

Ricardo Morais

Faculdade de Letras da
Universidade do Porto –
FLUP
E-mail: rjmorais@letras.up.pt
ricardo.morais@labcom.ubi.pt

Tâmela Grafolin

Universidade da Beira
Interior – UBI
E-mail: tamela.grafolin@ubi.pt



Este trabalho está licenciado sob
uma licença [Creative Commons
Attribution 4.0 International
License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (©):

Aos autores pertence o direito
exclusivo de utilização ou
reprodução

ISSN: 2175-8689

Publicar primeiro, verificar depois?: uma reflexão sobre a credibilidade do jornalismo e o papel das organizações de verificação de fatos

*Publish first, check later?:
a reflection on the credibility of journalism
and the role of fact-checking organizations*

*Publicar primero, comprobar después?:
una reflexión sobre la credibilidad del
periodismo y el papel de las organizaciones de
fact-checking*

Morais, R., & Grafolin, T. Publicar primeiro, verificar depois:
uma reflexão sobre a credibilidade do jornalismo e o papel das
organizações de verificação de fatos. Revista Eco-Pós, 26(3),
223 – 248. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v26i3.28000>

RESUMO

Na atual ecologia midiática em que assistimos ao rompimento das barreiras entre produtores, consumidores e disseminadores de informações, também nos deparamos com o despertar do fenômeno das notícias falsas (*fake news*). Um fenômeno, que como sabemos, não é novo, pois falsos relatos, rumores e distorções são praticamente tão antigos como a história dos *media* e do jornalismo. No presente artigo trazemos uma reflexão sobre a construção e o declínio da credibilidade jornalística nesse contexto de abundância informativa e o papel da inversão no processo de produção noticiosa — no qual a verificação dos fatos é feita após a publicação. Através da análise de como são construídas as organizações de *fact-checking*, questionamos a necessidade de criar projetos externos no lugar de uma aposta interna, recuperando os tradicionais verificadores de fatos que garantiam o rigor dos conteúdos antes da sua publicação.

PALAVRAS-CHAVE: *Credibilidade; Jornalismo; Fake news; Fact-checking; Notícias.*

ABSTRACT

In the current media ecology where we witness the breaking down of barriers between producers, consumers and disseminators of information, we are also faced with the awakening of the phenomenon of fake news. A phenomenon, which, as we know, is not new, since false reports, rumours and distortions are practically as old as the history of media and journalism). In the present article we bring a reflection on the construction and decline of journalistic credibility in this context of information abundance and the role of inversion in the news production process — in which fact-checking is done after publication. Through the analysis of how fact-checking organizations are built, we question the need to create external projects in place of an internal bet, recovering the traditional fact-checkers that guaranteed the accuracy of contents before their publication.

KEYWORDS: *Credibility; Journalism; Fake news; Fact-checking; News.*

RESUMEN

En la actual ecología mediática, en la que asistimos a la ruptura de las barreras entre productores, consumidores y difusores de la información, nos encontramos también con el despertar del fenómeno de las *fake news*. Un fenómeno que, como sabemos, no es nuevo, ya que las noticias falsas, los rumores y las distorsiones son prácticamente tan antiguos como la historia de los medios de comunicación y del periodismo. En el presente artículo aportamos una reflexión sobre la construcción y el declive de la credibilidad periodística en este contexto de abundancia informativa y el papel de la inversión en el proceso de producción de las noticias, en el que la comprobación de los hechos se realiza después de la publicación. A través del análisis de cómo se construyen las organizaciones de *fact-checking*, se cuestiona la necesidad de crear proyectos externos en lugar de una apuesta interna, recuperando los tradicionales *fact-checkers* que garantizaban la veracidad de los contenidos antes de su publicación.

PALABRAS CLAVE: *Credibilidad; Periodismo; Fake news; Fact-checking; Noticias.*

Submetido em 06 de janeiro de 2023

Aceito em 11 de agosto de 2023

Introdução

A atual ecologia mediática, na qual o sistema de comunicação é ao mesmo tempo global e local, digitalizado e interativo, trouxe implicações diretas para o jornalismo, que até então era percebido como um dos principais detentores do monopólio da informação (Waltz, 2015). As redes de comunicação deixaram de ser hierárquicas para se tornarem horizontais, independentes do negócio dos *media* e dos governos, podendo ser “iniciadas por indivíduos ou grupos sem a mediação do sistema dos media” (Castells, 2007, p. 23). É nesse contexto que assistimos ao despertar do fenômeno das notícias falsas (*fake news*). Importa recordar que o termo *fake news* apesar de se ter popularizado, tem causado alguma polêmica, “porque ‘notícias’ significam informações verificáveis de interesse público, e as informações que não atendem a esses padrões não merecem o rótulo de notícias” (Berger, 2019, p. 7). Neste contexto, a expressão é considerada “um oxímoro que se presta a danificar a credibilidade da informação que de fato atende ao limiar de verificabilidade e interesse público — isto é, notícias reais” (Berger, 2019, p. 7). É por este motivo que nos últimos anos se tem considerado que o uso da expressão *fake news* é inadequado, não apenas porque não é suficientemente abrangente para “explicar a escala de poluição de informação”, mas também porque é “vulnerável a ser politizado e usado como uma arma contra a indústria de notícias” (Wardle; Derakhshan, 2019, p. 47). Na realidade, não podemos ignorar que “grande parte do discurso sobre *fake news* combina duas noções: informação incorreta e desinformação”. No primeiro caso, a informação incorreta diz respeito à “informação falsa que a pessoa que está divulgando acredita ser verdadeira”. Já no caso da desinformação, trata-se de “uma informação falsa e a pessoa que a divulga sabe que é falsa”, ou seja, existe uma intenção deliberada de enganar o outro. Mas não podemos ainda esquecer que muitas vezes estamos perante casos de má-informação, quando a “informação é baseada na realidade, mas usada para causar danos a uma pessoa, organização ou país” (Wardle; Derakhshan, 2019, pp. 47-48)

Como já referimos, estamos perante um fenômeno renovado, na medida em que “mobilizar e manipular a informação era característica da história muito antes do jornalismo moderno estabelecer padrões que definem as notícias como um gênero com base em regras particulares de integridade” (Ireton; Posetti, 2019, p. 16). No entanto, foi sobretudo nos últimos

anos que o fenômeno tomou proporções globais, em grande medida devido às “novas e poderosas tecnologias”, que “simplificam a manipulação e a fabricação de conteúdo”, bem como às “redes sociais que ampliam dramaticamente falsidades propagadas por Estados, políticos populistas e entidades corporativas desonestas, pois são compartilhadas por públicos não críticos” (Ireton; Posetti, 2019, p. 16).

Para Bakir e McStay (2017) o fenômeno contemporâneo das notícias falsas é um resultado lógico de cinco características que definem a ecologia dos media digitais:

“(…) o declínio financeiro das notícias; o imediatismo crescente do ciclo de notícias; a rápida circulação da desinformação e desinformação por meio de conteúdo gerado por usuários e propagandistas; a natureza cada vez mais emocional do discurso online; e o crescente número de pessoas capitalizando financeiramente os algoritmos usados pelas plataformas de media sociais e pelos mecanismos de busca na Internet” (Bakir; McStay, 2017, p. 4).

Erick Neveu já escrevia, em 2010, que o colapso do jornal impresso, o berço do jornalismo como instituição, e da criação da sua cultura e identidade de trabalho, acabaria por provocar “um terremoto na definição e prática do jornalismo” (Neveu, 2010, p. 29). Neste estudo apresentamos, para além das características da ecologia mediática digital, os diversos aspetos que ajudam a construir a história do jornalismo e que contribuíram para uma crise da instituição como fonte de informação credível, sobretudo num tempo marcado pela “desordem da informação” (Wardle; Derakhshan, 2019, p. 47).

Muitos podem pensar que a crise no papel do jornalismo surgiu com a popularização da Internet. No entanto, o jornalismo enquanto instituição enfrenta dificuldades desde que a notícia se tornou um produto sujeito à monetização, ao lucro, momento em que surgiram as grandes empresas/conglomerados mediáticos. Neveu (2010) explica que o foco das empresas se transformou na maximização das audiências e dos lucros, ao mesmo tempo que se apostou na redução dos custos de produção e, por consequência, no tamanho das redações, no número de profissionais e nas redes de correspondentes. Neste contexto, Palacios (2019) identifica os fatores que, “já nos primórdios do Jornalismo Moderno”, ajudam a explicar “a geração de notícias imprecisas ou falsas”:

(...) a aceleração dos processos de produção da informação jornalística, a partir da mecanização e crescimento físico da escala de produção, por um lado, e a deliberada fabricação de fakes, pelo outro. E, igualmente, podemos identificar nessa mesma época o estabelecimento de mecanismos para tentar prevenir a ocorrência desse tipo de informação falseada ou imprecisa, zelando-se assim pela qualidade e — *pari passu* — colocando-se a empresa a salvo de perdas financeiras resultantes de processos jurídicos (Palacios, 2019, p. 80).

Neste contexto, a divulgação e publicação de conteúdos noticiosos, capazes de atrair a atenção dos consumidores, de os levar a clicar, gostar e partilhar, passou a ser a estratégia da grande maioria dos media, deixando a verificação em segundo plano. É precisamente sobre esta inversão de prioridades, esta quebra com os princípios tradicionais do jornalismo, de verificação da informação, que pretendemos refletir neste trabalho. A verificação inerente ao trabalho jornalístico assumiu diferentes modalidades no decorrer da história da profissão e, como lembra Palacios (2019, p. 80), “os grandes jornais e revistas sempre mantiveram a prática das chamadas Cartas ao Editor, através das quais os leitores podiam manifestar suas opiniões e críticas ao material publicado e, eventualmente, indicar equívocos ou falseamentos em notícias”. O investigador realça também aquele que foi em tempos o papel do provedor do leitor, mas salienta que, em ambos os casos, essa verificação é exterior ao trabalho jornalístico. Esta “exteriorização” do “processo de produção de precisão e credibilidade na narrativa jornalística” (Palacios, 2019, p. 88), é também destacada por Berger (2019) quando refere que “em muitos meios de comunicação atuais, a eliminação de posições que fornecem verificação interna de fatos levou à função agora assumida pelo “quinto estado” de blogueiros e outros protagonistas externos que evocam erros cometidos por jornalistas – mesmo que após a disseminação” (Berger, 2019, p. 10). A questão que devemos colocar é então a de saber que impacto esta verificação a posteriori pode ter na atividade jornalística.

Se, como nos dizem Kovach e Rosenstiel (2014, p. 15), “a primeira obrigação do jornalismo é a verdade” e “a sua essência é a disciplina da verificação”, por que motivo continuamos a pôr em causa a credibilidade do jornalismo, não assegurando um processo de verificação interna que contribua para aumentar a confiança na informação veiculada pelos jornalistas? É por considerarmos que “os jornalistas não podem deixar que as organizações de *fact-checking* façam o trabalho jornalístico de verificar as afirmações questionáveis que são

apresentadas pelas fontes” (Berger, 2019, p. 11), que decidimos promover uma reflexão que nos ajude a repensar nos princípios fundamentais que não podem deixar de fazer parte do exercício jornalístico. Como refere Berger (2019, p. 11), os *media* devem “ter cautela para que correções externas pós-publicação não se tornem um substituto para processos internos de controle de qualidade”. Assim, e considerando que “um jogo de correções pós-publicação por fiscalizadores externos não é um jogo em que os jornalistas são os vencedores” (Berger, 2019, p. 11), que papel cabe afinal aos projetos de *fact-checking*? A hipótese que nos guia é precisamente a de que os projetos de *fact-checking* têm ganho cada vez mais importância porque o jornalismo deixou de fazer o seu trabalho de verificação interna antes da publicação. Sendo certo que os projetos de verificação de fatos não se limitam a analisar conteúdos noticiosos e são hoje importantes ferramentas na verificação de “anúncios políticos, discursos de campanha, manifestos partidários” (Mantzaris, 2019, p. 88), entre muitos outros conteúdos, que passaram a ser disseminados sobretudo via redes sociais digitais, não podemos ignorar o fato de os próprios meios de comunicação apostarem cada vez mais na criação destes projetos, dando-lhes nomes que remetem para uma nova função jornalística, e dotando-os de profissionais que deixaram de ter nas redações, quando uma das razões apontadas para a falta de verificação interna é, não poucas vezes, a falta de recursos e o esvaziamento dessas mesmas redações (Mantzaris, 2019).

É este o conjunto de interrogações que nos guia ao longo deste artigo, que pretende sobretudo contribuir para uma reflexão sobre a criação de projetos de *fact-checking* por parte de órgãos de comunicação, colocando muitas vezes em causa a credibilidade do próprio jornalismo.

1. Jornalismo: construção e declínio da credibilidade

Ao refletirmos sobre a história do jornalismo como instituição, deparamo-nos com alguns aspetos referentes à construção da credibilidade e confiança, que podem estar relacionados com a perceção da sociedade em relação ao jornalismo enquanto profissão. As questões que se colocam quanto à afirmação do jornalismo enquanto campo profissional não são novas, mas

agravaram-se numa época em que as fronteiras entre produtores e consumidores se esbateram (Fidalgo, 2017).

Para uma análise das razões que ajudam a explicar a forma como a sociedade percebe o jornalismo, não podemos esquecer os conceitos apresentados pela sociologia das profissões ao longo dos anos e que dominam o pensamento da sociedade sobre as características necessárias para que uma determinada atividade seja entendida enquanto profissão. O paradigma funcionalista, no qual só pode ser considerada profissão aquela que possuir um conjunto claramente determinado de traços ou atributos dos domínios cognitivo, organizacional e moral, características observadas sobretudo em profissões como as dos médicos, engenheiros, advogados etc., teve um importante papel na propagação de uma determinada ideia sobre o que pode ser considerado profissão na sociedade ocidental. O próprio jornalismo procurou, ao menos até meados do século XX, ser reconhecido e legitimado como profissão indo ao encontro dessas concepções funcionalistas vigentes. No entanto, a prática jornalística possui características fluidas que levam muitos autores a não considerar paradigmas de um modelo ideal — ou “ideal tipo” — para o enquadramento de uma profissão. Correia (1998) refere que essas teorias sobre profissionalismo consideram essencial o controle sobre a base cognitiva para que uma atividade seja considerada uma profissão. O autor realça, no entanto, que são inúmeros os caminhos organizacionais que podem conduzir à carreira de jornalista e que “tornam instável a standardização da base cognitiva necessária para o exercício da profissão, conduzindo a problemas de reconhecimento/autorreconhecimento e de legitimidade” (Correia, 1998, p. 7).

Mas a verdade é que enquanto instituição, o jornalismo foi se afirmando, sobretudo, a partir da credibilidade dos seus profissionais e produtos. Uma afirmação desta natureza tem, no entanto, problemas, desde logo no questionamento sobre o que é, afinal, a credibilidade? Belda e Santos (2017) consideram que a credibilidade é uma qualidade atribuída ao orador, instituição ou discurso a partir do momento que o mesmo se prova credível através das suas características. Vásquez-Herrero *et al.* (2022), por sua vez, apresentam a credibilidade como um subfenômeno da confiança. No caso do jornalismo, a credibilidade é construída através de valores que guiam a profissão, aquilo a que Serra (2006) chama de “dispositivo de credibilização”. Estes valores e princípios integram normalmente os livros de estilo e definem, em grande medida, aquelas que

devem ser as condutas no exercício profissional, como a busca pela verdade, o compromisso com os fatos, a imparcialidade na narração dos acontecimentos, a verificação das informações, a identificação e citação das fontes, o uso de provas imagéticas, a apresentação e explicações alternativas sobre um acontecimento, assim como a apresentação de uma justificativa para a decisão de adoção de uma determinada abordagem a partir de critérios racionais. Esses valores defendidos na prática jornalística estão presentes em todas as etapas de produção noticiosa e foram sendo construídos e difundidos historicamente como importantes para a construção e estabelecimento da confiança. Embora não sejam imutáveis, estes valores indicam parte das expectativas que o público tem sobre o jornalismo (Lisboa; Benetti, 2017). Porém, o jornalismo depende de que esses esforços sejam percebidos e reconhecidos pelo público para que ocorra a atribuição de credibilidade, uma vez que esta é uma construção baseada na recepção, além de ser multidimensional — porque depende da autoridade e reputação não só do jornalista, como das fontes e dos veículos — baseada em situações, contextos e dinâmica, ou seja, pode aumentar ou diminuir de acordo com a interação entre os envolvidos (Vázquez-Herrero *et al.*, 2022).

Desde as décadas finais do século XX e ao longo do século XXI observou-se um conjunto de mudanças no cenário da comunicação, em que o jornalismo parece não ter ainda assimilado completamente, “mas que têm implicações nas condições de exercício da liberdade de expressão e de imprensa, nas competências técnicas e formativas exigíveis aos jornalistas e nas expectativas sociais de uma profissão” (Camponez, 2018, p. 21). Uma dessas mudanças é a quebra do contrato de comunicação — quem diz o quê, para quem, com que intenções, em que condições e de que forma — provocada pelas múltiplas fontes de informação a que a audiência passou a ter acesso. Para Belda e Santos (2017), este é um dos principais motivos para o aumento da desconfiança do público em relação ao jornalismo, mas também às instituições e aos especialistas. Outro fator que tem contribuído para o processo de desvalorização do jornalismo é a alegada tendência para a proletarização. Favorecida pelo contexto socioeconômico de monetização da notícia, da busca por números de acessos e anunciantes, pela maximização dos lucros e contenção de despesas na produção, a proletarização do jornalismo é caracterizada pelo quase desaparecimento do “ideal de serviço” associado ao profissionalismo no trabalho de jornalistas que atuam em grandes organizações, “onde os resultados econômicos e a competição

por audiências agravam os constrangimentos (materiais, uns; éticos; outros) de que nem sempre conseguem libertar-se os profissionais da informação” (Fidalgo, 2008, p. 61), o que resulta na falta de autonomia, na falta de capacidade de controlar totalmente as condições e o produto do seu trabalho.

Neste contexto, foi especialmente com a Internet que o modo como se faz jornalismo e o *ethos* jornalístico teve de ser repensado. É sobretudo a partir desse momento que assistimos a mudanças significativas na recolha, tratamento e divulgação de informação. Como referem Ireton e Posetti (2019), “enquanto a transformação digital trouxe novas formas de contar histórias e um maior envolvimento do público no processo de notícias, também trouxe maiores desafios para os tradicionais produtores de notícias já enfraquecidos” (Ireton; Posetti, 2019, p. 37).

Para além das mudanças no que socialmente se entende como sendo a profissão jornalística, não podemos esquecer que o jornalismo enquanto instituição também passa por alterações estruturais, com a flexibilização dos valores-notícia e dos parâmetros ético-morais que são a base da produção noticiosa (Pereira; Adghirni, 2011). Neste contexto, aumenta a pressão sobre os jornalistas, que têm de recolher novas informações e adaptá-las a novos formatos, capazes de satisfazer as exigências de um público mais ativo e participativo. O requisito para o exercício profissional passa a ser o de um jornalista multitarefa, “uma espécie de MacGyver” (Gradim, 2003, p. 117), equipado com todos os recursos e capaz de responder a todos os desafios colocados pela convergência midiática que veio reconfigurar todas as práticas jornalísticas. Entre aqueles que acreditam que é este o futuro da profissão e aqueles que se mostram mais reticentes, importa não perdermos de vista o objetivo principal, o de fornecer a informação que as pessoas precisam para serem livres e tomar decisões informadas. É por isso que Camponez (2018) defende que este conjunto de mudanças, mais do que efeitos negativos, reforçam a responsabilidade dos jornalistas na garantia de um serviço público de qualidade. A função social do jornalismo não pode ser posta em causa, nem pela tecnologia, nem pelas novas tendências, tampouco por uma ilusão de retorno financeiro imediato. Pavlík (2000) defende que precisamos de profissionais que se afastem do sistema *breaking news* de valorização da rapidez,

que atuem na análise da informação e contribuam na construção de sentido dos acontecimentos, situando-os dentro de contextos mais amplos.

A verdade é que vivemos num paradoxo, porque nunca se produziu tanta informação, nunca se teve acesso a tantas notícias, e ao mesmo tempo nunca essa informação foi de tão pouca qualidade e profundidade. O ímpeto que leva à publicação desenfreada, ao segundo, ao minuto, abriu espaço para o erro, a falsidade, mas sobretudo, e cada vez mais, para uma verificação após a publicação, no lugar de um trabalho minucioso de confirmação dos fatos antes da publicação. Neste contexto, não é difícil de perceber por que motivo têm crescido as organizações de *fact-checking* (Stencel; Ryan; Luther, 2023). A questão que é preciso colocar é então sobre as consequências que esta inversão do processo ou “exteriorização e terceirização da credibilidade jornalística” (Palacios, 2019, p. 88) pode trazer para a opinião pública numa época marcada pela superabundância de informação. Não pretendemos ignorar a relevância que os projetos de *fact-checking* têm, nomeadamente, na verificação de todos os conteúdos que circulam on-line e cuja autoria é cada vez mais difícil de avaliar, mas questionamos a percepção que essa verificação a posteriori pode ter junto do público e, por conseguinte, na afirmação do papel do jornalismo.

2. Fake news e o papel das organizações de *fact-checking*

O fenômeno das notícias falsas não é novo. As falsidades, os rumores e as distorções são praticamente tão antigos como a história dos meios de comunicação e do jornalismo (Baptista, 2019; Quintanilha; Silva; Lapa, 2019; Ireton; Posetti, 2019; Hofseth, 2017). No entanto, não podemos negar que o termo *fake news* ganhou uma nova dimensão nos últimos anos. Segundo os motores de busca, foi principalmente após as eleições presidenciais americanas em 2016 que as buscas do termo aumentaram (Baptista, 2019). A partir deste momento, assistimos ao renascimento de um velho fenômeno, que encontrou nas novas tecnologias de comunicação e informação o combustível necessário para explodir (Ireton, Posetti, 2019). Mas que outras razões contribuíram para o momento a que chegamos? Se pensarmos na expressão utilizada para falar deste novo fenômeno, percebemos como o problema reside no próprio jornalismo e nas funções fundamentais que este já não garante. Afinal, “notícias” significam informações verificáveis de interesse público, e as informações que não atendem a esses padrões não

merecem o rótulo de notícias” (Ireton; Posetti, 2019, p. 7). E então o que são notícias falsas? Para Lazer *et al.* (2018), as notícias falsas são entendidas como informação fabricada que imita o conteúdo dos *media* noticiosos na forma, mas não no processo organizacional de apuração e produção de conteúdo ou na intenção. São um tipo de conteúdo em texto, áudio, imagem ou vídeo, produzido com uma estrutura narrativa semelhante à apresentada nos produtos jornalísticos, mas feitas com a intenção de lucrar ou difundir um ponto de vista ideológico. Já Tandoc, Lim e Ling (2017) analisaram 34 artigos sobre o tema *fake news*, divulgados entre 2003 e 2017, e notaram que ao longo dos anos o conceito de notícia falsa variou entre seis definições: 1) sátira noticiosa (apresentação de fatos com humor); 2) paródia noticiosa (sem fatos com base); 3) notícia fabricada (sem base em fatos, mas com estilo jornalístico); 4) informação manipulada (alteração dos fatos); 5) publicidade; 6) propaganda. De forma resumida, os autores puderam constatar que os conceitos de *fake news* variam, mas todos têm na base a intenção e a apropriação da forma noticiosa. Em suma, podemos considerar que:

as notícias falsas são uma mimetização dos processos jornalísticos com intenção distinta da de informar. Por um lado, a) resultam da imitação deliberada de elementos do processo jornalístico; b) por outro lado, possuem finalidades que a distinguem do processo jornalístico. Se é a imitação deliberada de elementos do processo jornalístico que justifica o uso da palavra notícias com as devidas aspas, é, por seu lado, a existência de finalidades opostas ao próprio jornalismo que dita que as mesmas sejam apresentadas como falsas (sem aspas) (Correia; Amaral, 2021, p. 60).

Neste trabalho, concentramo-nos no conceito de notícias falsas, não explorando outras expressões de forma mais aprofundada, como a desinformação. A razão é simples, é que a expressão “notícias falsas”, embora contraditória em si própria (Berger, 2019), é aquela que melhor representa o verdadeiro problema de credibilidade que o jornalismo enfrenta, na medida em que coloca em causa a capacidade do jornalismo “evitar a publicação de informações não verificadas e afastar-se de informações que possam interessar a poucos, mas que não são de conhecimento do interesse público” (Berger, 2019, p. 10). A incongruência que o termo expressa remete ainda para um risco reputacional, uma vez que “quando protagonistas externos demonstram falha sistêmica em um determinado veículo de notícias, levanta-se a questão da reputação da instituição como fonte profissional de notícias” (Berger, 2019, p. 11).

Neste contexto de crescimento das notícias falsas, mas também marcado por um conjunto de acontecimentos que as potenciaram, como a eleição de Trump nos Estados Unidos, o Brexit, e mais recentemente a pandemia e a guerra na Ucrânia, assistimos ao crescimento do número de projetos de *fact-checking*. De acordo com o Duke Reporters' Lab, existem “417 verificadores ativos até agora em 2023, verificando e desmentindo desinformações em mais de 100 países e 69 idiomas” (Stencel; Ryan; Luther, 2023). Na décima edição do relatório os autores destacam ainda que “desde 2018, o número de sites de verificação de fatos cresceu 47%”, embora o ritmo de crescimento tenha sido mais lento nos últimos cinco anos. No entanto, concluem que “o número atual de verificadores é praticamente o mesmo de 2022 e 2021”, em grande medida devido ao fato de “quase metade das organizações de verificação de fatos da contagem do Reporters' Lab estão ativas há cinco anos ou mais. E cerca de 50 deles estão ativos há 10 anos ou mais” (Stencel; Ryan; Luther, 2023).

O número de projetos que existem em todo o mundo deve fazer-nos pensar sobre o que falhou no jornalismo. Formados por profissionais independentes, associados a empresas de comunicação social já estabelecidas, ligados a instituições acadêmicas ou ainda a organizações não governamentais, os projetos de *fact-checking* não são novos, mas a verdade é que assumiram na atualidade o principal papel de verificação. Aquilo a que hoje se chama de *fact-checking* constitui, na realidade, uma segunda onda de projetos que está sobretudo ligada à “infecção global das chamadas *fake news*” (Mantzaris, 2019, p. 89).

De acordo com Graves e Cherubini (2016), as primeiras organizações dedicadas à verificação da verdade surgiram na área da política no início dos anos 2000; porém, foi a partir de 2010 que o número de organizações aumentou substancialmente em todo o mundo e de forma ainda mais significativa a partir de 2015 (Stencel; Ryan; Luther, 2022).

Como já referimos, a verificação de fatos é uma obrigação do jornalismo, é a base do processo de apuração dos fatos durante a produção da notícia. No entanto, na atual sociedade este processo transformou-se numa espécie de estratégia de alerta para erros cometidos, muitas vezes, pelos próprios profissionais. Seibt (2019) acredita que o *fact-checking* surge como uma nova área, uma nova prática, um movimento de reforma do jornalismo, para resgatar valores centrais da ideologia profissional, como a credibilidade e a disciplina da verificação. Graves

(2016) complementa essa visão de movimento de reforma ao defender que o *fact-checking* se articulou em torno de uma compreensão específica dos fracassos do jornalismo nas últimas décadas, “continuando uma longa história de revisões à norma da objetividade” (Graves, 2016, p. 79).

O trabalho desenvolvido pelos profissionais no *fact-checking* tem como princípio básico e comum, etiquetar as informações já publicadas, apresentando dados que permitam comprová-las ou desmenti-las e ainda expor os documentos, fontes, links consultados para que o consumidor possa ter acesso direto se assim desejar (Seibt, 2019). Em termos de resultados, os estudos sobre o *fact-checking* como uma solução para o combate às *fake news* são inconclusivos. De acordo com Batista (2019), algumas investigações sugerem “que os custos emocionais resultantes das dissonâncias cognitivas entre crenças e a realidade levam a maioria das pessoas a rejeitarem a informação verificada” (Batista, 2019, p. 56) e, por isso, as estratégias de verificação de fatos possuem um efeito limitado. O estudo de Guess, Nyhan e Reifler (2018) sobre o efeito do *fact-checking* em pessoas que consumiam notícias falsas durante as eleições norte americanas de 2016 acrescenta ainda uma outra variável para a discussão, a da exposição seletiva, considerando esta como uma das dificuldades enfrentadas pelos verificadores.

O *fact-checking* não conseguiu responder eficazmente às notícias falsas. Não apenas o consumo de fatos verificados ficou concentrado entre os não consumidores de notícias falsas, mas raramente os entrevistados acessaram a checagem de uma declaração específica de uma notícia falsa que eles leram (Guess; Nyhan; Reifler, 2018, p. 11).

As agências e profissionais de *fact-checking* enfrentam assim uma crescente onda de desconfiança, justamente por trabalharem com informações oriundas de um setor extremamente tendencioso e polarizado, que desmerece o trabalho jornalístico em todos os momentos. Iannucci e Adair (2017) explicam que a crítica e a desconfiança nos *fact-checkers* reflete o ecossistema jornalístico como um todo. Em muitos casos, a verificação de fatos tornou-se também uma forma de jornalismo político, sendo por isso acusada de ser tendenciosa. Seibt (2019) realça ainda que o *fact-checking* como método — tido como solução —, em alguns casos, revela-se como o próprio problema, na medida em que propõe ser “‘mais objetivo’, porém nada mais é do que apuração jornalística tradicional: consultar fontes, cruzar dados, contextualizar, interpretar, para referenciar os já citados elementos do jornalismo” (Seibt, 2019, p. 123). Os

projetos de *fact-checking* propõem-se a assumir uma responsabilidade que era tradicionalmente do jornalismo, mas que este deixou de conseguir assegurar a partir do momento em que foi capturado pelo ritmo frenético de publicação, da procura por gostos, comentários e compartilhamentos, por resultados rápidos e aparentemente visíveis, mas que em nada contribuem para uma sociedade informada. Ao assumirem que o que fazem não é mais do que o cumprimento dos princípios básicos do jornalismo, os projetos de *fact-checking* acabam, também eles, por se descredibilizar, mesmo se em grande parte dos casos estes projetos são na verdade subsidiários de *media* já existentes.

3. Quando as organizações de *fact-checking* passam a fazer o trabalho jornalístico

Para Mantzarlis (2018, p. 89), foi sobretudo a partir de 2016 que se tornou evidente que “(...) a infraestrutura de informação on-line era particularmente permeável à desinformação e à informação incorreta” (). Neste contexto, foram vários os grupos que se dedicaram à verificação de fatos, sendo que entre eles encontramos muitos órgãos de comunicação. De acordo com os dados do Duke Reporters’ Lab, “quase dois terços dos verificadores de fatos estão afiliados a organizações mediáticas (226 de 378, ou seja, cerca de 60%)” (Stencel; Ryan; Luther, 2022). Este número deve fazer-nos refletir, na medida em que mais de metade dos projetos de verificação de fatos estão ligados a meios de comunicação, os mesmos *media* que, fruto de um desinvestimento nas redações, deixaram de contar com profissionais capazes de garantir a verificação antes da publicação.

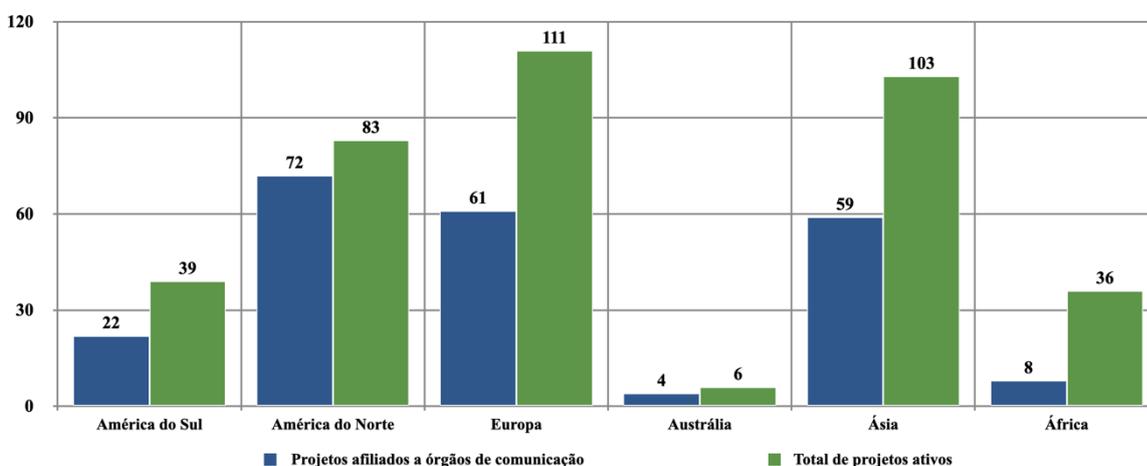
Num relatório recente publicado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social, em Portugal, realça-se que “os jornalistas e os órgãos de comunicação social têm um papel preponderante na mitigação do fenómeno da desinformação. Possuem o *know-how* e as ferramentas necessárias para o prosseguimento do rigor informativo exigível à prática jornalística” (ERC, 2019, p. 43). A questão que se coloca é uma vez mais a de perceber por que motivo os *media* não apostam nessa verificação antes da publicação, mas pelo contrário preferem criar novos projetos dedicados apenas ao *fact-checking*. No mesmo relatório, é apresentado um motivo que ajudaria a explicar essa opção, e que se prende com o tipo de

verificação que é realizado. Para os autores do relatório, os órgãos de comunicação social que criam ou se associam a esses projetos não se restringem à “(...) apreciação de notícias, isto é, verificação dos fatos de determinada notícia de determinado site ou página rede social, mas sim visando, por exemplo, a declarações de atores políticos ou outros” (ERC, 2019, p. 45).

Sendo certo que o espectro da desordem da informação é complexo (Wardle, Derakhshan, 2019), a justificação de que os *media* criam projetos de *fact-checking* para verificar declarações de atores políticos coloca novamente em causa o trabalho jornalístico. É, aliás, nesse contexto que podemos entender a interpretação de Graves (2013), quando defende que a verificação de fatos deve ser vista como uma resposta às acusações de que os jornalistas não são transparentes. E os projetos de *fact-checking* serão suficientemente transparentes quanto aos conteúdos que escolhem verificar? Não sendo nosso objetivo aprofundar as escolhas feitas pelos verificadores, nem os critérios subjacentes a essas escolhas, realçamos que se a maioria dos projetos é criado por órgãos de comunicação, será que estes verificam os próprios conteúdos?

Apesar de a proposta neste artigo ser essencialmente a de uma reflexão teórica, não podemos deixar de apresentar alguns dados que ajudam a suportar a tese que defendemos (Gráfico 1). De acordo com os dados do Duke Reporters’ Lab, de um total de 378 projetos de *fact-checking* identificados em todo o mundo e que se encontram atualmente em funcionamento, 226 estão associados a órgãos de comunicação (Stencel; Ryan; Luther, 2022).

Gráfico 1 – Distribuição do número de projetos de fact-checking associados a media por continente



Dossiê 50 anos do PPGCOM/UFRJ: histórias e memórias- <https://revistaecopos.eco.ufrj.br/>

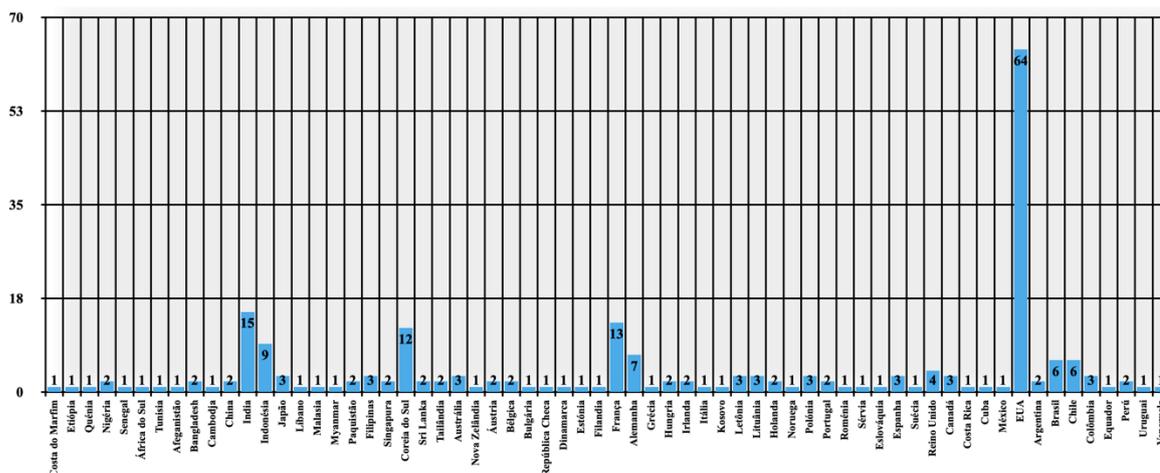
ISSN 2175– v. 26, n. 3, 2023

DOI: 10.29146/eco-ps.v26i3.28000

Fonte: Gráfico elaborado pelos autores a partir da informação disponibilizada pelo Duke Reporters' Lab.

A maioria dos projetos associados a meios de comunicação encontra-se na América do Norte. A Europa e a Ásia são os continentes onde encontramos em seguida mais projetos filiados a órgãos de comunicação. No entanto, verificamos também que, em relação ao total de projetos, as percentagens mais altas se encontram na América do Norte (87%), mas também na Austrália (67%) e na Ásia (57%). Importa ainda destacar que as diferenças entre continentes são relevantes, sobretudo se pensarmos nos países onde existem mais projetos ligados a meios de comunicação, mas também os países onde existem maiores ameaças à liberdade de expressão e informação. Ainda de acordo os dados, os países onde EUA, a Índia, a França, a Coreia do Sul, a Indonésia, a Alemanha, o Brasil e o Chile (ver Gráfico 2). Por outro lado, devemos realçar que dentre os projetos foram identificados seis casos de parcerias entre meios de comunicação e instituições acadêmicas ou organizações não governamentais.

Gráfico 2 – Distribuição do número de projetos de *fact-checking* associados a *media* por país



Fonte: Gráfico elaborado pelos autores a partir da informação disponibilizada pelo Duke Reporters' Lab

Os dados ajudam-nos a compreender a importância que o *fact-checking* ganhou um pouco por todo o mundo, mas também a refletir sobre como a sua criação está muito associada a órgãos de comunicação. Por outro lado, será igualmente interessante pensar no papel que podem ter as

agências noticiosas, uma vez que algumas, como por exemplo, a *Agence France-Presse*, tem cerca de 50 sites ativos voltados para o público em vários países e vários idiomas (Stencel; Ryan; Luther, 2023).

É ainda importante considerarmos que, para os responsáveis do Duke Reporter's Lab, uma das razões que tem justificado um abrandamento na criação de novos projetos, nomeadamente por organizações jornalísticas, se prende com a “adoção generalizada da checagem de fatos por jornalistas e outros investigadores de *think tanks* apartidários”, o que contribuiu para uma ampliação do “número de pessoas que fazem verificação de fatos, mas criou menos necessidade de organizações de notícias dedicadas a esta forma única de jornalismo” (Stencel; Ryan; Luther, 2023). Considerando que o nosso objetivo passa por um estudo da realidade portuguesa, no próximo ponto analisamos em particular os projetos de *fact-checking* portugueses.

4. Os projetos de *fact-checking* em Portugal: ligados aos *media* desde a origem

Portugal já teve quatro projetos de *fact-checking*, embora dois deles resultem da junção de projetos já existentes, como explicaremos em seguida. A abordagem que seguimos é cronológica, apresentando os projetos pela ordem em que foram criados. Em 2015, o jornal *Observador*, um nativo digital, criou a primeira seção dedicada à verificação de fatos¹. Através de um sistema de classificação composto por cinco etiquetas (Certo; Praticamente Certo; Esticado; Inconclusivo; Enganador; Errado), os profissionais analisam diferentes tipos de conteúdos, desde declarações de representantes políticos a conteúdos compartilhados nas redes sociais. O projeto é signatário da International Fact-Checking Network (IFCN), do Poynter Institute². Na avaliação que é feita ao projeto, é destacado que “a sessão *Fact Check* do website de notícias *Observador* publica preponderantemente checagens de conteúdos compartilhados nas redes sociais”, para além de ser realçado que “as reportagens acessadas nesta avaliação são

¹ Link para a seção de *fact-checking* do jornal *Observador*: <https://observador.pt/seccao/observador/fact-check/> Acesso em: 15 ago. 2022

²Mais informações sobre a *International Fact-Checking Network* e os princípios que os projetos que a integram devem respeitar estão disponíveis em: <https://www.ifcncodeofprinciples.poynter.org/know-more> Acesso em: 15 ago. 2022

convincentes e procuram trazer informações para que os leitores possam entender os contextos dos fatos” (IFCN, 2022).

O segundo projeto de *fact-checking* criado em Portugal também está ligado a um meio de comunicação, nesse caso o jornal diário *Público*. Criada em 2016, a seção “Prova dos Fatos” apresenta-se como um espaço para a verificação “numa era de ruído e desinformação” e destaca a missão dos profissionais: “escrutinamos o que dizem os protagonistas do espaço público e confirmamos o que corre sem filtro nas redes sociais”. As avaliações são feitas através de uma escala com cinco pontos (Verdadeiro; Parcialmente Verdadeiro; Inconclusivo; Parcialmente Falso; Falso). O projeto também integra a IFCN, sendo destacado que “as checagens publicadas pela Prova dos Fatos seguem uma metodologia clara e transparente”. Os avaliadores realçam que “os relatórios mantêm uma estrutura rígida, que privilegia o contexto, de modo que fiquem claros os interesse envolvidos nas narrativas” (IFCN, 2022).

Já em 2018, surge o primeiro projeto independente de *fact-checking* em Portugal, o *Polígrafo*. No seu website, pode ler-se que se trata de “um projeto jornalístico online que tem como principal objetivo apurar a verdade — e não a mentira — no espaço público”. Fundado pelo jornalista Fernando Esteves, o projeto assumiu-se como o primeiro jornal digital dedicado inteiramente à confirmação de fatos em Portugal. Na página do projeto, encontramos informação sobre o que é verificado, sendo realçado que os profissionais “acompanham um conjunto alargado de personalidades cujas intervenções têm relevância pública”. Os responsáveis do *Polígrafo* salientam que são avaliadas declarações “[...] de políticos, de comentadores, de “influenciadores”, de artistas e até de agentes do meio desportivo. O critério é sempre o que resulta do cruzamento da projeção das suas palavras e do interesse público que elas representam”. Importa ainda destacar que o projeto afirma que “não avalia jornais ou jornalistas — analisa os protagonistas das notícias, o que é bem diferente”. Este projeto também integra o programa de verificação de conteúdos do *Facebook*, para além de ser signatário da IFCN. Na avaliação que é feita no âmbito desta rede, pode ler-se que o *Polígrafo* “aplica fielmente o código de princípios da IFCN e, portanto, cumpre todas as exigências para ser dele signatário”. As avaliações são feitas considerando um sistema de avaliação de sete pontos (Verdadeiro; Verdadeiro, mas...; Impreciso; Descontextualizado; Manipulado; Falso; Pimenta na Língua).

Este projeto, que surgiu de forma independente e foi fundado por um jornalista, estabeleceu, em 2019, uma parceria com o canal de televisão privado Sociedade Independente de Televisão (SIC), dando origem a um espaço semanal no canal intitulado “Polígrafo SIC”. Aplicando os mesmos critérios, mas sendo apresentado por profissionais da estação televisiva, o projeto que nasceu independente associou-se assim a um órgão de comunicação já estabelecido, tornando-se o terceiro projeto que no país se encontra ligado aos *media*.

Por fim, foi também em 2020 que o *Observador* juntou-se ao segundo canal de televisão privado, a Televisão Independente (TVI), na criação de uma rubrica diária, a “Hora da Verdade”, a ser emitida no noticiário da noite. Pensado para ser um “espaço dedicado à verificação de fatos nos temas com maior impacto mediático e assenta na investigação feita pelos jornalistas do *Observador*”³, constitui-se como mais um projeto de *fact-checking* afiliado a projetos jornalísticos. No entanto, no caso da rubrica “Hora da Verdade”, não existem novos conteúdos publicados desde 2021, o que nos leva a considerar que o projeto foi descontinuado. Com esta apresentação cronológica dos principais projetos de *fact-checking* portugueses, percebemos como todos se encontram diretamente ligados a órgãos de comunicação.

Num estudo apresentado em 2021, na Pós-Conferência da European Communication Research and Education Association (ECREA) subordinada ao tema “*Disinformation Studies: Perspectives to An Emerging Research Field*”, realizada on-line, Morais (2021) alertou para o fato de a verificação de fatos estar intimamente ligada às notícias de última hora, nomeadamente aquelas que eram compartilhadas nas redes sociais. Por outro lado, a apresentação indagava sobre o que motivava os projetos a avaliar determinados conteúdos nas redes sociais, ou seja, qual o critério subjacente às escolhas dos verificadores? Num outro estudo (Almeida-Santos *et al.*, 2023), que se concentrou na análise de 205 *fact-checks* sobre vacinas, publicados pelo projeto *Polígrafo* na sua página do *Facebook*, as autoras também concluíram que “o *fact-check* externo tem como principal objetivo verificar informação que circula nas redes sociais online (quase 80% dos *fact-checks* do corpus foram suscitados por informações a circular nas redes)” (Almeida-Santos *et al.*, 2023, p. 269). O mesmo estudo alerta para o fato de “a verificação dos

³ Mais informações sobre a parceria entre o *Observador* e a TVI disponíveis em: <https://observador.pt/2020/09/13/observador-e-tvi-lancam-nova-parceria-de-fact-checks/> Acesso em: 15 ago. 2022

colocar a sua credibilidade em risco, quer ao associarem-se a meios de comunicação já existentes, quer nas análises que fazem do trabalho realizado por estes, ainda que apenas alguns sejam alvo dessa análise.

Essas questões estão, aliás, em linha com os resultados de alguns estudos recentes que apontam precisamente para o fato de que “as pessoas reconhecem a importância da verificação de fatos, mas, por outro lado, têm dúvidas sobre a imparcialidade e o rigor de como os *fact-checkers* trabalham” (Baptista *et al.*, 2023, p. 20). No estudo, que contou com respostas de 618 consumidores de informação em Portugal, os investigadores concluíram que existe ainda desconhecimento e desconfiança em relação ao papel do *fact-checking*.

Considerações finais

Iniciamos este trabalho com o objetivo de promover uma reflexão sobre a credibilidade do jornalismo e o papel das organizações de verificação de fatos, tendo por base a hipótese de que esses projetos, embora muito relevantes na verificação de uma grande variedade de conteúdos, que na sua maioria circulam nas redes sociais, podem estar a contribuir, na verdade, para uma descredibilização do jornalismo.

Na análise que realizamos da história do jornalismo identificamos as principais transformações que contribuíram para o estado em que a prática jornalística se encontra e que muitos consideram como sendo a de uma profunda crise. Os problemas na afirmação profissional, o desinvestimento nas redações, o esbater das fronteiras entre consumidores e produtores contribuíram para o momento que o jornalismo enfrenta. Uma situação que se agravou com as novas tecnologias de comunicação e informação e, em particular, com a Internet, que alterou o modelo tradicional de negócio e colocou os gestores dos *media* perante um novo desafio: o da rentabilidade financeira. O jornalismo, que durante anos teve como principal função dotar as pessoas da informação que precisavam para tomar decisões, passou a estar, sobretudo, preocupado com a publicação rápida e o retorno através de *likes*, comentários e compartilhamentos. Este cenário, que ameaçava o jornalismo que conhecemos durante anos,

vODE2My5wZGYiO3M6NjoidGl0dWxvIjtzOjM0OjklZWxpYmVyYWNhby1lcmMyMDIxMTUxLWNvbnRqb3ItbmV0Ijt9/deliberacao-erc2021151-contjor-net. Acesso em: 15 ago. 2022

agravou-se com o aparecimento do fenômeno das notícias falsas e a permeabilidade das audiências a este tipo de conteúdos. Neste momento de ameaça, a resposta do jornalismo não se fez internamente, nas redações, mas sobretudo através de projetos de *fact-checking*, ainda que muitos deles associados aos órgãos de comunicação. Como tivemos a oportunidade de demonstrar, a maioria dos projetos atualmente em funcionamento estão afiliados a meios de comunicação, o que nos leva a questionar as escolhas realizadas e, sobretudo, se este é o caminho para recuperar a credibilidade jornalística, considerando a desconfiança que existe em relação às verificações realizadas (Baptista *et al.*, 2023). Embora, cada vez mais, os autores considerem o *fact-checking* como um gênero jornalístico, “um novo ‘gênero líquido’, que emerge no campo jornalístico, mas não se restringe a ele, sendo apropriado por campos socioprofissionais diversos” (Almeida-Santos *et al.*, 2023, p. 264), acreditamos que são vários os desafios que se colocam à sua afirmação, sobretudo perante as desconfianças manifestadas por parte do público. Sendo verdade que “o *fact-checking* no século XXI é multidimensional”, na medida em que tanto “designa a verificação de fatos enquanto prática profissional originária que visa sobretudo as fontes”, como diz respeito “à integração de equipas de *fact-checkers* (que incluem especialistas em diversas áreas) nas redações que verificam o trabalho dos jornalistas” (Almeida-Santos *et al.*, 2023, p. 264), aquilo a que temos assistido com maior frequência é uma externalização desse processo básico do jornalismo. Ainda que seja uma prática relevante, devido à “informação potencialmente falsa cuja disseminação é amplificada pelas redes sociais online” (Almeida-Santos *et al.*, 2023, p. 264), não podemos ignorar o que isso pode representar para a credibilidade jornalística.

Não pretendemos argumentar contra a necessidade de projetos de *fact-checking*, mas acima de tudo questionar a natureza dos projetos, o ceticismo dos públicos em relação às verificações e ainda a externalização de um processo que pode estar a contribuir para uma “terceirização da credibilidade jornalística” (Palacios, 2019). Mais do que respostas, entendemos que é necessário pensar no investimento que tem sido feito na checagem após a publicação e no desinvestimento na verificação enquanto processo integrante da prática jornalística. Acreditamos que ambas as práticas são necessárias, numa época de superabundância da informação e de crescimento dos conteúdos produzidos por aqueles que antes eram apenas

consumidores. No entanto, se não refletirmos sobre o efetivo impacto do *fact-checking*, acreditamos que é toda a verificação que pode estar em causa.

Referências bibliográficas

ALMEIDA-SANTOS, Clara; PEIXINHO, Ana Teresa; LOPES, Felisbela; ARAÚJO, Rita. Fact-checks: la liquidez de un género. Un estudio de caso portugués en un contexto pandémico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 29, n. 2, p. 259–272, 2023.

BAKIR, Vian; MCSTAY, Andrew. Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 1–22, 2017.

BAPTISTA, João Pedro; GRADIM, Anabela; LOUREIRO, Marlene; RIBEIRO, Fábio. Fact-checking: uma prática recente em Portugal? Análise da percepção da audiência. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, v. 16, n. 1, p. 1–28, 2023.

BATISTA, Carla. Digitalização, desinformação e notícias falsas - Uma perspectiva histórica. In: FIGUEIRA, João; SANTOS, Sílvio (Org.). *As Fake News e a nova ordem (des)informativa na Era da Pós-Verdade: manipulação, polarização, filter bubbles*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019, p. 47–62.

BELDA, Francisco Rolfsen; SANTOS, Gabriella Soares dos. A concepção e a percepção da credibilidade no jornalismo. *Anagrama*, v. 11, n. 1, p. 1–16, 2017.

BERGER, Guy. Prefácio. In: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Eds.). *Jornalismo, Fake News & Desinformação*. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2019, p. 7-14.

CAMPONEZ, Carlos. Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidificação da profissão: fundamentos normativos, valores, formação. *Media & Jornalismo*, v. 18, n. 32, p. 19–30, 2018.

CASTELLS, Manuel. Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication*, v. 1, p. 238–266, 2007.

CORREIA, João Carlos; AMARAL, Inês. A deriva da desinformação: uma ameaça à identidade jornalística. In: CORREIA, João Carlos; Inês Amaral (Orgs.). *De Que falamos Quando Dizemos "Jornalismo"?* Temas Emergentes de Pesquisa. Covilhã: LabCom Books. 2021, pp. 53–78.

CORREIA, João Carlos. *Algumas Reflexões sobre a Importância da Formação Universitária dos Jornalistas*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), 1998. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-formacao-universitaria-jornalistas.pdf>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

ERC. *Desinformação - Contexto Europeu e Nacional*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2019. Disponível em: <<http://www.erc.pt/pt/estudos-e-publicacoes/media-imprensa-radio-tv/estudo-a-desinformacao-contexto-europeu-enacional>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

FIDALGO, Joaquim. Disputas nas fronteiras do jornalismo. In: MATOS, José Nuno; BAPTISTA, Carla; SUBTIL, Filipa (Org.). *A Crise do Jornalismo em Portugal*. Le Monde Diplomatique Edição Portuguesa. Lisboa: Deriva Editores, 2017, p. 103-114.

FIDALGO, Joaquim. *O jornalista em Construção*. Porto: Porto Editora, 2008.

GRADIM, Anabela. O jornalista multimédia do século XXI. In: FIDALGO, António; SERRA, Paulo (Orgs.). *Informação e Comunicação Online, Vol. I, Jornalismo Online*. Covilhã: Livros Labcom, 2003, pp. 117-134.

GRAVES, Lucas. *Deciding what's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news*. Doctoral Dissertation (Doutorado em Filosofia). 2013. Columbia University. Disponível em: <<https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8XG9Z7C>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

GRAVES, Lucas. *Deciding what's true: the rise of political fact-checking in american journalism*. New York: Columbia University Press, 2016.

GRAVES, Lucas; CHERUBINI, Federica. The Rise of Fact-Checking Sites in Europe. Digital News Project Report. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford: University of Oxford, 2016. Disponível em: <<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

GUESS, Andrew; NYHAN, Brendan; REIFLER, Janson. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. *European Research Council*, 2018. Disponível em: <<https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.dartmouth.edu/dist/5/2293/files/2021/03/fake-news-2016.pdf>> 2018>. Acesso em: 30 jul. 2022.

HOFSETH, Anders. Fake News, Propaganda, and Influence Operations – a guide to journalism in a new, and more chaotic media environment. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. Oxford: University of Oxford, 2017.

IANNUCCI, Rebecca; ADAIR, Bill. Heroes or hacks: The partisan divide over fact-checking. *Duke Reporters' Lab Sanford School of Public Policy*, 2017. Disponível em: <https://reporterslab.org/heroes-hacks-partisan-divide-fact-checking/> Acesso em: 30 jul. 2022.

IFCN - International Fact-Checking Network. *Verified signatories of the IFCN code of principles*. Poynter Institute, 2022. Disponível em: <<https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>>. Acesso em: 04 jan. 2023.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. *Jornalismo, Fake News & Desinformação*. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2019. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000368647>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *The Elements of Journalism*. Revised and Updated Third Edition. What Newspeople Should Know and the Public Should Expect. New York: Three Rivers Press, 2014.

LAZER, David, *et al.* The science of fake news. *Science*, v. 359, n. 6380, p. 1094–1096, 2018.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v. 14, n.1, p. 51–62. 2017.

MANTZARLIS, Alexios. Verificação dos Fatos. In: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Eds.). *Jornalismo, Fake News & Desinformação*. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2018, p. 87–102.

MORAIS, R. Fact-checking organizations against disinformation: an analysis of Portuguese initiatives. In: *ECREA 2021*. Post Conference “Disinformation Studies: Perspectives to An Emerging Research Field”, set. 2021.

NEVEU, Erik. As notícias sem jornalistas: uma ameaça real ou uma história de terror? *Brazilian Journalism Research*, v. 6, n. 1, p. 29–57, 2010.

PALACIOS, Marco. Fake news e a emergência das agências de checagem: terceirização da credibilidade jornalística? In: MARTINS, Moisés de Lemos; MACEDO, Isabel (Eds.). *Políticas da língua, da comunicação e da cultura no espaço lusófono*. V. N. Famalicão: Húmus, 2019, p. 77–90.

PAVLÍK, John. The Impact of Technology on Journalism. *Journalism Studies*, v. 1, n. 2, p. 229–237, 2000.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. *Intexto*, Porto Alegre, n. 24, p. 38–57, 2011. Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/19208>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

QUINTANILHA, Tiago Lima; SILVA, Marisa Torres; LAPA, Tiago. Fake news and its impact on trust in the news. Using the Portuguese case to establish lines of differentiation. *Communication & Society*, v. 32, n. 3, p. 17-33, 2019.

SEIBT, Taís. *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*. Tese (Doutorado em Comunicação), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2019. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/193359>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

SERRA, Paulo. *O princípio da credibilidade na seleção da informação mediática*. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC), 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

STENCEL, Mark; RYAN, Erica; LUTHER, Joel. Misinformation spreads, but fact-checking has leveled off. In: *10th annual fact-checking census from the Reporters' Lab tracks an ongoing slowdown*. Disponível em: <<https://reporterslab.org/misinformation-spreads-but-fact-checking-has-leveled-off/>>. Acesso em: 01 ago. 2023.

STENCEL, Mark; RYAN, Erica; LUTHER, Joel. Fact-checkers extend their global reach with 391 outlets, but growth has slowed. In: *The Reporters' Lab*. Disponível em: <<https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed/>>. Acesso em: 30 jul. 2022.

TANDOC, Edson C.; LIM, Zheng Wei; LING, Richard. Defining Fake News: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, v. 6, n. 2, p. 137–153, 2017.

VÁZQUEZ-HERRERO, J.; NEGREIRA-REY, M.-C.; SILVA-RODRÍGUEZ, A.; RODRÍGUEZ-VÁZQUEZ, A.-I. Los medios bajo el prisma de la audiencia española: cuestión de confianza. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, v. 28, n. 2, p. 447–459, maio 2022.

WALTZ, Igor. O “Jornalista Sentado” e Condições de Produção: considerações sobre práticas profissionais na comunicação em rede. *Leituras do Jornalismo*, v. 2, n. 4, p. 116-133, 2015.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. Reflexão sobre a “Desordem da Informação”: formatos da informação incorreta, desinformação e má-informação. In: IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (Eds.). *Jornalismo, Fake News & Desinformação. Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo*. Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo. Paris: Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), 2019, p. 46-58.

Ricardo Morais – Faculdade de Letras da Universidade do Porto – FLUP

Professor Auxiliar na Faculdade de Letras da Universidade do Porto. Investigador do CITCEM – Centro de Investigação Transdisciplinar Cultura, Espaço e Memória da Faculdade de Letras da Universidade do Porto e do LabCom – Comunicação e Artes, da Universidade da Beira Interior. Membro do projeto “MediaTrust.Lab – Laboratory of Regional Media for Civic Trust and Literacy” financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia.

E-mail: rjmorais@letras.up.pt
ricardo.morais@labcom.ubi.pt

Tâmela Grafolin – Universidade da Beira Interior – UBI

Doutoranda em Ciências da Comunicação e Mestre em Jornalismo pela Universidade da Beira Interior (UBI – Portugal), investigadora associada LabCom.CA – UBI e bolsista de doutoramento pela Fundação para Ciência e Tecnologia de Portugal (FCT).

E-mail: tamela.grafolin@ubi.pt