

O jornalismo em transformação¹

Journalism in transformation

DOI:10.34117/bjdv9n1-003

Recebimento dos originais: 05/12/2022

Aceitação para publicação: 02/01/2023

Thalita Albano Duarte Moura

Mestranda do Curso de Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI)
Instituição: Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - Universidade Federal do Piauí (NUJOC – UFPI)
Endereço: Ininga, Teresina - PI, CEP: 64049-550
E-mail: thalita.albano@hotmail.com

Lívia Maria da Silva Costa

Mestranda do Curso de Comunicação pela Universidade Federal do Piauí (UFPI)
Instituição: Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - Universidade Federal do Piauí (NUJOC – UFPI)
Endereço: Ininga, Teresina - PI, CEP: 64049-550
E-mail: liviacosta6@gmail.com

Karolene Veras da Silva

Graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal do Piauí (UFPI)
Instituição: Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - Universidade Federal do Piauí (NUJOC – UFPI)
Endereço: Ininga, Teresina - PI, CEP: 64049-550
E-mail: karoleneveras@gmail.com

Ana Regina Rêgo

Doutora em Processos Comunicacionais
Instituição: Departamento de Ciências Sociais - Núcleo de Pesquisa em Jornalismo e Comunicação - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Piauí (NUJOC – PPGCOM – UFPI)
Endereço: Ininga, Teresina - PI, CEP: 64049-550
E-mail: anareginaRêgo@gmail.com

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo, refletir sobre as transformações que ocorreram na instituição jornalística ao longo dos anos e que resultaram no desvelamento de suas práticas, destacando o processo de reconfiguração vivenciado pelo jornalismo nos dias atuais, onde novas habilidades são necessárias para lidar com o avanço da internet e, conseqüentemente, das redes sociais. Nesse cenário digital, o jornalismo se depara com a desinformação que se alastra pelo mundo a passos largos e coloca em xeque sua credibilidade. Como alternativa, o *fact checking* que, através do trabalho de verificação dos fatos, auxilia o jornalismo no combate à desinformação. Este texto se estrutura em

¹ Artigo apresentado em primeira versão no Intercom 2022 na UFPB.

uma abordagem qualitativa exploratória sobre o tema em questão e apresenta reflexões acerca das reconfigurações das práticas jornalísticas.

Palavras-chave: transformações, instituição jornalística, práticas, desinformação, fact checking.

ABSTRACT

This article aims to reflect on the transformations that have occurred in the journalistic institution over the years and that have resulted in the unveiling of its practices, highlighting the reconfiguration process experienced by journalism in the present day, where new skills are needed to deal with the advance of the internet and, consequently, social networks. In this digital scenario, journalism is faced with the disinformation that is spreading throughout the world in large steps and is placing in check its credibility. Alternatively, fact checking which, through fact checking, assists journalism in combating disinformation. This text is structured in an exploratory qualitative approach to the topic in question and presents reflections on the reconfigurations of journalistic practices.

Keywords: transformations, journalistic institution, practices, disinformation, fact checking.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos tempos, o jornalismo tem passado por sucessivas transformações que não apenas revolucionaram as sociedades, como mudaram a forma de fazer e consumir a informação. Sem dúvidas, a internet foi um marco para a história da campo, trazendo velocidade e instantaneidade na hora de levar a notícia às pessoas, fazendo com que redações jornalísticas e profissionais aprendessem e se adaptassem às práticas e às potencialidades que a web oferece.

Nesse cenário digital, o jornalismo não apenas se transformou, como entrou em suspeição à medida que teve sua credibilidade colocada em xeque e seu lugar de referência na sociedade questionados, tendo em vista tanto um desvelar de práticas perniciosas do próprio campo, como a propagação frenética e desenfreada de desinformação. Por outro lado, há que se considerar o fato de que as redes sociais digitais permitiram que as pessoas passassem a produzir conteúdo, disputando atenção dos usuários nas plataformas.

Como estratégia mercadológica para reaver o contrato de credibilidade com os públicos da informação jornalística e em meio aos problemas gerados pela desinformação, surge o *fact checking* e as agências de checagem. A fachada principal desse braço do campo jornalístico pauta-se na transparência dos processos e práticas do jornalismo.

Nesse contexto, nasce a inquietação que nos move no presente trabalho, a saber: _ como as transformações jornalísticas ao longo do tempo contribuíram para o processo de desvelamento de suas práticas na contemporaneidade e, conseqüentemente, contribuíram também com a ascensão do processo de *fact checking* por meio das agências de checagem?

Este artigo se estrutura em uma abordagem qualitativa exploratória, tendo como metodologia uma revisão de literatura sobre o tema em questão, apresentando reflexões acerca das reconfigurações das práticas jornalísticas, bem como sobre a desinformação e o *fact checking*.

2 JORNALISMO: PROCESSOS E TRANSFORMAÇÕES NAS PRÁTICAS

O jornalismo ao longo dos últimos séculos tem passado por diversas transformações e como instituição detém um papel social específico. O jornalismo conquistou historicamente uma legitimidade social para produzir para diferentes públicos uma “reconstrução narrativa do mundo”, tendo como base o sentido de fidelidade entre o relato jornalístico e o cotidiano (FRANCISCATO, 2005, p.167).

No século XIX, a expansão do jornalismo se iniciou acompanhada pelo avanço da imprensa e ganhou destaque por dar visibilidade aos acontecimentos (BENEDETTI, 2009). Habermas (1984) em seu livro *Mudança estrutural da esfera pública* trouxe a imprensa para o debate, destacando o processo inicial de mutação do campo, quando a notícia se transformou em mercadoria e o espaço público anterior, foi assim invadido pelos interesses privados.

No final do século XIX, a instituição jornalística, diante do desenvolvimento tecnológico das comunicações de massa, passou a utilizar o rádio, e ainda na primeira metade do século XX, a televisão, e desde então a imprensa conquistou maior espaço. A partir do século XXI, o jornalismo emerge em uma nova era: a do conhecimento e da informação que exige diversas mudanças e adaptações estruturais nas atividades que desempenha (TRAQUINA, 2005).

As mudanças no campo, advindas com as mudanças da modernidade incluem novos formatos de produção da notícia. Para o filósofo hermeneuta italiano Gianni Vattimo, a modernidade pode ser caracterizada por ser dominada pela história do pensamento como uma iluminação progressiva. O autor ainda destaca que a modernidade é caracterizada como uma “época da história”, em contraponto a mentalidade antiga, tomada por uma “visão naturalista e cíclica do curso do mundo” (VATTIMO, 1996, p.08).

O autor destaca que o rádio, a televisão e os jornais se tornaram grandes propagadores de visões de mundo por meio dos esforços dos monopólios e das grandes centrais capitalistas. Nesse sentido, a lógica do mercado da informação impõe uma contínua auto dilatação e requer que tudo seja objeto de comunicação. A multiplicação vertiginosa da comunicação, a tomada da palavra cada vez mais crescente de subculturas é o efeito mais evidente do *mass media*, determinante para a passagem da sociedade à pós-modernidade (VATTIMO, 1996).

Para Nietzsche e Heidegger, como aponta Vattimo (1996), o pós-modernismo perpassa as ideias de progresso e superação. Os dois filósofos pensaram o prefixo “pós” como uma alternativa em relação à herança do pensamento europeu iluminista que já era então criticada, sem propor uma superação. Para Vattimo, o *pós* de pós-moderno se refere a “uma despedida da modernidade”, conforme se quer evitar as lógicas de desenvolvimento, principalmente a ideia de “superação”.

De acordo com Vattimo (1996) estamos inseridos na “história contemporânea”, que é o período em que “tudo tende a nivelar-se no plano da contemporaneidade e da simultaneidade”, diante da expansão e do uso dos novos meios de comunicação, o que levaria a produzir uma “des-historização da experiência” (VATTIMO, 1996, p.16).

Nesse sentido, para o autor a sociedade pós-moderna é pensada também como sociedade transparente. Na lógica de Batista (2020), esse modelo de sociedade corresponde aquele que trabalha com a propagação dos discursos e informações com a “influência violenta de uma noção de verdade metafísica constituída”, que seria uma herança da cultura ocidental, utilizada por instituições, práticas, valores, historicamente consolidados, ocupando um lugar de referência seguras e atemporais.

Assim, os primeiros passos do jornalismo contemporâneo ocorreram na segunda metade no século XIX. Já no século XX, argumenta Hartog, o presentismo superou o futurismo (HARTOG *apud* RÊGO, 2018, p.153) sobretudo, com a sociedade e os meios de comunicação de massa. Rêgo (2018) aponta que o século XX iniciou futurista e terminou na visão de Hartog, presentista, sendo o presente o modelador da modernidade. O jornalismo também refletia o paradigma do regime de historicidade da modernidade, em que o presentismo se consolidou, ou seja, o presente se tornou horizonte.

A relação do jornalismo com o tempo determina, em essência, a atividade jornalística, não somente em relação as questões da narrativa, mas também tangencia os múltiplos tempos do compartilhar de uma história. A ideia de uma prática jornalística, portanto, depende das articulações temporais que realiza (RÊGO, 2018).

Para Rêgo (2018) o jornalismo trata os discursos e narrativas a partir do presente mesmo que silencie o presente em prol de um futuro que já se instalou; busca a proximidade temporal com o público, antecipando o futuro, estreitando os laços que credibiliza as ações narradas, fazendo com que tais ações ocorram no presente.

Durante os últimos séculos houve diversas rupturas que também impactaram nas transformações da instituição jornalística. As rupturas configuram pontos que chamam atenção para uma narrativa historiográfica. Assim, o presente histórico carrega em si a potência de sua historicidade (RÊGO, 2019).

Desse modo, as rupturas propiciam o surgimento de crises, como enfatiza Rêgo (2018). Baseada no pensamento de Reinhart Koselleck, Rêgo destaca que a crise se revela na “perda do vínculo com o passado”, que conseqüentemente terá “distintos vínculos com o futuro”, ou seja, a não existência de laços com a experiência passada gera diferentes possibilidades de futuro.

Para Leal, Jácome e Manna (2013) a crise é percebida de modo positivo, quando se refere às transformações históricas que envolvem os fenômenos culturais, porém, é vista com preocupação e apelo à importância de determinadas características fundamentais do jornalismo. As crises também estão presentes no âmbito das instituições jornalísticas mencionadas por Rêgo (2019), para Leal (2018), elas não partem exclusivamente de uma dissociação com o passado, mas de uma ligação íntima com o *ethos* jornalístico construído na modernidade, e mantém uma relação com o mercado da informação e com a credibilidade que o jornalismo construiu para tornar suas narrativas vendáveis. De tal forma as práticas da instituição jornalística se autolegitimam como portadoras de uma verdade e que tiveram que se transformar em transparentes gerando conseqüências para o mercado e para o campo jornalístico.

Tal cenário tem resultado também nas crises da instituição que contribui para a suspeição do jornalismo colocando à prova a importância deste para uma sociedade pósmoderna. Essa por sua vez, não mais se enxerga como da informação, uma vez que o excesso provoca a ignorância e a disputa pela atenção. Para Rêgo (2019), a crise da instituição jornalística é conseqüência da visão que a sociedade adquire das práticas do campo, bem como o uso abusivo de práticas manipulatórias.

Nesse contexto, as transformações na instituição jornalística contribuíram para a necessidade de mudanças estruturais no campo. Além das mudanças estruturais, a instituição jornalística tem passado por um processo de suspeição, sendo colocado à prova

a sua importância diante de uma sociedade pós-moderna que não mais apresenta-se como da informação, como falado anteriormente.

Além disso, o público também passou a adotar novas maneiras de se informar. Com a expansão da internet transformaram-se os modos de comportamento do público consumidor de notícias que, além de utilizarem a televisão e os jornais para terem acesso às notícias, passaram a utilizar sites, blogs e redes sociais. (PINHEIRO; OSÓRIO, 2015). Deixaram de ser meros espectadores e se tornaram usuários, interagindo com os conteúdos, filtrando, reagindo e opinando. A dieta de mídia encontra-se desse modo, em constante transformação.

A sociedade mantinha a tradição dos veículos jornalísticos como fontes credíveis de informação. Na internet, por sua vez, a informação circula por diversos canais através de uma grande diversidade de mecanismos e de processos, sendo estes importantes para estabelecer uma concorrência com os modos tradicionais do fazer jornalismo (LEAL, 2020).

As novas maneiras de produzir e compartilhar informações, como ressalta Leal (2020), leva a duas questões principais que correspondem a democratização da produção e a credibilidade da informação. Desse modo, com os meios de produção mais acessíveis há um fluxo incontrolado de informações pouco confiáveis que levam o público a não mais acreditar plenamente nos veículos jornalísticos.

Além disso, o pensamento crítico pós-moderno tem sido utilizado indevidamente no campo político, pelos negacionistas; e por médicos em contraponto à ciência, o que aumenta ainda mais a descrença sobre as instituições promotoras e disseminadoras de conhecimento (ALBUQUERQUE, QUINAN, 2019 apud ARAÚJO, OLIVEIRA, 2020).

Desse modo, se justifica a importância de compreender os processos de transformação na instituição jornalística que resultaram no desvelamento de suas práticas e levaram ao surgimento do *fact-checking*.

3 JORNALISMO E DESINFORMAÇÃO: DESAFIOS PARA A PROFISSÃO

No final do século XX e início do século XXI, vimos alastrar-se rapidamente na atualidade, um fenômeno denominado desinformação que, cada vez mais tem ganhado espaço nas pautas jornalísticas e pesquisas acadêmicas, sobretudo, na área de comunicação, em virtude de sua propagação amplificada, proporcionada pelo largo acesso dos indivíduos as redes sociais virtuais.

A atenção e a análise dadas a esse fenômeno justificam-se por meio de suas causas e efeitos. Estes, por sua vez, têm se mostrado irreduzíveis, incontrolláveis, ameaçadores, levando a situações drásticas e muitas vezes, irreversíveis.

A desinformação não é um fenômeno novo ou exclusivo das sociedades contemporâneas. Há muito tempo ela já marcava as páginas dos jornais e do tempo, mas foi somente neste começo de século que ganhou uma atenção maior quanto ao seu papel na sociedade, sobretudo, quando colocou em xeque a credibilidade do jornalismo, instituição social considerada referência.

Em conceito formulado pela Comissão Europeia, “a desinformação é entendida como informação comprovadamente falsa ou enganadora que é criada, apresentada e divulgada para obter vantagens econômicas ou para enganar deliberadamente o público” (COMISSÃO EUROPEIA, 2018, s/n). Esta definição tem sido amplamente utilizada nos debates internacionais e define critérios claros que englobam aspectos sociais diversos, como o econômico e o político, não obstante a falta de consenso nessa temática (RODRIGUES; BONONE; MIELLI, 2020, p.31).

Para Rêgo (2021), a desinformação se apresenta como o outro lado da informação e por esta se faz passar. A autora pontua que a desinformação “é algo que se “vende” como informação, pois esta se faz necessária à atual vida em sociedade. E a desinformação, que usa uma máscara de informação, é aceita pelos aparatos de receptividade de informação na sociedade” (RÊGO, 2021, p.223).

Fallis (2015) destaca que a desinformação vem a ser um “engano intencional”, ou seja, uma informação imprecisa que pode sim enganar as pessoas. Como nem sempre quem a recebe é um leitor crítico, que se interessa por apurar aquilo que chegou até ele, ele acaba aceitando a desinformação como notícia credível, como destaca Fallis (2015) ao afirmar que a prática do compartilhamento da desinformação pode conter um grande perigo porque, a desinformação como uma informação pode levar o indivíduo que a recebeu a compartilhá-la, sem exercer uma criticidade sobre a narrativa. Segundo o autor, a comunicação informal do cotidiano – aquela a que estamos acostumados e praticamos diariamente – é a mais vulnerável ao compartilhamento de desinformação.

A desinformação encontra como terreno fértil e propício à sua divulgação, as redes sociais virtuais. Com dinâmicas próprias, essas redes conectam usuários de diferentes lugares do globo, portadores de opiniões semelhantes ou não, e os abastece com narrativas personalizadas que acabam por reforçar suas crenças e ideias preconcebidas. Kakutani (2018) destaca que a conexão entre usuários com opiniões semelhantes e a divulgação

dessas notícias personalizadas facilita a inserção dos mesmos em ambientes virtuais fechados, as bolhas, onde convivem, prioritariamente, com aqueles que pensam do mesmo modo, em ambientes cada vez mais fechados e sem comunicação com o exterior. Através dessas redes, a desinformação tem se difundido rápida e exponencialmente pela sociedade, em um processo acelerado pela velocidade frenética de compartilhamento de conteúdo.

As possibilidades de interação promovidas pelos dispositivos móveis conectados à Internet geraram grandes e importantes mudanças não apenas nas formas de se comunicar, como no jornalismo também. O que antes era barrado pelas porteiros do jornalismo com base no valor-notícia, na linha editorial e em outros critérios de noticiabilidade pré-estabelecidos pelos veículos de comunicação, hoje encontra na internet um espaço livre para discussão e divulgação, chegando até as pessoas em questão de segundos.

Nesse contexto, as redes sociais virtuais caracterizam-se por possibilitar relações, sociabilidades e afetividades entre os seres humanos, teoricamente, sem hierarquia, de forma horizontal, comportando duas características: flexibilidade – refere-se a fluidez e a efemeridade das relações ali construídas, que podem mudar de uma hora para outra e acarretar alterações no próprio tamanho dessas redes; e dinâmica própria entre seus usuários – refere-se aos fluxos comunicacionais estabelecidos nesses espaços, sua velocidade e o tamanho das mensagens compartilhadas (MARTINO, 2014).

No cenário de circulação de desinformação nas redes sociais virtuais, surge outro problema: a credibilidade do jornalismo. Melo (2018) destaca que “a crise de credibilidade perante o jornalismo é uma parte importante do problema das *fake News*”. Isso porque como dito anteriormente, a desinformação, com o intuito de se passar por notícias verdadeiras, imita o modus operandi do jornalismo, dificultando a diferenciação por parte dos leitores, sobretudo, os mais desatentos.

A credibilidade do jornalismo posta à prova faz com que a profissão e os profissionais vivam hoje um cenário complexo, especialmente no Brasil, em que o papel da comunicação tem sido de grande relevância para o sucesso de narrativas políticas conservadoras e, em alguns casos, devastadoras (RÊGO; BARBOSA, 2020, p.74).

O jornalismo como um lugar de fala credível e respeitável está sendo contestado, especialmente pela política que se apropria dos discursos sobre moral, tradição, religião e crenças, e os vende como quer; mas também pelo mercado da desinformação que produz todo tipo de conteúdo sem se preocupar com a fatorialidade ou a veracidade dos mesmos.

Dessa forma, os profissionais que trabalham com o factual precisam adotar novas posturas com o intuito de reforçar seus lugares de produção de narrativas credíveis, especialmente em uma sociedade baseada em crenças e valores pessoais.

Como maneira de se sobressair em meio aos problemas, e buscando combater a desinformação, surge, no cenário atual, muitas linhas de frente, das quais destacamos aqui: o jornalismo científico e as agências de checagem ou *fact checking*. No tocante ao jornalismo científico, um tipo de gênero jornalístico que atua em conformidade com os procedimentos rotineiros da profissão, isto é, o jornalismo científico também estabelece contatos com fontes plurais, formata os conteúdos noticiosos segundo as normas estabelecidas, além de fazer ainda, o trabalho das agências de checagem ao checar todo tipo de informação que chega para que, assim, ela possa ser divulgada com veracidade e segurança. No entanto, apesar de ser uma alternativa válida, não é comum encontrar por aí jornalistas preparados para desempenhar essa atividade, tendo em vista a deficiência de formação que as academias ainda apresentam no âmbito do jornalismo científico.

As agências de checagem, por sua vez, têm o objetivo de certificar se a informação apurada foi obtida por meios confiáveis ou não e, então, avaliar se é sustentável ou não. No Brasil, projetos de checagem ganharam destaque ainda em 2010 com a chegada de agências ao país. Hoje, essas agências realizam um trabalho significativo no tocante a desinformação, preocupando-se, sobretudo, com a transparência, como será melhor abordado na seção seguinte.

São novos métodos que constantemente são testados com o intuito de colocar novamente o jornalismo no lugar de fala respeitável que um dia ele ocupou. Contudo, Rêgo e Barbosa (2020) destacam que tais práticas não são suficientes para que estabeleçamos um novo pacto social em torno da importância da fatorialidade na sociedade contemporânea. Isso porque nossa sociedade já estabeleceu novos processos de construção de cadeias informativas e dietas de mídia que muitas vezes não passam sequer pelo jornalismo, mesmo como lugar de checagem (RÊGO; BARBOSA, 2020, p.81).

4 O FACT-CHECKING E A RECONFIGURAÇÃO DAS PRÁTICAS E PROCESSOS DO JORNALISMO NO COMBATE A DESINFORMAÇÃO:

As redes sociais na internet modificaram os processos e a rotina do jornalismo, além de alterar a qualidade do produto apresentado ao público. A partir dos novos limites e possibilidades do jornalismo contemporâneo, tornou-se necessário um caminho de inovação e redefinição dos produtos dos meios de comunicação (TEIXEIRA, 2015).

A partir da reconfiguração do jornalismo para se inserir no ambiente digital, e com a potência do fenômeno das *fake news*, o jornalismo encontrou no *fact-checking* uma das maneiras de tentar retomar a credibilidade com seus públicos, revelando seus processos e práticas de trabalho, de forma que o internauta tenha acesso aos métodos de desenvolvimento de suas checagens, além de possibilitar que cada leitor percorra o caminho da apuração dos fatos e tire suas próprias conclusões. Diniz (2018, p.35) complementa ao dizer que “essa prática se apresenta como um caminho para recuperar a credibilidade e fortalecer as coberturas jornalísticas sobre os temas de interesse público”

0. Vale pontuar, que tal caminho se constitui também uma estratégia mercadológica, tendo em vista o reposicionamento de mercado do jornalismo em agências de verificação e o reforço que tal desvelamento de condutas, possibilita para a imagem do campo.

Nesse sentido, as plataformas de *fact-checking* se apresentam como ferramentas importantes no combate à desinformação, pois possibilitam uma verificação minuciosa dos fatos ou das *fake news*, proporcionando de maneira transparente que as informações falsas sejam esclarecidas, bem como identificando qual o grau de veracidade dos conteúdos propagados tanto nas redes sociais como em outros espaços de comunicação. “O *factchecking* também pode ser considerado uma extensão do jornalismo profissional que, em tempos de controvérsia, auxilia a imprensa tradicional na delimitação do espaço de profusão de discursos verdadeiros” (MASSARANI *et al.*, 2021, p.32).

Ainda em conformidade com a autora, a prática jornalística e a apuração de informações são primordiais na construção do *fact-checking*, visto que a checagem é o diferencial do jornalismo, pois além de apurar, apresenta os procedimentos de como a informação foi verificada, transformando assim o produto final oferecido à sociedade. Desse modo, “a verificação de fatos não é tão diferente do jornalismo tradicional, mas tem uma perspectiva distinta, especificamente um foco implacável nas evidências. Quando você está checando os fatos, seu objetivo é descobrir todas as evidências” (Holan, 2014, online).

Apurar os fatos sempre fez parte do ofício jornalístico, e embora seja um fenômeno com estudos recentes, a prática do *fact-checking* pode ser observada desde 1991 em Washington – UEA, quando o jornalista da CNN Brooks Jackson, recebeu a missão de checar a veracidade das falas dos possíveis candidatos à presidência dos Estados Unidos, George Bush, do Partido Republicano; e o democrata Bill Clinton. Para isso, Jackson criou o “Ad Police”, considerada a primeira equipe jornalística especializada em

verificar propaganda eleitoral. A partir do sucesso com o trabalho de checagem realizado na CNN por Jackson, em 2003, o jornalista fundou o primeiro site independente de *fact-checking*, o **FactCheck.org**, em parceria com a Universidade da Pensilvânia e do Annenberg Public Policy Center. Seguindo os passos de Jackson, meses depois, o jornalista Bill Adair também resolveu lançar o “Tampa Bay Times”, página atrelada a seção de seu jornal, o **Politifact.com** (AGÊNCIA LUPA, 2022, *ONLINE*).

Nesse contexto, muitas iniciativas de *fact-checking* surgiram em todo o mundo, e para regulamentar as agências de checagem, em 2015 foi fundada a Rede Internacional de Verificação de Fatos (IFCN) pelo instituto Poynter, com o objetivo de reunir a comunidade de verificadores de fatos contra a desinformação. A IFCN já certificou mais de 100 agências em todo o mundo, atualmente tem 76 signatários ativos verificados, dentre eles 4 são plataformas brasileiras como a Lupa, Aos Fatos, Estadão Verifica e UOL Confere. Para receber o selo de verificação pelo IFCN, as agências precisam seguir o código de princípios e boas práticas de verificação, sendo eles: compromisso com o não-partidarismo e com a justiça; compromisso com a transparência das fontes; compromisso com a transparência do financiamento; compromisso com a transparência da metodologia; compromisso com correções abertas e honestas. Conforme o instituto Poynter a “equipe monitora tendências no campo de verificação de fatos para oferecer recursos aos verificadores de fatos, contribuir para o discurso público e fornecer novos projetos e iniciativas que promovam a responsabilidade no jornalismo” (INSTITUTO POYNTER, 2020, online).

Para tanto, cabe ressaltar que a instituição jornalística funciona como um modelo de negócio, pois como explica Palácios (2019,), “a informação jornalística, em uma sociedade capitalista, é uma mercadoria, ainda que de caráter simbólico, produzida sob uma variedade de modelos de negócios, mas diferenciando-se da maioria das outras mercadorias por um elemento essencial em sua constituição intrínseca: a credibilidade”.

Nesse sentido, o jornalismo se utiliza da credibilidade e de fatores psicológicos tanto para vender determinado produto, como para vender seus públicos enquanto *target* de produtos informacionais aos anunciantes, assim como também vendem os próprios anunciantes através dos comerciais ou propagandas. Em outra dimensão, mas na qual o jornalismo também se encontra, a sociedade se tornou um produto, da qual não participa de forma conscientemente desse processo, visto que diariamente ofertam seus conteúdos e dados voluntariamente para as plataformas que disputam nossa atenção para lucrar cada vez mais, (RÊGO, 2021).

Além disso, o jornalismo se forjou na conjuntura do regime de historicidade da modernidade, o presentismo, especialmente nos processos e práticas que objetivavam credibilizar a verdade com base nas evidências, para que o produto se tornasse credível e vendável, a partir da imparcialidade e da objetividade, como também por meio dos métodos e da cientificidade absorvida (RÊGO, 2021). A autora ainda destaca que “esse regime, que é calcado na evidência e que pressupunha um método, foi desvelado no ambiente do jornalismo e a sociedade percebeu que o jornalismo manipulava” (RÊGO, 2021, p.225).

A partir da percepção da sociedade que a produção noticiosa muitas vezes tem uma intencionalidade e que o conteúdo pode sofrer interferências conforme o financiamento do veículo de comunicação, a credibilidade jornalística foi colocada em suspeição. Segundo Gonçalves (2021) existem dois fatores que podem explicar a crise na credibilidade do campo jornalístico: primeiro, os aspectos internos como a falta de transparência e *accountability* (responsabilidade) dos veículos de comunicação, além da falta de órgãos de regulação de comunicação. E segundo, relacionado a fatores externos, especialmente ligado à disseminação de notícias falsas que age também para descredibilizar o jornalismo. Rêgo (2021) aponta que é preciso encontrar um meio termo entre o jornalismo da modernidade e a atual conjuntura jornalística, além de compreender de que maneira o regime de crenças, valores e experiências estão sendo privilegiados em detrimento da racionalidade.

A partir desse contexto, o *fact-checking* também se tornou um modelo de negócio jornalístico, e a principal diferença entre as agências de checagem e o jornalismo tradicional é a forma como deixam claro o seu financiamento. Enquanto a instituição jornalística não revela de forma direta sua forma de financiamento, o *fact-checking* precisa deixar de forma transparente seus modelos de negócios para que o público possa ter confiança de que em suas checagens não há interferências de terceiros.

Para Albuquerque (2021) a desinformação propaga conteúdos distorcidos ou falsos e nesse sentido as plataformas de *Fact-checking* atuam com intuito de combater ou minimizar os impactos desse fenômeno. No entanto, o combate a desinformação sobre a perspectiva da economia política possui uma gama de interesses, especialmente políticos e econômicos, visto que são patrocinados por diferentes agentes institucionais. O autor complementa ao dizer que “o fenômeno do fact-checking, assim como a rede de combate à desinformação que se estrutura em torno dele, tem sólidas raízes em modelos de gestão

da produção e difusão de conhecimento legitimado, que são associados ao projeto de globalização neoliberal”, (ALBULQUERQUE 2021, p.126).

Contudo, o *fact-checking* é uma das pontas de reconfiguração jornalística, especialmente por não possuir mais o monopólio da informação e da veracidade dos fatos, e o mercado da desinformação contribui para essa tensionalidade jornalística diante da sociedade. Em virtude desta realidade, existe a necessidade de reatar os contratos de leitura, os vínculos, a credibilidade e a confiabilidade do público. Nesta perspectiva, as agências de *fact-checking* se mostram uma alternativa para reestabelecer e fortalecer a credibilidade jornalística, como também para levar a sociedade a um ambiente mais seguro diante da desinformação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procuramos apresentar como as transformações que ocorreram na instituição jornalística ao longo dos séculos resultaram no processo de desvelamento de suas práticas na contemporaneidade e levaram ao surgimento do fenômeno *fact-checking*. Assim, o jornalismo enquanto instituição segue as transformações promovidas pela era do conhecimento e da informação, que se transformou em era da desinformação e da vigilância, o que exige diversas mudanças e adaptações estruturais.

Com a ascensão dos meios de comunicação, e o surgimento da internet, o mercado da informação cria a necessidade de que tudo seja abordado como objeto de comunicação. A multiplicação vertiginosa de informações, resultou em mudanças no desenvolvimento da atividade jornalística, uma vez que o jornalismo não era mais visto como um dos principais lugares de verdade. Tal cenário contribuiu para que o campo jornalístico entrasse em suspeição, diante da perda do papel de instituição credível.

Na contemporaneidade, os veículos de comunicação jornalísticos deixaram de ser os principais meios para se obter informações. Com a internet, o conteúdo passou a circular por vários canais (LEAL, 2020). Com o fluxo intenso de informações sendo disparadas a todo momento, o fenômeno da desinformação ganhou espaço no campo comunicacional, principalmente, nas redes sociais virtuais, que são ambientes de rápidos de propagação de informações. Tal cenário levou a suspeição do jornalismo e a descrença no seu papel de instituição credível. Assim, são colocadas à prova constantemente as informações divulgadas pelos veículos de comunicação.

Diante da necessidade de reforçar o papel da instituição jornalística de se apresentar como credível e verídica, surgem as agências de checagem ou *fact-checking*,

sendo uma importante ferramenta que auxilia o combate à desinformação, na medida em que a prática revela o caminho de apuração da informação, esclarecendo os fatos e identificando a veracidade do conteúdo. A prática proporciona ao leitor a experiência de verificação, para que o mesmo analise e reflita sobre suas conclusões acerca dos fatos. Por fim, diante das transformações sofridas pela instituição jornalística, há necessidade de constante readaptação de suas práticas.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA LUPA, (2021). **Mas de onde vem o fact-checking?** Disponível em: <<http://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/de-onde-vem-o-fact-checking>>. Acesso em: 20 mai. 2022.

ARAÚJO, R. F.; OLIVEIRA, T. M. de. **Desinformação e mensagens sobre a hidroxicloroquina no Twitter: da pressão política à disputa científica.** Atoz: novas práticas em informação e conhecimento, [S.L.], v. 9, n. 2, p. 196, 8 dez. 2020. Universidade Federal do Paraná. Disponível em <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/75929>. Acesso em: 10 jun. 2022.

BATISTA, G. S. Comunicação, transparência e dispositivo. In: SILVA, Jailson Castro; SAID, Gustavo (org.). **Tempos do dispositivo: transdisciplinidades e subjetividades na mídia contemporânea.** Teresina: Cancioneiro, 2020. p. 47-55.

BENEDETTI, C. A. **A qualidade da informação jornalística: do conceito à prática. Série Jornalismo a rigor.** V.2. Florianópolis: Insular, 2009.

BORGES, S; GOUVEIA, D. **Um resgate do jornalismo: do surgimento à imersão.** Anais eletrônico. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. São Paulo - SP, 05 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1755-1.pdf>>. Acesso em: 30 jun. 2021.

COMISSÃO EUROPEIA. **Uma abordagem multidimensional para a desinformação: relatório do Grupo Independente de Alto Nível sobre fake news e desinformação online.** União Europeia, 2018.

DINIZ, A. **Fact-checking no ecossistema jornalístico digital: práticas, possibilidades e legitimação.** Mediapolis. Ed. 5. 2018.

FALLIS, D. **What is disinformation?** Library Trends, v. 63, n. 3, 2015. Disponível em: <<https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/89818/63.3.fallis.pdf?sequence=2>>. Acesso em: 06 abr. 2022.

FRANCISCATO, C. E. (2005). **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais.** São Cristóvão: Editora UFS/Fundação Oviedo Teixeira.

GONÇALVES, A. L. F. **Estratégias de enfrentamento da desinformação na pandemia no Brasil e na Argentina: a atuação das agências de Fact-Checking Lupa e Chequeado.**

Dissertação (Mestrado em Comunicação) Universidade Federal Sergipe. São Cristóvão, 2021.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa.** Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HOLAN, A. D. (2014). **7 steps to better fact-checking**. Disponível em: <<https://www.politifact.com/article/2014/aug/20/7-steps-better-fact-checkin>>. Acesso em: 28 mai. 2022.

KAKUTANI, M. **A morte da verdade: notas sobre a mentira na era Trump**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2018.

LEAL, B; JACOME, P; MANNA, N. **A crise do jornalismo: o que ela afirma, o que ela esquece**. Anais eletrônico. 9º Encontro Nacional de História da Mídia UFOP. Ouro Preto - MG, 30 de maio de 2013. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9oencontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-201ccrise201d-do-jornalismo-o-que-elaafirma-o-que-ela-esquece>. Acesso em: 27 jun. 2021.

LEAL, B. **Entrevista concedida para à rádio UFMG Educativa**. Minas Gerais. 03 de abril 2020. Disponível em: <<https://ufmg.br/comunicacao/noticias/cenarios-global-e-local-explicamqueda-da-credibilidade-do-jornalismo-afirma-professor-da-ufm>>. Acesso em: 20 abr. 2022.

LEAL, Ranielle. **O jornalismo nas narrativas das crônicas de Rachel de Queiroz e Maria Judite Carvalho**. Porto Alegre: FAMECOS, 2018 [Tese].

MARTINO, L. M. S. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes, redes**. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

MASSARANI, L. *et al.* **Vacinas contra a COVID-19 e o combate à desinformação na cobertura da Folha de S. Paulo**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos. Vol.23, nº 2. maio/ago 2021.

MELO, D. **Para especialistas, difusão de fake news está ligada à crise do jornalismo**. 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-04/para-especialistasdifusao-de-fake-news-esta-ligada-crise-do-jornalismo>>. Acesso em: 15 abr. 2022.

PALACIOS, M. **Fake News e a emergência das agências de checagem: terceirização da credibilidade jornalística?**

PINHEIRO, P; OSÓRIO, E. **Tablets ou Jornais: como se informam jovens porto-alegrenses da Geração Y**. Anais eletrônico. XVI Congresso de Ciências da Comunicação. Região Sul, Joinville - SC, 06 jun. 2015.

Poynter. **International Fact-Checking Network Empowering fact-checkers worldwide**. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.poynter.org/ifcn>>. Acesso em: 28 mai. 2022.

RÊGO, A. R. **Articulação temporal e essência narrativa: o jornalismo para além do tempo presente**. Contracampo, Niterói, v. 37, n. 03, p. 149-168, dez. 2018/ mar. 2019.

_____. **Crises e impermanências do jornalismo em um cenário digital expectativas no horizonte**. Rihc. Revista Internacional de Historia de La Comunicación, [S.L.], v. 2, n. 13, p. 29-52, 2019. Editorial Universidad de Sevilla.

_____. **A construção intencional da ignorância na contemporaneidade e o trabalho em rede para combater a desinformação.** Reciis - Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde, Rio de Janeiro, v. 15, n. 1 p. 221-232, jan./mar. 2021.

RÊGO, A. R.; BARBOSA, M. **A construção intencional da ignorância: o mercado das informações falsas.** 1. ed. – Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

RODRIGUES, T. C. M.; BONONE, L. M; MIELLI, R. **Desinformação e crise da democracia no Brasil: é possível regular fake News?** Confluências, v. 22, n. 3, p. 30-52, 2020.

TEIXEIRA, J. MARTINS, A. **Fact-Checking no combate às fake news sobre a covid-19: um estudo exploratório das agências digitais de checagem de fatos contra a desinformação da pandemia.** São Caetano do Sul, SP. V.21, nº47, p.63-81, 2021.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo - Porque as notícias são como são.** 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VATTIMO, G. **O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna.** Tradução Eduardo Brandão. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

_____. **A sociedade transparente.** Lisboa: Relógio d'Água, 1992.