

Caroline Patatt

Universidade da Beira
Interior, Covilhã, Portugal

Fernando Jesus da Rocha

Universidade da Beira
Interior, Covilhã, Portugal

JORNALISMO EM TEMPOS DE COVID-19: O FACT-CHECKING NO BRASIL E EM PORTUGAL DURANTE OS 90 PRIMEIROS DIAS DA PANDEMIA

JOURNALISM IN COVID-19 TIMES: FACT-CHECKING IN BRAZIL AND PORTUGAL DURING THE FIRST 90 DAYS OF PANDEMIA

RESUMO

Neste artigo avançamos de uma pesquisa inicial sobre o *fact-checking* nos dois portais de notícias mais acessados de Brasil e Portugal, que dispõem de páginas específicas para verificação de conteúdo, nominadas, respectivamente, *Fato ou Fake* e *Polígrafo*. O estudo compreende os primeiros noventa dias após a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarar estado de pandemia de coronavírus. Através da Análise de Conteúdo de modo quali-quantitativo foi possível perceber as particularidades no trabalho realizado por veículos semelhantes, situados em dois países de língua portuguesa, mas com situações distintas quanto ao enfrentamento da COVID-19 – especialmente quanto à influência político-ideológica.

Palavras-chave: *Fact-checking*; Coronavírus; Jornalismo.

ABSTRACT/ RESUMEN

In this paper we proceed from an initial research regarding fact-checking in the two most accessed news portals in Brazil and Portugal, which have specific pages for checking content, named, respectively, *Fato ou Fake* and *Polígrafo*. The study covers the first ninety days after the World Health Organization (WHO) declared a coronavirus pandemic status. Through the Content Analysis in a qualitative and quantitative way it was possible to perceive the particularities in the work carried out by similar vehicles, located in two Portuguese-speaking countries, but with different situations regarding the confrontation of COVID-19 - especially regarding the political-ideological influence.

Keywords / Palabras Clave: Fact-checking; Coronavirus; Journalism.

Recebido: 29/03/2020 / Aprovado: 13/08/2020

Como citar: PATATT, Caroline; ROCHA, Fernando Jesus da. Jornalismo Em Tempos De COVID-19: o fact-checking no Brasil e em Portugal durante os 90 primeiros dias da pandemia. Revista GEMINIS, v. 11, n. 2, pp. 67-80, mai./ago. 2020.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.



INTRODUÇÃO

Especialmente no meio jornalístico, algumas palavras vem sendo repetidas com cada vez mais frequência ao redor do globo – independentemente do idioma nativo ser ou não o inglês: *fact-check*, *debunk*, *verification*¹. Segundo relatório do Duke Reporter’s Lab², publicado em outubro de 2020, em um ano surgiram 100 novas plataformas de checagem de fatos espalhadas pelo mundo: agora são 304 em 84 países (em 2019 estavam presentes em 68 nações).

O crescimento acompanha o aumento na propagação de falsas informações, especialmente aquelas divulgadas com aparência de notícia, via internet:

A última eleição presidencial dos EUA soou um alerta sobre os efeitos da desinformação, especialmente nas redes sociais. Mas essas preocupações não foram apenas "feitas na América". Desde a votação do Brexit em 2016 no Reino Unido até a pandemia de coronavírus deste ano, eventos em todo o mundo levaram a novos projetos de verificação de fatos que divulgam rumores, desmascaram boatos e ajudam o público a identificar falsidades. (STENCEL; LUTHER, 2020, p.1)

O foco deste estudo está no trabalho realizado no Brasil e em Portugal durante os 90 primeiros dias da pandemia de coronavírus, nas seções específicas para o *fact-checking* dos portais de notícias mais acessados³ nos dois países: Globo.com e SAPO. Esta é a continuação de uma pesquisa realizada pelos autores de nove de janeiro a nove de março, quando a intenção era perceber como havia sido o princípio da checagem referente à COVID-19 nos mesmos portais, mas antes mesmo do anúncio da pandemia⁴.

Inicialmente, verificamos características como a quantidade de publicações, periodicidade, fontes e detalhes referentes ao conteúdo textual – em termos gerais e, depois, especificamente à checagem dos fatos associados à COVID-19, de modo a possibilitar um comparativo: “buscamos compreender os métodos de trabalho, gestão de conteúdo e capacidade de verificação das páginas tidas como credíveis e conceituadas nos dois países de continentes distintos, ambos com o português como língua oficial” (PATATT; ROCHA, 2020, p. 35).

Esta ação suscitou o interesse em conhecer mais a fundo as semelhanças e diferenças, não apenas quanto aos processos de checagem, mas sobre os conteúdos verificados pelos dois portais no

¹ Traduções apresentadas, na ordem, pelo *Cambridge Dictionary* <<https://dictionary.cambridge.org/>>: checar (os fatos), desmascarar, verificação.

² Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>>. Acessado em 23 de outubro de 2020. O relatório considera apenas *fact-checkers* que preenchem alguns requisitos que podem ser visualizados em: <<https://reporterslab.org/how-we-identify-fact-checkers/>>.

³ Informação obtida a partir da ferramenta *Alexa*, da empresa norte-americana *Amazon*.

⁴ O anúncio da pandemia do coronavírus foi feito pela OMS em 11 de março de 2020.

decorrer do período, já em estado de pandemia, e responder novas perguntas a respeito das características deste *fact-checking*. Afinal, existem assuntos e aparentes motivações recorrentes nos dois países? Em que se parecem e se diferem? É possível perceber alguma relação entre a incidência de *fake news* (algo possível de verificar a partir dos números de checagens), e o momento vivido em cada nação – relações políticas, econômicas, evolução ou não no número de casos, entre outras?

Estabelecemos como tópicos relevantes da fundamentação teórica as definições do jornalismo de checagem e a contextualização histórica das *fake news*. A metodologia aplicada ao estudo foi a Análise de Conteúdo de modo quali-quantitativo, de modo a obter resultados mais complexos que possibilitem alcançar os objetivos do trabalho.

1. FAKE NEWS, JORNALISMO DE CHECAGEM E PÓS-VERDADE

Apurar fatos é algo inerente à prática jornalística, mas, diferente do processo convencional, que visa apurar os fatos anteriormente à publicação (GRAVES, 2016), o jornalismo de checagem se propõe a verificar o que já foi publicado, especialmente porque publicar – com considerável visibilidade – aquilo que pode ser considerado informação (seja ela verdadeira, falsa, duvidosa), não é mais uma exclusividade dos grandes veículos de comunicação.

Até pouco tempo atrás, não havia internet, não havia canais de TV 24 horas, Twitter, nem redes sociais. As pessoas recebiam informações filtradas pelos meios de comunicação, que trabalhavam como guardiões, detentores da notícia. Agora as pessoas são bombardeadas por informação. Quem nunca recebeu um e-mail dizendo que (Barack) Obama nasceu no Quênia? Ou que o 11 de Setembro foi obra de George W. Bush? E é aí que a imprensa precisa se reinventar, virar uma espécie de filtro para tantas histórias descabeladas. O jornalista é o árbitro. (BROOKS, 2014, *apud* CLAVERY, 2015, p. 12)

Não por acaso *pós-verdade* foi escolhida a palavra do ano de 2016 pelo dicionário de Oxford⁵, identificada como um adjetivo que se relaciona ou denota circunstâncias em que apelos à emoção e à crença pessoal são mais influentes na formação da opinião pública do que os fatos objetivos. É um reflexo do decréscimo da confiança nas instituições que leva a, por exemplo, ter mais crédito, para algumas pessoas, a informação enviada por um parente ou um amigo pelo *WhatsApp* do que uma notícia apurada por um profissional de imprensa.

Neste sentido e em relação especificamente à situação do coronavírus, o *Reuters Institute Digital News Report 2020*⁶ revela que 51% dos entrevistados confirmou ter usado algum grupo de

⁵ Em inglês, *post truth*. Disponível em: <<https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>>.

⁶ Disponível em: <<https://www.digitalnewsreport.org/>>. Acessado em 28 de outubro de 2020.

WhatsApp como fonte de informação durante a pandemia. Isso não quer dizer que todas estas pessoas tenham recebido *fake news* ao invés de notícias, mas acende um alerta e provoca o jornalismo tradicional a tentar, cada vez mais, reestabelecer o pacto de confiança com o consumidor da notícia – algo que parece mais possível através do jornalismo de checagem: “O princípio comum a todas as iniciativas é etiquetar informações, apresentando dados que permitam comprová-las ou desmenti-las, indicando se são incompletas, imprecisas, distorcidas ou falsas” (SEIBT, 2019, p.29).

A popularização do termo *fake news*⁷ faz parecer que este tipo de conteúdo é algo novo, mas as mentiras contadas em formato de notícia, mascarando-se com alguns princípios do jornalismo, conforme define Franciscato (2017), existem há muito tempo: Darnton (2017) apresenta registros históricos que remontam ao Império Bizantino, no século VI. O fato é que meio online deu a essas produções uma propulsão e projeção nunca antes vistas. Allcott & Gentzkow (2017) atribuem isso à facilidade na propagação, geração de receita, entre outros. Além disso, o jornalismo tradicional também passa por uma espécie de crise de adaptação financeira e estrutural: conforme Ramonet (2012), foi submetido a uma espécie de ditadura da urgência e da instantaneidade, já que poucas redações possuem tempo suficiente para fazer o trabalho necessário de maneira realmente consciente.

Tal crescimento está associado ao aumento, ano a ano, no número de páginas na internet dedicadas ao jornalismo de checagem, mas a história do *fact-checking* também não é tão recente. A origem do primeiro site com essa proposta remete a 1991, com a checagem dos anúncios de TV dos então candidatos à presidência, Bill Clinton e George Bush. O trabalho realizado na época pelo jornalista Brooks Jackson, da CNN em Washington (EUA), acabou levando à criação, em 2003, do FactCheck.Org⁸, um projeto do Centro Annenberg de Políticas Públicas da Universidade da Pensilvânia. Ainda assim, é claro que a organização sistêmica dos processos de checagem é mais recente, marcada pela criação, em 2014, da Rede Internacional de *Fact-Checking* (IFCN, em inglês)⁹, que, se propõe, entre outras coisas, a aperfeiçoar o trabalho a partir do estabelecimento de processos e código de princípios.

⁷ A expressão *fake news* teria como tradução literal *notícias falsas*, mas o *Cambridge Dictionary*, por exemplo, <<https://dictionary.cambridge.org/>> apresenta uma definição que refere-se a falsas histórias divulgadas com aparência de notícia. Acessado em 18 de julho de 2020.

⁸ Disponível em: <<https://www.factcheck.org/>>.

⁹ Disponível em: <<https://www.poynter.org/ifcn/>>.

2. *GLOBO.COM E SAPO: HISTÓRICO, CARACTERÍSTICAS E FACT-CHECKING*

Grande parte dos portais estreou na *web* na década de 1990 com a proposta de disponibilizar e organizar diferentes conteúdos. Inicialmente, o que ocorria na internet em termos jornalísticos era a simples reprodução online do que saía nos jornais impressos, sem um modelo próprio para o meio digital.

Segundo Mielniczuk (2003), o cenário começa a mudar a partir do surgimento de iniciativas editoriais e empresariais que visam dar uma linguagem própria a esse novo meio de comunicação – constituindo assim o webjornalismo. Ainda de acordo com a autora, o processo evolutivo fez com que este passasse a apresentar determinadas características particulares, como a interatividade, a multimidialidade, a hipertextualidade, entre outras.

Os portais de notícias da atualidade refletem essa evolução e exibem materiais capazes de fornecer uma experiência personalizada aos usuários, abrigando diversas outras páginas relacionadas a conteúdos específicos e serviços, que também estão à disposição dos utilizadores. Como exemplo, podemos citar *Globo.com*¹⁰ e *SAPO*¹¹ – objetos de análise deste estudo. Ambos foram apontados pela ferramenta *Alexa*¹² como os portais de notícias mais acessados de Brasil e Portugal, respectivamente.

O portal brasileiro pertence ao grupo Globo, o maior conglomerado de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina, um dos maiores do mundo. A empresa surgiu em 1925, no Rio de Janeiro, com um jornal, de mesmo nome. Hoje reúne um canal de televisão com duas emissoras geradoras, três filiais e 36 grupos afiliados nos estados brasileiros, uma produtora de filmes, uma programadora de TV por assinatura, quatro jornais, uma editora, uma gravadora, o sistema Globo de rádios e um portal de classificados de imóveis online¹³.

Já o portal português – cujo nome vem de uma sigla que significa Serviço de Apontadores Portugueses – foi fundado em 1995, na Universidade de Aveiro. Fornece produtos e serviços para a Internet também em Angola, Cabo Verde, Moçambique e Timor-Leste. Com mais de 200 parceiros de conteúdos, o SAPO é um concentrador de informação dos mais variados tipos¹⁴.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.globo.com/>>.

¹¹ Disponível em: <<https://www.sapo.pt/>>.

¹² O levantamento foi realizado no dia quatro de março de 2020 e os dados foram utilizados também na primeira etapa da pesquisa, à qual damos seguimento neste trabalho. Fundada em 1996, a plataforma oferece recursos relacionados à inteligência artificial e é pioneira global em percepção analítica, com diversas ferramentas para análise da web, dentre as quais, o ranking de sites mais acessados do mundo. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites>>.

¹³ Disponível em: <<https://grupoglobo.globo.com/quem-somos/>>.

¹⁴ Disponível em: <<https://ajuda.sapo.pt/a-historia-do-sapo-67636>>. Acessado em 18 de julho de 2020.

As semelhanças vão além da representatividade perante o público: ambos são de países lusófonos e abrigam páginas dedicadas ao *fact-checking*: *Fato ou Fake*, do Globo.com¹⁵, e *Polígrafo*, do SAPO¹⁶. A primeira, foi lançada em 30 de julho de 2018 com foco nas eleições brasileiras e reúne equipes de oito veículos do grupo Globo. A segunda, define-se como o primeiro jornal português de fact-checking – com selo da rede internacional. Atua em parceria com o Facebook e passou a operar em seis de novembro de 2018. Conta com oito jornalistas – além da equipe editorial – dedicados exclusivamente à checagem de informações.

3. METODOLOGIA

Optamos por realizar um levantamento nas subpáginas que concentram exclusivamente as verificações sobre o coronavírus, tanto no site *Fato ou Fake* quanto no *Polígrafo*, durante 90 dias, a partir da data em que a OMS declarou estado de pandemia. Ou seja, de 11 de março a nove de junho de 2020.

Conforme já elucidado, neste artigo damos continuidade – como forma de aprofundamento – à pesquisa iniciada em nove de janeiro de 2020 e, portanto, seguimos uma técnica semelhante:

A metodologia utilizada neste trabalho envolve a Análise de Conteúdo de maneira quali-quantitativa. Conforme Dal-Farra e Lopes (2013), a conjugação de elementos qualitativos e quantitativos possibilita ampliar a obtenção de resultados em abordagens investigativas, proporcionando ganhos relevantes para as pesquisas complexas – de modo a contemplar todas as possibilidades – incluindo análises estatísticas e análises textuais, garantindo um entendimento melhor do problema pesquisado. (PATATT; ROCHA, 2020, p. 43)

Mas, diferente da primeira fase do estudo produzido por Patatt e Rocha (2020), esta foi iniciada com o objetivo de verificar se existe algum padrão por trás da divulgação de *fake news* nos dois países e possíveis motivações implícitas em temáticas diversas – por exemplo, viés político-ideológico e críticas à imprensa tradicional em assuntos que, diretamente, não dizem respeito a essas questões.

O sentido de continuidade deve-se não apenas ao já referido aprofundamento, com mudança na ótica sobre os fatos apurados, mas também como forma de comparação com os resultados iniciais, anteriores ao estado de pandemia – se houve alterações nas principais temáticas, país de origem dos conteúdos, tipos de material – e de que forma tudo isso se relaciona com o

¹⁵ Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>>. Acessado em 18 de julho de 2020.

¹⁶ Disponível em: <<https://poligrafo.sapo.pt/>>. Acessado em 18 de julho de 2020.

momento de cada país, seja em termos político-econômicos ou evolução dos números da pandemia (se existe alguma interferência).

Para padronizar o trabalho, usamos uma tabela idêntica para os dois veículos a ser preenchida com as informações acerca de cada um dos conteúdos checados no que diz respeito a: classificação do material de acordo com os protocolos de cada site, tema principal, tema secundário, país a que se refere, origem, principal tipo de material, atualizações, disponibilização do conteúdo original.

Importante salientar que o foco da análise está nos conteúdos classificados como completamente falsos, ainda que ambos os sites apresentem checagens de conteúdo que resultem sendo verdadeiras, como veremos a seguir.

3. FATO OU FAKE

Na página *Fato ou Fake* há um *banner* indicativo das verificações exclusivas sobre a COVID-19 logo na parte superior da tela. É o maior do site, sendo o objeto de mais destaque para quem faz o acesso. Ao clicá-lo, o usuário é direcionado à subpágina que concentra todos os conteúdos publicados a respeito do coronavírus.

É permitido o compartilhamento direto da checagem via *LinkedIn*, *Pinterest*, *WhatsApp*, *Twitter* e *Facebook*. Ao fim de todas as publicações é possível assistir a um vídeo que ensina como identificar uma mensagem falsa, assim como hiperlinks relacionados ao assunto principal da verificação em causa – incluindo ligação para a notícia mais atual. Está disponível também um número de telefone para que a pessoa possa se inscrever e receber as checagens via *WhatsApp*.

Entre os dias 11 de março e nove de junho de 2020, a página *Fato ou Fake* efetuou 219 checagens e, destas, 215 foram consideradas *fake news*. Os outros quatro conteúdos foram avaliados como sendo verdadeiros. Uma média de 2,43 publicações por dia acerca do coronavírus – número bastante superior ao período analisado anteriormente: "Especificamente em relação à COVID-19, entre os dias nove de janeiro e nove de março de 2020 foram feitas 12 publicações." (PATATT; ROCHA, 2020, p. 46)

Abril teve o maior número de checagens: 89, o que corresponde a 40,64% do total. Curiosamente, este foi o mês em que os números da pandemia começaram a se multiplicar de maneira alarmante no Brasil – no dia primeiro¹⁷ eram 6.931 casos no país, com 244 mortes, já no

¹⁷ Dados disponíveis em: <<https://glo.bo/38kUIQ5>>. Acessado em 18 de setembro de 2020.

dia 30¹⁸, havia 87.187 casos confirmados, com 6.006 mortes. Também foi em abril que ficou clara a divergência de posição quanto ao enfrentamento da pandemia por parte do Governo Federal e dos estados, com diferentes medidas referentes ao confinamento, bem como a demissão do então Ministro da Saúde, Luís Henrique Mandetta¹⁹.

O momento turbulento do quarto mês do ano pode explicar não apenas o elevado número de checagens, mas também os maiores índices de *fake news* propagadas com viés político-ideológico não explícito: 23, o equivalente a 25,8% do total para abril. Destas, a maioria (60,9%) estava associada ao isolamento social, como por exemplo:

Figura 1 - *fake news* de viés político-ideológico relacionada ao isolamento social

É #FAKE que vídeo mostre policiais imobilizando idosa por descumprir isolamento social em SP

Imagens são antigas. Cenas foram gravadas em dezembro de 2019 e mostram, na verdade, ação de agentes municipais contra ambulante em Sorocaba, no interior do estado.

Por Roney Domingos, G1

16/04/2020 15h18 · Atualizado há 6 meses



Foto: G1

Circula pelas redes sociais um vídeo que mostra uma mulher sendo abordada por agentes de segurança. Uma legenda que acompanha o vídeo diz: "Grupo de bravos policiais prende perigosa cidadã idosa a mando do governador. A tragédia anunciada se aproxima. Num desses casos vai acabar morrendo alguém ou o povo fazendo justiça". É #FAKE.

Fonte: Página *Fato ou Fake*

As demais se relacionavam indiretamente à economia, atendimento hospitalar, mortes, teorias da conspiração e segurança pública.

Interessante ressaltar que algumas destas *fake news* foram criadas ou compartilhadas por políticos²⁰, incluindo o Presidente da República, Jair Bolsonaro²¹. Aliás, durante os 90 dias

¹⁸ Dados disponíveis em: <<https://glo.bo/3ers37s>>. Acessado em 18 de setembro de 2020.

¹⁹ Dados disponíveis em: <<https://bit.ly/38gineH>>. Acessado em 18 de setembro de 2020.

²⁰ Exemplos disponíveis em: <<https://glo.bo/3evg8p2>>, <<https://glo.bo/3mWktEYI>> e <<https://glo.bo/3p8coPt>>.

²¹ Disponível em: <<https://glo.bo/3ewdxuV>>. Acessado em 20 de junho de 2020.

avaliados, esta foi uma prática comum: Bolsonaro, por exemplo, compartilhou falsas informações em suas redes sociais também em março e maio²².

De um modo geral, o viés político-ideológico – explícito ou implícito – esteve presente em 33,3% das *fake news* verificadas pela página. Tentativas de pôr em xeque o trabalho da imprensa, de maneira indireta, representam 2,3% do total no período.

Figura 2 – *fake news* relacionada indiretamente ao trabalho da imprensa

É #FAKE que início do surto de H1N1 no Brasil, em 2009, matou mais que o do novo coronavírus

Mensagens têm circulado fazendo comparação falsa. Publicação viral coloca dados de alguns dias do coronavírus contrapostos aos de vários meses do H1N1.

Por Roberta Pennafort, CBN
25/03/2020 15h05 - Atualizado há 6 meses

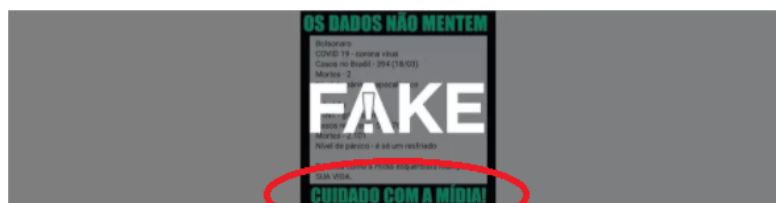


Foto: Reprodução

Fonte: Página *Fato ou Fake*

À exceção disso, os conteúdos verificados relacionavam-se majoritariamente às mortes por COVID-19 (12,8%), isolamento social (12,3%), teorias da conspiração (9,6%) e cura milagrosa (9,6%).

Tentativas de ações fraudulentas simulando benefícios do governo a partir do direcionamento para links duvidosos e induzindo ao preenchimento de falsos cadastros com dados pessoais foram verificadas em 10 oportunidades, a maior parte delas (50%) no mês de março, quando iniciou-se o debate sobre o auxílio emergencial às famílias de baixa renda no Brasil.

Assim como no período anterior, todas as publicações foram atualizadas e nenhum conteúdo original foi disponibilizado na íntegra, apenas fragmentos e sempre cobertos com o selo *FAKE*, mesma palavra utilizada em 98,2% dos títulos das verificações no período – neste caso, sempre acompanhados de *hashtag* (#*FAKE*). A exceção foi em primeiro de abril, data conhecida no

²² Exemplos disponíveis em: < <https://glo.bo/2TU2y1N>> e < <https://glo.bo/3k395VP>>.

Brasil como dia da mentira: em oposição, a página fez um compilado de quatro verificações apontadas como verdadeiras²³.

4. POLÍGRAFO

Diferente da página brasileira, cujo foco é majoritariamente na apuração de conteúdos difundidos no meio digital, o Polígrafo tem também como metodologia de checagem acompanhar políticos, comentaristas, artistas, entre outros, focando na projeção e no interesse público²⁴. Ainda foi possível perceber nesta pesquisa que publicações na imprensa tradicional são alvos de checagens, bem como a criação de conteúdos – não necessariamente uma verificação,

O Polígrafo também não define os conteúdos apenas como Verdadeiro ou Falso, mas inclui também as seguintes categorizações: *Verdadeiro, mas...* (a declaração analisada necessita de enquadramento e contextualização), *Impreciso* (há distorção da realidade), e *Pimenta na Língua* (classificação atribuída apenas quando a informação avaliada é escandalosamente falsa ou é uma sátira).

Os conteúdos podem ser compartilhados diretamente por *WhatsApp*, *Facebook* e *Twitter*. O *Polígrafo* oferece uma *Newsletter* semanal via e-mail, a possibilidade de os usuários tirarem dúvidas acerca de conteúdos e solicitarem verificações via *WhatsApp* e *Telegram*, bem como a possibilidade de receber alertas acerca das publicações no telefone. Convida ainda o leitor da página para seguir o *Polígrafo* no *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*.

Oito abas de acesso a áreas específicas do site podem ser visualizadas na parte superior da tela de abertura. Entre elas, está a sessão *coronavírus* que, ao ser clicada, leva o usuário a uma subpágina que reúne todas as publicações relacionadas ao assunto. Ali, pode selecionar se deseja ver todos os conteúdos ou apenas alguma das categorizações específicas – apenas verificações apontadas como falsas e assim por diante.

Entre os dias 11 de março e nove de junho de 2020, a página *Polígrafo* efetuou 168 checagens sobre o coronavírus e, destas, 104 foram consideradas *fake news* (61,9%), categorizadas como *falso* ou *pimenta na língua*. Os outros 64 conteúdos foram divididos entre as outras categorias, mas não entraremos em especificações neste sentido, pois a análise refere-se especificamente aos materiais considerados inverídicos. A média foi de 1,87 publicações por dia – assim como a página brasileira, número bastante superior ao período analisado anteriormente:

²³ Disponível em: <<https://glo.bo/3oZFGzAl>>. Acessado em 22 de outubro de 2020.

²⁴ Todas as informações referentes à estruturação da agência foram consultadas no dia quatro de junho de 2020 e estão disponíveis em: <<https://poligrafo.sapo.pt/institucional/artigos/o-nosso-metodo>>.

"especificamente quanto ao coronavírus, entre os dias nove de janeiro e nove de março de 2020, foram feitas 25 publicações". (PATATT; ROCHA, 2020, p. 51)

Assim como no portal brasileiro, abril teve o maior número de checagens: 82 (o que corresponde a 48,8% do total) e, destas, 43 (52,4% das publicações do mês) foram consideradas falsas. Interessante ressaltar que em abril foi o pico da pandemia no país ibérico, quando no dia 10 foi registrado o maior número de novos contágios em um único dia²⁵. Mas, diferente do encontrado na nação latinoamericana, a maioria das verificações de conteúdos identificados como falsos nestes 30 dias tinha relação com teorias da conspiração (25,6%). Em termos gerais, esta também foi a principal temática, representando 22,1% do total.

Figura 3 – exemplo de *fake news* relacionada a teoria da conspiração



Fonte: Página *Polígrafo*

Curioso como a página portuguesa também apontou muito mais *fake news* envolvendo o Brasil (em todo o período) do que o contrário: 8,65% contra 0,5% da página *Fato ou Fake* (apenas uma verificação). O *Polígrafo* também costuma identificar de maneira mais específica a origem dos fatos e em 6,7% dos casos apontou sites brasileiros como os propagadores do conteúdo falso.

Durante os 90 dias o *Polígrafo* atualizou apenas uma verificação e disponibilizou na íntegra 70,2% dos conteúdos verificados. E aqui um diferencial: em uma ocasião²⁶ o próprio site criou uma demanda ao invés de executar uma verificação a partir da *hashtag* #perguntacorona (direcionada inicialmente a um programa da Rede Globo com o mesmo nome).

Em junho, mês que marcou a reabertura de Portugal e relaxamento de algumas medidas de isolamento foram feitas apenas quatro verificações em nove dias, a menor média dentre os noventa dias analisados.

²⁵ Dados coletados até nove de outubro de 2020. Gráficos disponíveis em: <<https://bit.ly/32gz6Ls>>.

²⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/2JBj8jz>>. Acessado em 18 de setembro de 2020.

5. CONCLUSÃO

Cabe antes ressaltar que os dois portais diferem-se em sua concepção e estrutura, evidência que já havia sido mencionada no estudo que deu início a essa investigação, realizada por Patatt e Rocha (2020). O *Fato ou Fake* utiliza profissionais de oito veículos do grupo Globo, enquanto o *Polígrafo*, como um jornal associado à Rede Internacional de Fact-Checking (IFCN, em inglês), tem uma equipe própria e exclusiva, supondo-se, portanto, ter mais autonomia.

Apesar dos dois sites terem diferenças quanto à execução e produção de conteúdo, as propostas assemelham-se no sentido de combater as *fake news* nos seus respectivos países. Percebe-se nos resultados da pesquisa o quanto as realidades distintas de Brasil e Portugal influenciaram no tipo de conteúdo falso disseminado/verificado, na periodicidade e regularidade.

Foi possível perceber uma robustez do *Fato ou Fake* em relação à primeira pesquisa, com regularidade, quantidade e novas ferramentas disponíveis no site. No Brasil, a partidarização da crise provocada pela pandemia do novo coronavírus foi um dos principais fatores que levaram à propagação de informações desencontradas – tanto que, em algumas oportunidades, chegaram a ser chanceladas pelo próprio Presidente da República em suas redes sociais digitais. Uma a cada três *fake news* apontadas pelo *Fato ou Fake* tiveram motivação político-ideológica, seja de modo implícito ou explícito.

Se considerarmos que as outras duas temáticas mais presentes nas verificações foram as mortes por Covid-19 (12,8%) e as medidas sanitárias de isolamento social (12,3%), que, por sua vez, enfrentaram uma grande resistência no Brasil e em muitas oportunidades alimentadas por uma discussão que atende agendas ideológicas, a influência política diante da disseminação de notícias falsas neste período aumenta substancialmente.

Um cenário muito diferente do que encontramos em Portugal, onde o trabalho apresentado pelo *Polígrafo* acabou sendo mais abrangente – e aqui, fazemos a suposição de que isso aconteça porque o país não enfrenta a mesma polarização política que o Brasil, nem a partidarização ou negacionismo da pandemia como acontece no país sul-americano. Tal abrangência fica visível quando observamos um fato específico: da totalidade de checagens de conteúdos apontados como falsos, apenas 30,8% se referem a situações específicas de Portugal, enquanto no Brasil o percentual chega a 70,2%. Claro que o país ibérico tem dimensões territoriais e população muito menores, ainda assim, o comparativo merece atenção.

Diante deste cenário, como aprofundamento das duas pesquisas e futuras linhas de investigação, a partir dos dados obtidos, seria interessante focar na audiência, meios de consumo,

posicionamento ideológico, perfil sócioeconômico, a fim de identificar públicos suscetíveis/vulneráveis e aqueles que têm maior predisposição em distribuir *fake news*.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, v. 31, n. 2, p. 211-236, 2017.

CLAVERY, Elisa Cristina Sá Fortes. **Fact-checking: Jornalismo de checagem da política midiaticizada**, 2015. Graduada, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

DARNTON, Robert. **A verdadeira história das notícias falsas**. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2017/04/28/cultura/1493389536_863123.html>. Acesso em: 5/7/2020.

FRANCISCATO, Carlos. 'Notícia falsa' não existe. **Facebook**, 2017. Disponível em: <<https://www.facebook.com/carlos.franciscato/posts/1368436339894292?pnref=story>>. Acesso em: 5/07/2020.

GRAVES, Lucas. Boundaries Not Drawn. **Journalism Studies**, v. 19, n. 5, p. 613-631, 2016. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2016.1196602?journalCode=rjos20>>. Acesso em: 2/9/ 2020.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web**. 2003. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1000.PDF>. Acesso em: 8/09/2020.

PATATT, Caroline.; ROCHA, Fernando Jesus da. As Fake News e o Coronavírus: uma Análise dos Portais mais Acessados de Brasil e Portugal. In: H. Gonçalves de OliveiraS. Gadini; **Jornalismo em tempos de pandemia do novo coronavírus**. 1st ed, p.34-62, 2020. Ria Editorial. Disponível em: <<http://www.riaeditorial.com/index.php/jornalismo-em-tempos-da-pandemia-do-novo-coronavirus/>>. Acesso em: 17/09/2020.

RAMONET, Ignacio. **A explosão do jornalismo: das mídias de massa à massa de mídia**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal: A prática de fact-checking no Brasil**, 2019. Doutor, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

STENCEL, Mark; LUTHER, Joel. **Fact-checking count tops 300 for the first time - Duke Reporters' Lab**. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>>. Acesso em: 10/09/2020.

Informações sobre o Artigo

Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese: não se aplica.

Fontes de financiamento: não se aplica.

Apresentação anterior: não se aplica.

Agradecimentos/Contribuições adicionais: não se aplica.

Caroline Patatt

Nasceu em 1988, na cidade de Arroio do Tigre, Rio Grande do Sul, Brasil. É bacharel em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo, pela Universidade de Cruz Alta (UNICRUZ - Brasil), pós-graduada em Jornalismo Esportivo pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS - Brasil) e aluna do Mestrado em Jornalismo da Universidade da Beira Interior (UBI – Portugal). Tendo uma carreira bastante focada em televisão, dentre outras atividades, foi repórter e apresentadora nos canais RBS TV (afiliada da Rede Globo), TV Record e Fox Sports, assim como Coordenadora de Jornalismo na TVE. Suas pesquisas tem ênfase em questões como as Fake News, a Comunicação no Esporte e também a informação no ambiente digital. Atualmente trabalha com produção de conteúdo para empresas dos mais variados segmentos, tanto brasileiras quanto portuguesas, e ministra cursos de Jornalismo Esportivo para estudantes brasileiros.

E-mail: cpatatt@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2836-7915>

Fernando Jesus da Rocha

Nascido em 1983, em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil, é bacharel em Administração pelo Complexo de Ensino Superior de Cachoeirinha (Cesuca - Brasil), Pós-Graduado em Comunicação e Marketing pelo Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac - Brasil), Mestre em Comunicação Estratégica pela Universidade da Beira Interior (UBI - Portugal) e Doutorando em Comunicação pela Universidade da Beira Interior (UBI - Portugal). É um dos idealizadores da primeira revista com abordagem exclusivamente desportiva na região metropolitana de Porto Alegre (Bola em Jogo), tendo também significantes trabalhos nas áreas de assessoria política e desportiva. Possui publicações científicas acerca de estratégia e vantagem competitiva, participações em congressos, abordando marketing digital e implicações sociais, rádio expandido e alcance de Podcasts, e foco especial em produções acerca de Storytelling, Convergência de Mídias e Transmídia.

E-mail: fernandorochoa83@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5794-0114>