FACT-CHECKING COMO POSSÍVEL FERRAMENTA QUALIFICADORA DO DEBATE PÚBLICO

Felipe Valentim 1, André Barsch Ziegmann 2
1. Estudante do curso de MBA em Ciência Política: Relação Institucional e Governamental do Centro Universitário Internacional UNINTER
2. Professor da UNINTER – Orientador

Grupo de trabalho: ESTUDOS POLÍTICOS

RESUMO

Neste cenário de proliferação de notícias falsas na rede, e de seus efeitos nocivos ao debate público e à democracia, este trabalho, à vista disso, buscou analisar como a modalidade jornalística *fact-checking* pode contribuir para a qualificação do debate público, ou seja, colaborando com à população, como uma possível ferramenta jornalística contra a disseminação de noticias falsas ou assistindo à população consumidora dessa modalidade jornalística na tomada de decisão frente ao voto. Para realizar o presente trabalho, adotou-se a pesquisa exploratória, com a finalidade de buscar maior familiaridade com o tema proposto. A abordagem utilizada foi qualitativa e quantitativa, reunindo fontes documentais, periódicos especializados, artigos, livros, *sites* e dados quantitativos. Inicialmente, foram feitas a revisão bibliográfica com leitura sistemática e fichamento de cada obra, objetivando ressaltar os pontos pertinentes ao assunto em estudo. As fontes de estudo, assim como os dados estatísticos, foram utilizadas para analisar e descrever a importância do tema proposto. O trabalho demonstrou que a modalidade jornalística *fact-checking*, por fornecer informações lastreadas em dados factuais, pode proteger os leitores de alegações enganosas, ajudando-os, até mesmo, a mudar de opinião frente ao voto, assim como, dificultar que figuras públicas distorçam a verdade (GRAVES, 2013). Para isso, é imprescindível analisar somente o objeto factual de uma informação, ou seja, aquilo que pode ser comprovado com dados públicos confiáveis e atuais. A pesquisa demonstrou, também, que em alguns casos, o *fact-checking* pode ser contraproducente pois, mesmo que uma informação publicada por essa modalidade jornalística esteja amparada a fatos fidedignos, as concepções individuais dos leitores interferem na aceitação ou rejeição da informação retificada, devido às opiniões preestabelecidas (THORSON, 2015). Ou seja, Indivíduos buscam e interagem com as informações que reforçam suas convicções particulares. O estudo abordou, também, questões referentes as agências de *fact-checking* no Brasil, como as metodologias e etapas de apuração de uma notícia falsa, assim como seu modelo de financiamento. Também abordou o que são *fake news*, demonstrando os principais motivos para a produção de notícias falsas nas mídias sócias, pois, de acordo com Allcott e Gentzkow (2017, p. 215), existem dois motivos principais para a produção de notícias falsas. O primeiro é financeiro, pois, quando uma notícia falsa viraliza nas mídias sócias, é possível gerar receita publicitária com os usuários que visitam o site disseminador da notícia falsa. O segundo motivo para produção de noticia falsa é ideológico, ou seja, notícias

falsas são produzidas e utilizadas com o intuito de promover determinado partido político ou candidato nas eleições. Só no primeiro semestre de 2018, estima-se que 8.8 milhões de brasileiros tenham sido vítimas de notícias falsas e que 95% das notícias falsas foram enviadas através do WhatsApp, segundo relatório produzido pelo dfndr lab. Em pesquisa realizada pelo instituto Ipsos em vinte e sete países em 2018, apontou que 62% dos participantes brasileiros entrevistados já acreditaram em uma notícia, que na verdade, era falsa. De acordo com a pesquisa, o Brasil é o país mais propenso a acreditar em informação falsa. Em tempos onde as notícias falsas tornaram-se um aparato disruptivo na rede, influenciando a opinião pública e manipulando eleições livres, a modalidade jornalística *fact-checking* serve à população como um a antítese à *fake news*, desmistificando notícias falsas e fornecendo ao público, campanha educativas com o intuito de ensinar a identificar notícias falsas na rede, assim como denuncia-las. Também demonstrou suas limitações, ao apontar que o *fact-cheching* pode ser contraproducente em ambientes polarizados, devido à convicção particular dos leitores sobre determinado assunto desmistificado.

Palavras-Chave: *Fake news*; Democracia; Mídias sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

GRAVES, Lucas. **Deciding What´s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News.** 2013. 312 f. Tese (Doutorado em Filosofia). School of Arts and Science. Universidade Columbia.

IPSOS. **Fake news, filter bubbles, post-truth and trust: a study across 27 countries**. Disponível em: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-08/fake_news-report.pdf>. Acesso em: 05 nov. 2018.

PSAFE. **8,8 milhões de brasileiros foram impactados por notícias falsas no primeiro trimestre de 2018, estima dfndr lab**. Disponível em: <https://www.psafe.com/dfndr-lab/pt-br/brasileiros-noticias-falsas-2018/>. Acesso em: 27 out. 2018.

THORSON, Emily. Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. **Political Communication**, Boston, v. 33, n. 3, p. 460-480, nov. 2015.