envolve subjetividades do moderador, ainda que haja um conjunto de critérios bem definidos. Desse modo, a distribuição do trabalho de seleção confere à plataforma um grau superior de pluralismo.

Além disso, com mais pessoas selecionando e criando os fóruns, é possível ampliar a capacidade de identificar conteúdos verificáveis, que muitas vezes circulam em grupos de *Whatsapp* fechados e outros ambientes on-line inacessíveis aos mecanismos de busca. A hipótese é que quanto mais sujeitos estiverem mobilizados na busca por informações enganosas em suas próprias redes, mais chances teremos de identificar campanhas de desinformação que podem passar despercebidas quando esse trabalho é centralizado em poucas mãos. Se houvesse essa funcionalidade na primeira experiência

do projeto Sem Migué, talvez teríamos conseguido identificar algum boato circulando nas redes e não apenas falas públicas dos candidatos a prefeito.

No site do Sem Migué, não houve prática de *debunking*, que é um tipo de checagem mais sintomático daquilo que o fenômeno da desinformação traz de novo: mentiras anônimas e geralmente transmitidas pelas redes em fluxos bem difíceis de controlar ou mesmo rastrear. Se esses boatos de fato existiram, o nosso monitoramento das redes digitais falhou na capacidade de localizá-los. O fato de que nenhum boato entrou em nosso radar pode ter duas possíveis explicações: ou esse conteúdo circulou em grupos fechados aos quais não tivemos acesso ou, ao menos no contexto das eleições municipais de São Luís em 2020, essa estratégia de disseminação de mentiras não foi adotada pelos grupos envolvidos no pleito – ao contrário do que se observou no âmbito das eleições presidenciais de 2018.

Ainda no que diz respeito à metodologia de checagem apresentada aos participantes do projeto, a atualização do modelo recomenda mais flexibilidade no uso das etiquetas. Se a grande vantagem do trabalho distribuído em comunidades abertas é a liberdade que facilita o processo de cocriação, a plataforma poderia se beneficiar da possibilidade de os voluntários criarem etiquetas diferentes das pré-definidas, uma vez que pode haver casos em que nenhuma delas sirva para a avaliação. Concordamos com Taís Seibt (2019) quando ela afirma que a etiquetagem é uma das etapas em que subjetividades e decisões editoriais podem aparecer de forma mais evidente. Contudo, em vez de suprimir esse elemento em nome de uma suposta “objetividade”, propomos ampliar o poder de intervenção dos sujeitos e tornar a metodologia mais fluida.

Um aperfeiçoamento do modelo de checagem também deve passar pelos mecanismos de compartilhamento dos conteúdos produzidos na plataforma. De acordo com o *Google Analytics*, a maior parte das visualizações de páginas do site do projeto tiveram origem em pesquisas no Google (36%), em links diretos (22%) – e somente depois vinham o Instagram (18%), Twitter (16%) e Facebook (6%). Essas plataformas de redes sociais on-line são frequentemente apontadas como importantes ferramentas de distribuição de notícias e matérias publicadas em outros sites, mas muitas vezes os seus usuários leem apenas as chamadas no *feed* e não clicam nos links para ver os textos completos. Nesse sentido, inserir no site da plataforma a funcionalidade de compartilhar os fóruns ou as checagens individuais nas redes sociais pode ajudar a ampliar o alcance do conteúdo – uma vez que as pessoas tendem a dar mais atenção àquilo que é compartilhado por seus amigos – além de potencialmente ultrapassar as fronteiras da

plataforma e estimular conversações a respeito do *fact-checking* em outros ambientes do ecossistema on-line.

Finalmente, acreditamos na importância de incluir mecanismos que garantam tanto a transparência quanto a pluralidade de pontos de vista nos processos de checagem de fatos. Conforme as interações entre os participantes do grupo focal sugerem, a credibilidade do conteúdo jornalístico contemporâneo tende a ser associada com a clareza quanto às fontes e metodologias utilizadas, a identificação do perfil dos autores e a possibilidade de auditar as verificações. Por isso, é preciso desenvolver uma plataforma transparente e orientar os colaboradores a incorporar esse princípio nas suas rotinas de produção. Entretanto, acreditamos também que a política não deve ser domesticada pela pressão por uma transparência supostamente “neutra” (HAN, 2017), sendo constituída por positivities, mas também por negatividades, obscuridades e incertezas. Nessa perspectiva, há processos de comunicação que vão além da mera transmissão de informações, revelando a potência criativa do comum. É nessa esfera que emerge a relevância do pluralismo para a democratização desse ambiente midiático. Isso vale para a noção de democracia presente na poliarquia dahlsiana, que requer inclusão e participação acompanhadas de possibilidade de oposição e respeito às diversas minorias que compõem o tecido social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não faltam evidências de que a mentira tem feito parte do repertório de ação política desde muito antes da atual crise das democracias liberais. Os assaltos do poder às verdades factuais “inconvenientes” não representam uma novidade em si. Entretanto, essa prática tem adquirido uma roupagem inédita a partir das possibilidades trazidas pelas tecnologias digitais da comunicação, que se apoiam numa lógica da abundância para chegar a resultados exponenciais. Esse aparato técnico facilita a microsegmentação de mensagens, além da criação de perfis inautênticos em plataformas de redes sociais e diversos sites dedicados ao espalhamento de desinformação – recursos explorados por atores que têm buscado capturar os medos e ressentimentos contemporâneos para promover autorradicalização e discursos de ódio.

O resultado do processo que Hannah Arendt chama de “lavagem do cérebro” – definido aqui como a tentativa sistemática de ocultar, mascarar ou fraudar os fatos – não é que as inverdades sejam amplamente aceitas, mas sim que prevaleça uma espécie de cinismo, de negação generalizada de qualquer tipo de verdade. Quando compreendemos a pós-verdade como disposição humana para dar sentido ao mundo por meio de narrativas e ficções mais do que fatos, números e equações (HARARI, 2018), não estamos defendendo uma atitude cínica e de descrença generalizada perante tudo e todos. Pelo contrário, queremos reafirmar o respeito à verdade factual, enfatizando que suas interpretações podem ser tão plurais quanto a diversidade do tecido social.

Abraçar essa pluralidade sem comprometer a verdade factual nem a civilidade do debate foi o desafio que motivou a criação do nosso modelo de *fact-checking*. Reconhecendo que é inútil pensar que haverá uma solução mágica por meio da qual a mentira deixará de existir na internet ou em qualquer outro ambiente, buscamos investigar de que forma uma experiência colaborativa e descentralizada de checagem de fatos ajudaria os participantes a lidar com o fenômeno da desinformação. Consideramos que toda informação enganosa disseminada com intenção de causar dano pode ser inclusa nessa categoria – cuja complexidade abarca hoje todo o ecossistema da informação e não apenas a prática do jornalismo (WARDLE, 2017).

Nesse sentido, o experimento com a plataforma Sem Migué demonstrou potencial pedagógico enquanto projeto de comunicação alternativa e comunitária capaz de estimular entre seus participantes um comportamento mais crítico e proativo no que diz respeito às diversas mídias que atualmente atravessam o cotidiano de tantos sujeitos. Ao

cumprirmos o nosso objetivo de testar a viabilidade desse modelo durante as eleições municipais de São Luís/MA em 2020, percebemos algumas potencialidades e limitações dos vínculos colaborativos construídos durante esse processo.

Embora as práticas de milícia virtual e outras demonstrações de incivilidade nas redes digitais tenham frustrado em larga medida as velhas expectativas de democratização da mídia a partir das tecnologias da informação e comunicação, não se pode negar a existência de novas formas de sociabilidade fortemente baseadas em dinâmicas de colaboração (JEMIELNIAK; PRZEGALINSKA, 2020). Quando falamos em sociedade colaborativa orientada pela lógica da abundância, nos referimos a um modo de pensar e organizar vínculos e relações que é desprovido de conotação positiva ou negativa. Assim, ele pode se aplicar tanto ao capitalismo de plataforma que tem precarizado as relações de trabalho quanto ao cooperativismo de plataforma que redistribui lucros, prioriza os trabalhadores e valoriza redes de economia solidária. Do mesmo modo, essa lógica subjaz tanto à criação de sites e perfis dedicados à prática de desinformação quanto ao Sem Migué e outras possíveis iniciativas que visem à educação midiática, ao compromisso com a verdade factual e ao respeito aos direitos de segmentos minorizados e subalternizados da sociedade.

Não conseguir mobilizar esses públicos para esta pesquisa foi uma limitação que precisa ser resolvida em futuras aplicações do modelo. O teste do primeiro mínimo produto viável contou com a participação de um perfil bastante específico de voluntários: quase todos cursaram ou estavam cursando um curso de nível superior e, no geral, já dispunham de um grau considerável de consciência política. Isso se justifica pelo caráter espontâneo da adesão ao projeto e talvez ao pouco tempo de divulgação do recrutamento, o que levou pessoas que já tinham algum conhecimento ou interesse prévio no problema da desinformação a se inscreverem.

Não se trata de uma surpresa, visto que Chris Anderson (2012) caracteriza projetos baseados em comunidades abertas como organizações informais que reúnem pessoas a partir de seus objetivos ou interesses em comum. Entretanto, para que a iniciativa cumpra de fato sua vocação educativa e democrática, será necessário criar estratégias para popularizar o modelo, chegando até aqueles que talvez estejam mais vulneráveis às campanhas de desinformação e menos cientes de suas possibilidades de ação no jogo político.

Do mesmo modo que os participantes do experimento relataram uma mudança de comportamento no sentido de uma leitura mais qualificada da cobertura jornalística das

eleições, é possível que outros perfis de colaboradores também passem a atentar mais para as fontes das informações que recebem, além de avaliar melhor o nível de transparência no trabalho dos veículos de comunicação, bem como as diferenças entre fatos e opiniões. Segundo Cicília Peruzzo (2008), esses processos educacionais são mais eficazes em desenvolver o exercício da cidadania quando os sujeitos participam ativamente das fases de produção e difusão de conteúdo de interesse público. Nessa perspectiva, as possibilidades trazidas pelas tecnologias digitais de comunicação são bastante promissoras para o universo da comunicação comunitária, alternativa e popular.

Como os resultados da pesquisa sugerem, essa participação pode se manifestar em diversos modos de colaborar para além da publicação de verificações nos fóruns de checagem. Observamos que alguns voluntários preferiram contribuir com consultoria especializada em assuntos jurídicos, outros no trabalho de divulgação da plataforma e compartilhamento dos conteúdos em suas redes sociais, e houve ainda quem tenha participado apenas do acompanhamento da campanha eleitoral de forma colaborativa – fazendo parte do intercâmbio de ideias, percepções e opiniões não necessariamente relacionadas aos processos de *fact-checking*. Como defendem Dariusz Jemielniak e Aleksandra Przegalinska (2020), a colaboração humana mediada pela tecnologia pode ocorrer em diferentes configurações, e o produto final desses processos é tão importante quanto perceber como a ação coletiva em si é capaz de impactar o crescimento de uma sociedade.

O fato de termos conseguido mobilizar um grupo de 24 interessados em colaborar de forma voluntária com um projeto de checagem dessa natureza é um indicativo de que é possível viabilizar alternativas aos discursos e modelos hegemônicos no campo jornalístico. Apesar das pressões para adequar os fluxos de informação aos padrões de eficiência ditados pelo capitalismo contemporâneo, a comunicação humana não se resume ao tráfego de sinais binários nas redes digitais. Dentro e fora desses espaços de encontro mediado pela tecnologia, continua latente a potência criativa do comum conceituado por Muniz Sodré (2014). Enquanto vazio constitutivo no qual ocorrem os processos de vinculação social, o comum abriga formas de sociabilidade mais institucionalizadas e também as práticas emergentes que têm caracterizado a dinâmica das redes digitais.

Essa abordagem nos ajuda a compreender um pouco melhor a complexidade do atual ciclo de mídia e cultura, no qual os papéis assumidos pelos sujeitos parecem ser mais fluidos e os modelos lineares de comunicação fazem cada vez menos sentido. A

atual crise das instituições demonstra que a ordem social não deve ser analisada como se fosse desprovida de historicidade. Mudanças de conjuntura são capazes de transformar o jogo político, colocando em xeque sistemas que antes pareciam consolidados. É importante lembrar, no entanto, que as novidades nesse cenário nem sempre surgem a partir de comunidades orgânicas e que a disputa pelo poder não é simétrica. Vale destacar que os movimentos de extrema-direita em ascensão contam com o apoio de pelo menos parte das elites econômicas na tentativa de contaminar o debate público com técnicas cada vez mais sofisticadas de desinformação. As próprias plataformas de redes sociais on-line são frequentemente criticadas por muitas vezes utilizar algoritmos que favorecem conteúdos sensacionalistas pelo fato de gerarem mais engajamento dos usuários.

Esses jogos do poder estão sendo considerados na nossa tentativa de lidar com o problema da desinformação, preservando ao mesmo tempo as dimensões da diferença e do “outro” – categorias importantes para a viabilização dos espaços do comum. Ao pensarmos numa identidade para o modelo do projeto Sem Migué, refletimos sobre a afirmação de Foucault (2019b) de que cada sociedade tem o seu próprio regime de verdade. Será possível que estejamos passando por um processo de mutação da nossa política geral da verdade? Berger e Luckmann (1983) afirmam que a realidade é construída socialmente a partir das instituições que a legitimam, reconhecendo a validade de ações habituais realizadas por tipos de atores. Acreditamos que esse raciocínio pode explicar como se estrutura um determinado regime de verdade, mas é importante ressaltar que a estrutura não é fixa. A nossa crise institucional é um sintoma de que os modos tradicionais de definir o que é verdadeiro e falso podem estar com os dias contados.

No âmbito de uma sociedade ou grupo social em particular, há dissidências, resistências e visões de mundo que competem entre si, apesar dos mecanismos coercitivos para a manutenção de uma ordem dominante. É notório como certos discursos que atualmente se encontram em disputa em países como o Brasil têm intensificado a carga afetiva dos seus processos de formação de sujeitos na busca pela hegemonia no debate ideológico. Isso porque uma “importante circunstância que pode criar a necessidade dessa intensificação é a competição entre o pessoal das várias instituições encarregado da definição da realidade” (BERGER; LUCKMANN, 1983, p. 193). O acirramento dessa disputa foi certamente facilitado pelas tecnologias digitais da comunicação, mas a origem da crise de legitimação é sobretudo política, econômica e cultural – advinda das contradições do sistema vigente.

A tensão social provocada por essa conjuntura cria um terreno fértil para o crescimento de discursos populistas e autoritários (MOUNK, 2019; NORRIS; INGLEHART, 2019), que canalizam sentimentos de medo e ressentimento numa narrativa que costuma retratar o povo como instância monolítica e, no geral, tende a valorizar a ideia de segurança transmitida por um líder forte em detrimento dos direitos individuais de segmentos vistos como minorias. O representante brasileiro desse movimento é o bolsonarismo, que conseguiu assumir o poder em eleições presidenciais marcadas por discursos de ódio e campanhas de desinformação. Já ocupando o governo, o grupo tem ameaçado e investido repetidas vezes contra as instituições de referência do sistema democrático, especialmente a suprema corte e a imprensa.

A pauta ideológica, que desde as eleições presidenciais de 2018 tem ocupado o centro do debate político nacional, curiosamente não foi tão explorada no contexto das eleições municipais de São Luís em 2020. Talvez isso ajude a explicar por que o nosso monitoramento das campanhas não conseguiu identificar nenhum boato – ou seja, história inteiramente fabricada que fosse passível de *debunking* – mas somente incorreções e imprecisões nos discursos dos candidatos.

As tentativas de desmoralizar os opositores foram mais concentradas em assuntos da vida pessoal dos candidatos e denúncias de corrupção, informações que as checagens acabaram provando não serem totalmente infundadas. Como defendemos anteriormente, são as grandes narrativas contemporâneas que costumam ser mobilizadas nas peças de desinformação de maior alcance e impacto. Contudo, na ausência delas, o trabalho de checagem de fatos continua necessário como forma de estimular a valorização da verdade factual nos processos de formação de opinião. Afinal de contas, nossa intenção é promover a prática do *fact-checking* no intuito de proteger possíveis vítimas da disseminação de informações falsas.

Entretanto, também consideramos importante experimentar modelos que fujam à lógica tecnocrática que Afonso Albuquerque (2021) identifica no trabalho das agências de checagem e instituições como organizações midiáticas tradicionais, plataformas de redes sociais on-line e setores do Judiciário. Para ele, a concentração do poder nas mãos de *experts* institucionalizados pode ser tão autoritária quanto projetos populistas, apesar de ambos explorarem técnicas diferentes – sendo a tecnocracia centrada no apelo à competência técnica e o populismo à vontade do “povo”.

Ainda bastante apoiadas em um modelo de jornalismo factual supostamente neutro, as empresas tradicionais de mídia contribuem para reforçar uma mentalidade

tecnocrática em detrimento da visão mais pluralista da sociedade. Foi justamente nesse aspecto que o projeto Sem Migué se diferenciou das práticas correntes das agências de *fact-checking* nacionais. Ao abriremos os fóruns de checagem para a contribuição de uma diversidade de participantes – sem a exigência de apartidarismo – aumentamos a possibilidade de contestação e contradizemos a existência de um único árbitro da verdade. Desse modo, apesar de termos observado poucas checagens divergentes na plataforma, acreditamos que essa variedade de pontos de vista pode se intensificar quanto mais ampla for a rede de checadores.

Trata-se de um modelo de checagem que busca – assim como outras iniciativas de comunicação comunitária e alternativa – contribuir para um processo de democratização da mídia. Aqui, concebemos a democracia na perspectiva de uma poliarquia, cujo mote é promover a inclusão do maior número possível de grupos e minorias na disputa pelo poder, com a oportunidade de comunicar suas preferências e opiniões (DAHL, 1997, p. 46). Uma vez que a mídia tem papel central no fornecimento de informações que subsidiam as opiniões no debate político contemporâneo, é preciso cuidar para garantir não apenas a ampla participação dos cidadãos, mas também o fortalecimento dos mecanismos de contestação ou oposição. Para isso, buscamos nos posicionar na contramão de estruturas que ambicionam à naturalização de um “pensamento único”.

Pode parecer algo paradoxal a tentativa de abraçar o pluralismo das opiniões e, ao mesmo tempo, combater discursos que se apoiam no populismo autoritário ou na tecnocracia – mas de fato é o que precisa ser feito para garantir a sobrevivência do jogo democrático. Talvez seja esse o grande desafio imposto pela nossa crise institucional. Desenvolver uma cultura de tolerância e respeito às diferenças e à dimensão do “outro”, sem que nenhuma dessas posições atente contra a possibilidade de haver diálogo, ampla participação e mecanismos de contestação. Como temos testemunhado, opiniões favoráveis à tirania de um grupo majoritário ou à lógica excludente de uma elite minoritária podem até prevalecer no contexto de uma disputa política relativamente livre, mas a longo prazo as consequências podem ser fatais para as liberdades civis.

O problema da desinformação que tanto tem contribuído para fortalecer movimentos que ameaçam a convivência democrática está relacionado a um tipo de comportamento que encontra solo fértil no contexto político brasileiro. Para evitar que isso aconteça, é preciso superar os resquícios de uma formação nacional autoritária e excludente, promovendo a cultura da abertura ao diálogo e autonomia dos sujeitos nos

processos de formação de opinião. Considerando a lógica da abundância e as dinâmicas de colaboração que se tornaram possíveis no atual ecossistema midiático, acreditamos que iniciativas pedagógicas têm o potencial de os usuários das redes digitais menos reativos e mais proativos e conscientes.

Com base nas avaliações dos participantes do projeto Sem Migué, notamos que existe uma abertura para mais ações de capacitação que incluiriam tanto técnicas de checagem de fatos quanto reflexões sobre a prática do *fact-checking* no enfrentamento ao fenômeno da desinformação. O desejo dos voluntários de adquirir mais proficiência para transitar pela enxurrada de dados disponíveis on-line e contribuir para um debate mais democrático ficou evidente sobretudo a partir da nossa observação participante e do grupo focal conduzido na fase final da pesquisa. Contudo, o entusiasmo dos colaboradores nem sempre se traduz em publicações na plataforma – as experiências pessoais variam e as vinculações desses indivíduos com a comunidade de checagem podem se dar de maneiras diversas. Portanto, na proposta de atualização do modelo de checagem prevemos a necessidade de buscar estratégias de fortalecimento dessa comunidade, além de facilitar outros modos de cooperação, como por exemplo o compartilhamento do conteúdo nos fóruns de verificação.

Outra conclusão relevante para a nova versão do artefato proposto pela pesquisa é que essa comunidade se beneficiaria caso a plataforma desenvolvida pudesse dar mais autonomia aos seus membros. Por isso, recomendamos que futuras aplicações testem o trabalho distribuído não apenas na etapa de checagem, mas também da seleção das pautas. Por mais que haja um método com critérios bem definidos, essa curadoria é sempre fruto de uma escolha, não estando livre de vieses e subjetividades do moderador. Como nosso propósito é fazer um contraponto à lógica tecnicista do jornalismo profissional e em especial das agências de checagem, seria razoável que todo o processo refletisse o pluralismo que almejamos promover.

Essa autonomia ampliada implicaria também em incorporar ferramentas para garantir a validação entre pares, de modo que seria desejável desenvolver uma plataforma mais autogestionada. Há também um potencial pedagógico no compartilhamento dessa responsabilidade entre os integrantes da comunidade de checadores. Isso poderia fomentar o sentimento de pertencimento e até motivá-los a participar mais ativamente, visto que haveria a possibilidade de selecionarem os assuntos de seu interesse. Obviamente, implementar esse modelo atualizado acarreta novos riscos e incertezas, mas essas inquietações poderão gerar questões promissoras para pesquisas futuras.

Uma vez que o nosso propósito sempre foi chegar a possíveis contribuições – por menores que sejam – não apenas para o campo dos estudos da Comunicação, mas também para outros atores sociais interessados em lidar com o problema da desinformação, esperamos que os resultados da pesquisa não se encerrem nestas linhas. Afinal, o fenômeno não se restringe aos períodos eleitorais, e por isso as tentativas de enfrentá-lo também deveriam ser contínuas. Se estamos propondo que a prática da checagem de fatos se torne mais dinâmica, colaborativa e plural, não podemos deixar de defender que a construção desse objeto de estudo também o seja. Assim, é importante ressaltar que a reformulação do modelo que elaboramos aqui não é final e tampouco de propriedade exclusivamente nossa. Pelo contrário, acreditamos que a vocação desse artefato é a abertura, podendo ser apropriado por todos aqueles que porventura desejarem implementá-lo em busca de novas respostas, em meio a diferentes contextos e desafios.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMO, Perseu. **Padrões de manipulação na grande imprensa**. 2ª edição. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2016.

ALBUQUERQUE, Afonso. A Comunicação Política depois do Golpe: notas para uma agenda de pesquisa. **Compolítica**, v. 8, n. 2, p. 171-206, 2018.

_____. As fake news e o Ministério da Verdade Corporativa. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 23, n. 1, p. 124-141, 2021.

ANDERSON, Chris. **Makers: a nova revolução industrial**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

AOS FATOS. **Quem somos**. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/quem-somos/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2020.

ARENDT, Hannah. Verdade e política. **The New Yorker**. Tradução: Manuel Alberto, 1967.

BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network Propaganda: manipulation, disinformation and radicalization in American politics**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Tradução: Floriano de Souza Fernandes. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 1983.

BERTSOU, Eri; CARAMANI, Daniele. Measuring technocracy. In: **The Technocratic Challenge to Democracy**. Routledge, 2020.

BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Notícias em Disputa: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2017.

BRANDTZAEG, Petter Bae; FØLSTAD, Asbjørn; DOMÍNGUEZ, María Ángeles Chaparro. How Journalists and Social Media Users Perceive Online Fact-Checking and Verification Services. **Journalism Practice**, v. 12, n. 9, p. 1109-1129, 2017.

BRUNS, Axel. Gatewatching, not gatekeeping: collaborative online news. **Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources**, 2003.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. São Paulo: EDUSP, 2014.

CAPOANO, Edson et al. **Como se banca o jornalismo: Modelos, tendências e reflexões sobre financiamento de mídia**. São Paulo:[sn], 2018.

CARVALHO, Eleonora de Magalhães; ALBUQUERQUE, Afonso; SANTOS JR., Marcelo Alves. Brazilian Blogosfera Progressista: digital vanguards in dark times. **TripleC: Communication, Capitalism & Critique**, n. 18, v. 1, p. 219-235, 2020.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. Oxford University Press, New York, 2009.

CHAGAS, Viktor; MODESTO, Michelle; MAGALHÃES, Dandara. O Brasil vai virar Venezuela: medo, memes e enquadramentos emocionais no WhatsApp pró-Bolsonaro. **Esferas**, v. 14, p. 1-17, 2019.

CHRISTIE, Edward Hunter. Political subversion in the age of social media. **European View**, v. 18, n. 1, p. 122-122, 2019.

CHUNG, Myojung; KIM, Nuri. When I Learn the News is False: How Fact-Checking Information Stems the Spread of Fake News Via Third-Person Perception. **Human Communication Research**, v. 47, n. 1, p. 1-24, 2021.

COSTA, Ramon Bezerra. **Economia da confiança**: comunicação, tecnologia e vinculação social. Curitiba: Appris, 2018.

COSTA, Ramon Bezerra; ROCHA, Larissa Leda Fonseca. As contribuições da economia da confiança para o empreendedorismo a partir das tecnologias digitais de comunicação. **Organicom**, v. 16, n. 31, p. 122-133, 2019.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. Padrões de manipulação no jornalismo brasileiro: fake news e a crítica de Perseu Abramo 30 anos depois. **RuMoRes**, v. 12, n. 23, p. 56-82, 2018.

DAHL, Robert. **Poliarquia: Participação e Oposição**. São Paulo: Editora Universidade de São Paulo, 1997.

DE BOLLE, Monica Baumgarten. Em nome do quê? A política econômica no governo Bolsonaro. **Democracia em Risco?**: 22 ensaios sobre o Brasil hoje. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

DELIBERADOR, Luzia M. Yamashita; VIEIRA, Ana Carolina Rampazzo. Comunicação e educação para a cidadania em uma cooperativa de assentamento do MST. **Comunicação & Educação**, v. 11, n. 3, p. 341-352, 2006.

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. Beyond Journalism: Theorizing the transformation of journalism. In: **Journalism**. V. 19, n. 2, p. 165-181, 2018.

DIAMANDIS, Peter H.; KOTLER, Steven. **Abundância**: o futuro é melhor do que você imagina. São Paulo: HSM Editora, 2012.

DOURADO, Tatiana. Fact-checking como possibilidade de media accountability sobre o discurso político? Uma análise de conteúdo das iniciativas Aos Fatos, Lupa e Truco. In: **Compólitica**, vol. 9, n. 2, p. 93-111, 2019.

DUKE REPORTER'S LAB. **Global fact-checking sites**. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking/>> Acesso em: 3 de janeiro de 2021.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Estudos culturais: uma introdução. In SILVA, T.T. **O que é afinal estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. Tradução: Luiz Felipe Baeta Neves. 8ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2019a.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Organização, introdução e revisão técnica: Roberto Machado. 10ª ed. Rio de Janeiro/São Paulo: Paz e Terra, 2019b.

FRENKEN, Koen; SCHOR, Juliet. Putting the sharing economy into perspective. **Environmental Innovation and Societal Transitions**, volume 23, pp. 3-10, 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOOGLE TRENDS. [Busca dos termos “pós-verdade” e “fake news”]. 2020. Disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends>>. Acesso em 20 dez. 2020.

GRAEBER, David. **Dívida: os primeiros 5.000 anos**. São Paulo: Três Estrelas, 2016.

GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The diffusion of fact-checking: understanding the growth of a journalistic innovation**. Arlington: American Press Institute, 2015.

GROTH, Otto. **O Poder Cultural Desconhecido: Fundamentos da Ciência dos Jornais**. Tradução: Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

HAIDEN, Leonie; ALTHUIS, Jente. **The Definitional Challenges of Fake News**. In: International Conference on Social Computing, Behavior-Cultural Modeling, and Prediction and Behavior Representation in Modeling and Simulation, Washington, 2018.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu. **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Editora Vozes. Petrópolis, RJ, 2013.

HAN, Byung-Chul. **Sociedade da Transparência**. Tradução: Enio Paulo Giachini. Petrópolis: Vozes, 2017.

HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século XXI**. Tradução Paulo Geiger. 1ª ed. - São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

JACCOUD, Mylène; MAYER, Robert. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Tradução: Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Vozes, 2008.

JEMIELNIAK, Dariusz; PRZEGALINSKA, Aleksandra. **Collaborative Society**. Cambridge, MA: The MIT Press, 2020.

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura** (1781). Tradução: Manuela Pinto dos Santos e Alexandre Fradique Morujão. 5ª ed. Lisboa: Fundação Kalouste Gulbenkian, 2001.

LÉVINAS, Emmanuel. **Entre nós: ensaios sobre a alteridade**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

LUPA. **Quem somos**. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/quem-somos/>>. Acesso em: 18 de agosto de 2020.

MACHADO, C. C. V.; DOURADO, D. A.; SANTOS, J. G.; SANTOS, N. **Ciência Contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus via Youtube**. Centro de Análise da Liberdade e do Autotirarismo. 2020.

MANTZARLIS, Alexios. Fact-checking 101. In: **Journalism, ‘Fake News’ & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training**. Paris: UNESCO, 2018.

MASSUMI, Brian. The autonomy of affect. **Cultural critique**, n. 31, p. 83-109, 1995.

MATOS, Elisene Castro; FERRETTI, Sérgio Figueiredo. Caretas de cazumba no bumba-meu-boi do Maranhão. **Revista Pós Ciências Sociais**, v. 6, n. 12, 2010.

MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves. Fake News e o repertório contemporâneo de ação política. In: **Encontro da COMPOLÍTICA**, v.8, Brasília, 2019.

MOOGK, Dobrila Rancic. Minimum viable product and the importance of experimentation in technology startups. **Technology Innovation Management Review**, v. 2, n. 3, 2012.

MORAES, Dênis de. **A lógica do midia no sistema de poder mundial**. Revista Eptic, n. 2, p. 16-36, 2004.

MORETTI, Marco Aurélio Morrone. A ética no jornalismo: o jornalismo em tempos de guerra. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 3, n. 1, p. 89-102, 2004.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia: por que a nossa liberdade corre perigo e como salvá-la**. Tradução: Cássio de Arantes Leite e Débora Landsberg. Companhia das Letras, 2019.

NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. **Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism**. Cambridge University Press, 2019.

OLIVEIRA, Thaiane Moreira de. Como enfrentar a desinformação científica? Desafios sociais, políticos e jurídicos intensificados no contexto da pandemia. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 2, 2020.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. **Business model generation**: inovação em modelos de negócios. Alta Books Editora, 2011.

PEIRCE, Chales S. **The Fixation of Belief** (1877). Disponível em: <<https://goo.gl/drXPPp>>. Acesso em: 6 set. 2020.

PEREIRA, Antonio Kevan Brandão. Teoria Democrática Contemporânea: as contribuições de Robert Dahl. **Sociologias Plurais**, v. 2, n. 2e, 2019.

PERUZZO, Cicilia M Krohling. Conceitos de comunicação popular, alternativa e comunitária revisitados. Reelaboraões no setor. **Palavra clave**, v. 11, n. 2, p. 367-379, 2008.

_____. Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária. *Revista Famecos*. Porto Alegre, v. 24, n. 1, 2017.

POYNTER INSTITUTE. International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles. Disponível em: <<https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles/>>. Acesso em 3 de janeiro de 2021.

RAVENELLE, Alexandra J. **Hustle and Gig**: struggling and surviving in the sharing economy. Oakland, California: University of California Press, 2019.

RECUERO, Raquel. Disputas discursivas, legitimação e desinformação: o caso Veja x Bolsonaro nas eleições de 2018. **Comunicação, Mídia e Consumo**, v. 16, n. 47, 2019.

RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, 2019.

REIS, Julio C.S.; MELO, Philipe; GARIMELLA, Kiran; BENEVENUTO, Fabrício. Can WhatsApp benefit from debunked fact-checked stories to reduce misinformation? **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, 2020. Disponível em: <<https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/can-whatsapp-benefit-from-debunked-fact-checked-stories-to-reduce-misinformation/>>

RIFKIN, Jeremy. **The zero marginal cost society**: the internet of things, the collaborative commons and the eclipse of capitalism. New York: Palgrave Macmillan, 2014.

ROBBINS, Lionel. **An Essay on the Nature and Significance of Economic Science**. London: Macmillan, 1945.

ROXO, Marco Antonio; MELO, Seane. **Hiperjornalismo**: uma visada sobre fake news a partir da autoridade jornalística. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 25, n. 3, p. 1-19, setembro, outubro, novembro e dezembro de 2018.

SANTAELLA, Lúcia. **A ecologia pluralista da comunicação**: conectividade, mobilidade, ubiquidade. São Paulo: Paulus, 2010.

_____. **A Pós verdade é verdadeira ou falsa?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A universidade no século XXI**: para uma reforma democrática e emancipatória da universidade. 3ª ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SARTORI, Giovanni. **A Teoria da Democracia Revisitada**: O Debate Contemporâneo. São Paulo: Ática, 1994.

SCHOLZ, Trebor. **Platform cooperativism**: challenging the corporate sharing economy. New York: Rosa Luxemburg Stiftung, 2016.

SCHUDSON, Michael. **The Sociology of News**. 2 ed. New York: WW Norton & Company, 2011.

SEIBT, Taís; DANNENBERG, Murilo. Pandemia, desinformação e discurso autoritário: os sentidos das declarações de Jair Bolsonaro no Twitter a partir de checagens do Aos Fatos. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, 2021.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal**: a prática de fact-checking no Brasil. (Tese de Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil: UFRGS, 2019.

_____. “Jornalismo de verificação”: o fact-checking em evidência num ecossistema de mídia dominado por plataformas. **Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, São Paulo, 2018.

SHAO, Chengcheng; CIAMPAGLIA, Giovanni Luca; FLAMMINI, Alessandro; MENCZER, Filippo. Hoaxy: A platform for tracking online misinformation. In: **Proceedings of the 25th international conference companion on world wide web**. 2016.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOLANO, Esther. A bolsonarização do Brasil. **Democracia em Risco?**: 22 ensaios sobre o Brasil hoje. 1ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

SQUIRE, Corinne. O que é narrativa? **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 14, n. 2, p. 272-284, 2014.

SOUZA, Rafael Bellan Rodrigues de. A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. **Intercom – RBCC**. São Paulo, v.41, n.2, p.55-69, 2018.

TESICH, S. A government of lies (political ethics). **The Nation**, Nova Iorque, n. 254, p. 12-14, 1992.

URANGA, Washington. La comunicación comunitaria: proceso cultural, social e político. In: **Construyendo comunidades...** Reflexiones actuales sobre comunicación comunitaria. Buenos Aires: La Crujía, p. 177-186, 2009.

VALLONE, Robert P.; ROSS, Lee; LEPPER, Mark R. The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. **Journal of personality and social psychology**, v. 49, n. 3, p. 577, 1985.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

WALTER, Nathan; TUKACHINSKY, Riva. A meta-analytic examination of the continued influence of misinformation in the face of correction: How powerful is it, why does it happen, and how to stop it?. **Communication Research**, v. 47, n. 2, p. 155-177, 2020.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, v. 27, 2017.

WARDLE, Claire. **Fake News. It's Complicated**. First Draft, 2017. Disponível em: < <https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 26 mar. 2021.

APÊNDICE A – FORMULÁRIO DE INSCRIÇÃO

Seja um colaborador Sem Migué

Bem-vindo(a) à comunidade Sem Migué! Somos uma plataforma experimental de fact-checking colaborativo que está sendo testada na pesquisa de mestrado de Jorge Araújo Martins Filho, aluno do Programa de Pós-graduação (Mestrado Profissional) em Comunicação da UFMA. O objetivo é viabilizar um modelo descentralizado de checagem para combater a desinformação - a fase de testes vai ocorrer durante as eleições municipais de São Luís/MA.

Para isso, precisamos do apoio de voluntários com interesse em participar da verificação coletiva de informações que circulam nas redes sociais e que autoridades e candidatos utilizam em declarações públicas. Qualquer pessoa pode colaborar - não precisa ser jornalista. Basta preencher este formulário e participar do treinamento on-line que vamos realizar no dia 2 de outubro. Todos vão receber certificado de participação. Entre no grupo dos nossos primeiros colaboradores e crie conosco uma forma inovadora de checagem que pode ser aperfeiçoada e ganhar vida própria. Podemos contar com você?

Saiba mais no site <https://portalpadrao.ufma.br/labjor/sem-migue>

1. Nome Completo:

2. Nome de usuário na plataforma:

(Seu nome e sobrenome que você prefere usar)

3. Estudei até:

() Ensino Fundamental

() Ensino Médio

() Ensino Técnico

() Graduação

() Pós-graduação

4. Profissão

(Qual é a sua ocupação no momento?)

5. Sou vinculado às seguintes organizações:

Quais as organizações onde você trabalha, estuda e/ou mantém qualquer tipo de vínculo (por exemplo, se você é membro de alguma associação comunitária, organização sindical, partido político, etc.)?

6. Foto do meu documento de identificação

(Pode ser o seu RG, carteira nacional de habilitação ou passaporte. Fique tranquilo(a), não vamos divulgar esses dados! Precisamos deles apenas para confirmar a sua identidade.)

7. E-mail:

8. Celular:

(De preferência aquele que você usa no Whatsapp)

9. Quero participar do Sem Migué porque...

(Em poucas palavras, o que motiva você a ser colaborador da plataforma?)

10. Termo de compromisso

Ao marcar "Aceito", você está ciente de que participará da etapa experimental de um projeto de pesquisa, cujos dados serão utilizados futuramente para análise e publicação. Fica autorizada a cópia, redistribuição e adaptação do conteúdo produzido em nossos fóruns de verificação coletiva. Você também confirma aceitar as condições estabelecidas na metodologia de checagem adotada pela plataforma (disponível em: <https://portalpadrao.ufma.br/labjor/sem-migue/metodologia>).

() Aceito

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DA OFICINA

Envie suas impressões sobre o treinamento que acabamos de concluir. Esta avaliação será utilizada como referência para a análise e aperfeiçoamento do projeto.

1. Nome e sobrenome

2. Como você avalia os seguintes aspectos relacionados ao seu aprendizado?

Linhas – Aspectos

Nível de habilidade/conhecimento antes da oficina

Nível de habilidade/conhecimento depois da oficina

Nível de satisfação da sua expectativa depois da oficina

Nível de dificuldade do treinamento

Seleção do conteúdo apresentado

Clareza na apresentação do conteúdo

Uso equilibrado do tempo disponível

Qualidade dos exercícios práticos

Colunas – Conceitos

Fraco

Regular

Bom

Excelente

3. Que aspectos do treinamento foram mais úteis e importantes para você?

4. O que poderia ter sido melhor?

APÊNDICE C – QUESTIONÁRIO FINAL DO PROJETO

1. Nome e sobrenome

2. Em que grau você acredita que as frases a seguir se aplicam à sua experiência no projeto?

Linhas – Frases

A experiência mudou minha percepção sobre o discurso dos políticos.
 A experiência mudou minha percepção sobre a cobertura jornalística das eleições.
 Adquiri novas competências e habilidades a partir do trabalho no projeto.
 Compreendi todas as orientações sobre como eu poderia colaborar.
 Eu me senti estimulado(a) a colaborar no processo de checagem.
 Acredito que a carga de treinamento foi suficiente.
 A seleção de pautas de checagem foi condizente com a metodologia proposta.
 A metodologia proposta deu conta de suprir as demandas de checagem que surgiram no período.
 A experiência com o Sem Migué teve influência na decisão do meu voto.
 Acredito que as checagens tiveram influência no voto de outras pessoas.
 Pretendo continuar praticando a checagem de fatos após as eleições.

Colunas – Conceitos

Discordo totalmente
 Discordo parcialmente
 Concordo parcialmente
 Concordo totalmente

3. Escreva neste espaço caso tenha comentários a respeito das frases do item anterior.

4. Aproximadamente, quantos fóruns de checagem você leu na plataforma?

- () Nenhum
- () 1 a 10
- () 11 a 30
- () 31 a 50

5. Você chegou a compartilhar as checagens nas suas redes sociais?

Você pode selecionar mais de uma opção (se tiver compartilhado as suas checagens e as dos colegas).

- () Sim. Compartilhei as minhas checagens
- () Sim. Compartilhei as checagens dos colegas.
- () Não compartilhei.

6. Você concordou com todas as checagens dos colegas? Comente se não tiver concordado com alguma(s).

7. Caso tenha participado dos fóruns de checagem, quais foram as principais motivações?

Você pode selecionar mais de uma opção.

- ☐ () Meu interesse pelo assunto discutido
- ☐ () Meu conhecimento prévio sobre o assunto
- ☐ () Minha simpatia pelo candidato em questão
- ☐ () Minha antipatia pelo candidato em questão
- ☐ () A visibilidade que a contribuição me daria
- ☐ () Não deixar o fórum de checagem vazio
- ☐ () Outros

8. Caso tenha participado dos fóruns, houve alguma colaboração nas suas checagens?
Você pode selecionar mais de uma opção.

- ☐ () Não. Fiz tudo sozinho(a).
- ☐ () Sim. Os outros voluntários me ajudaram.
- ☐ () Sim. O moderador me ajudou.
- ☐ () Outro

9. Caso não tenha participado dos fóruns de checagem, quais foram os maiores impeditivos?
Você pode selecionar mais de uma opção.

- ☐ () Falta de tempo
- ☐ () Falta de interesse/motivação
- ☐ () Insegurança / Falta de conhecimento
- ☐ () Falta de recursos técnicos (computador, acesso à internet, etc.)
- ☐ () Outros

10. Você mudaria alguma coisa na metodologia do projeto? O quê?

11. Deixe aqui comentários adicionais.

APÊNDICE D – ROTEIRO DO GRUPO FOCAL

1. Como vocês avaliam o desempenho real do jornalismo profissional nesse contexto de redes de desinformação? Os veículos jornalísticos são confiáveis?
2. No questionário, muitos de vocês sugeriram que a experiência no Sem Migué mudou a percepção sobre a cobertura jornalística das eleições. Em que aspectos ocorreu essa mudança?
3. No mesmo questionário, muitas pessoas também sugeriram que a percepção sobre o discurso dos candidatos não mudou muito. Qual é a percepção de vocês sobre como eles se comunicaram na campanha?
4. Como vocês definiriam desinformação e fake news hoje? Essa definição mudou depois do Sem Migué? Como?
5. Vocês acham que deveria haver alguma remuneração para os participantes? Se vocês fossem remunerados teriam participado mais?
6. O que vocês gostariam que o projeto fizesse para estimular o engajamento dos voluntários?
7. O que vocês fariam para ampliar o alcance do projeto entre os eleitores de São Luís?
8. Vocês gostariam de poder criar os fóruns de checagem? Que critérios vocês usariam para selecionar as informações a serem verificadas?
9. Vocês teriam interesse em participar de mais momentos de capacitação? Que tipos de conteúdo vocês gostariam de ver nesses cursos ou oficinas?
10. Que papel vocês acreditam que a desinformação vai ter nas eleições do ano que vem? O que pode ser semelhante às eleições de 18 e 20? O que pode ser diferente?