

**NOVA ESCOLA CONTRA AS *FAKE NEWS*:**

**A CHECAGEM DE FATOS ESPECIALIZADA EM EDUCAÇÃO.[[1]](#footnote-1)**

**Alberto Rodrigues de Freitas Filho[[2]](#footnote-2)**

**Pollyana Ferrari Teixeira[[3]](#footnote-3)**

# **1 Considerações iniciais**

Projetos de *fact-checking* funcionam como agências de notícias que se propõem a verificar, principalmente, o grau de veracidade das declarações de autoridades políticas, bem como de seus porta-vozes e partidos, além de outras organizações, figuras públicas e até mesmo de profissionais da imprensa. Entre os projetos de checagem brasileiros, podemos mencionar Aos Fatos, Lupa e Agência Pública - Truco que, segundo Diniz (2016), atuam com modos próprios de organização, metodologias e sistemas de classificação de suas checagens.

No Brasil e no mundo, outra importante frente de atuação dos projetos de *fact-checking* é a educação. A agência brasileira Lupa, por exemplo, oferece oficinas pagas de checagem para disseminar a metodologia que utiliza e, ao mesmo tempo, obter receita para o financiamento do projeto. Já as agências brasileiras Aos Fatos e Truco, por meio da International Fact Checking Network (IFCN)[[4]](#footnote-4), participaram da iniciativa Fact-checking Day, realizada no dia 2 de abril, que consiste na disseminação de um plano de aula para professores do ensino médio, com foco no desenvolvimento de habilidades de checagem de informação entre os alunos. Tais habilidades se mostram imprescindíveis em um período marcado pela ampla disseminação de *fake news*, que consistem em notícias ou conteúdos que assumem o formato de notícia, baseados em informações potencialmente falsas e não verificadas.

Embora não se trate de um fenômeno recente, a disseminação de notícias falsas pode ter sido ampliada nos últimos anos devido à velocidade e à escala com que são distribuídas por meio das tecnologias de informação e comunicação (TICs). Somada a esses fatores, há também a predisposição dos usuários, na chamada era da “pós-verdade”, a acreditar em informações que validem suas crenças e desejos intersubjetivos. As redes sociais, por exemplo, ao se utilizarem de algoritmos para identificar as preferências dos usuários, de modo a personalizar os conteúdos visualizados nas *timelines*, estariam criando “câmaras de eco” que reverberam apenas os pontos de vista intersubjetivos, independentemente de serem ou não baseados em verdades objetivas.

É por isso que existe hoje tanto movimento voltado para a checagem de fatos, justo porque eles existem. Alguns têm considerado que as inúmeras instituições voltadas para essa atividade representam uma espécie de revanche do jornalismo contra as redes sociais. Se levarmos em conta que a verdade factual tem por base um dado de existência, tal julgamento não convém. Pouco importa se a checagem dos fatos vem do jornalismo tradicional, do jornalismo digital, de instituições convencionais, de ONGs ou de qualquer fonte que seja. O que elas representam, na realidade, é a defesa da verdade do próprio jornalismo. Quando essa verdade é vilipendiada, entramos, certamente, no campo da pós-verdade. (SANTAELLA, 2018, p. 76).

De acordo com Pollyana Ferrari (2018, p. 51), “notícias falsas não são frutos da tecnologia”, pois “existem relatos de noticiário falso desde o Império Romano”. Não é novidade, portanto, que a mentira sempre foi disseminada com objetivos políticos na história da humanidade. Porém, recentemente, alerta Ferrari, a distribuição de notícias falsas se transformou em um negócio lucrativo, com o surgimento de agências especializadas na produção de conteúdo sem checagem em diversos países, a partir de 2013. Elas operam “com baixo custo editorial, ou seja, sem investimento em redações, equipes de checagem, editores e, ainda, abusando de *bots*, algoritmos [...] criados para espalhar *fake news*”. (FERRARI, 2018, p. 62).

Diante desse cenário, a grande imprensa tem buscado valorizar as iniciativas de *fact-checking*, sejam próprias ou de terceiros, de modo a defender a credibilidade da prática jornalística.[[5]](#footnote-5) Há também, é claro, uma preocupação com a sobrevivência das empresas jornalísticas tradicionais no mercado digital, uma vez que elas perderam leitores para blogs e sites jornalísticos alternativos ou independentes.[[6]](#footnote-6) Vários jornais, entre eles, **O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo**, além de manter blog ou seção dedicados à checagem de fatos, tem dedicado boa parte do noticiário a divulgar os impactos e a repercussão de notícias falsas no cenário nacional.

Além da grande imprensa, a mídia especializada, ou seja, aquela que se propõe a divulgar informações de interesse restrito a um nicho, a um segmento do mercado ou a uma categoria profissional específica, também tem se preocupado em defender a importância da checagem de fatos. A revista **Nova Escola**, dirigida ao público de profissionais da educação, tem divulgado conteúdos sobre o que a publicação chama de “epidemia” de notícias falsas e a importância da educação para combater esse mal.

A fim de perceber como a checagem de fatos se insere no contexto de uma mídia especializada, este artigo se lançará à análise da prática de *fact-checking* no portal **Nova Escola** que, por meio da iniciativa “Mentira na educação, não”, procura impedir a disseminação de notícias equivocadas e sensacionalistas sobre educação.[[7]](#footnote-7)

A iniciativa nasceu de um diagnóstico preocupante. Com a polarização política no Brasil e as eleições deste ano, muitas pessoas e organizações passaram a criar e disseminar notícias falsas. Embora o objetivo deles ainda não seja claro, os resultados são: atrapalham o debate público, defendem agendas perigosas e impedem que a sociedade se conheça e se reconheça. Na Educação, esses resultados podem ser ainda piores. Afinal, a área pressupõe debate aberto e honesto. Quando ele não acontece, todos sofrem. Para as pessoas que estão em sala de aula, a desinformação se materializa em políticas públicas equivocadas, perseguições e diálogo interditado com a comunidade escolar — o que vai na contramão das melhores práticas em Educação mundo afora. (NOVA ESCOLA, 2018).

Para o estudo aqui proposto, utilizamos a metodologia de análise de conteúdo, a partir de amostra composta pelos conteúdos das checagens de fatos publicadas no portal **Nova Escola** entre os meses de agosto e novembro de 2018. Nesse período, no ápice de uma das campanhas eleitorais mais conturbadas na história do Brasil, foram publicadas as checagens de propostas de candidatos à presidência para a educação, bem como os mitos e as falsificações em torno desse debate.

# **2 A prática do *fact-checking***

A prática da checagem de fatos nas redações remonta ao início do século XX. Em 1923, Nancy Ford, contratada como secretária-assistente, iniciava um trabalho de checagem na revista norte-americana Time. Segundo Fabry (2017):

O primeiro trabalho dela era marcar e clipar artigos interessantes dos jornais para os redatores da revista, mas logo a tarefa se expandiu para a verificação básica de datas, nomes e fatos nas matérias fechadas da Time. Ford e suas colegas – todas mulheres – foram encorajadas a desafiar toda a equipe inicialmente masculina de editores e redatores, uma obrigação ao processo de trabalho.[[8]](#footnote-8)

Para Lucas Graves, autor de uma tese de doutorado sobre checagem de fatos, defendida na Universidade de Columbia, essa forma de *fact-checking*, surgida no seio das redações, visava à checagem da matéria antes de ser publicada, a partir da leitura de uma prova, com a finalidade de verificar erros factuais antes da impressão. Porém, atualmente, na redação de um veículo diário, muitas vezes a checagem para onde a declaração de uma fonte começa. Segundo o autor, a verificação que se faz internamente nas redações observa se o repórter citou corretamente o que foi dito pela fonte, mas não verifica necessariamente se as alegações da fonte são verdadeiras. Nesse contexto, “a checagem de fatos visa eliminar o erro e as falsificações, sem chamar atenção para elas. A resposta a uma alegação enganosa é repará-la ou cortá-la.” (GRAVES, 2013, p. 3-4).

Graves relata que, no início do século XXI, teria surgido um novo movimento de *fact-checking*: “Na última década, uma nova classe de organizações dedicadas à verificação de fatos emergiu, usando pessoal treinado e recursos dedicados — às vezes, com orçamentos de milhões de dólares — para avaliar a verdade das declarações públicas.” (GRAVES, 2-13, p. 2).

De acordo com Ferrari (2018, p. 117-118), o jornal O Globo foi provavelmente o primeiro veículo do Brasil a aderir ao *fact-checking*, por meio da publicação do blog “Preto no Branco”, que “nasceu em 2014 para testar o grau de veracidade dos políticos em campanha.” Segundo a autora, atualmente as checagens de fatos do jornal são publicadas no blog “É isso mesmo?”, que seria uma evolução do antigo Preto no Branco.[[9]](#footnote-9)

Propagação de mentiras não é uma novidade, mas, depois da campanha eleitoral para a presidência dos Estados Unidos e do Brexit, na Inglaterra, os jornais começam a olhar a área de checagem como um modelo de negócio, seja para fidelizar o leitor, ouvindo-o com sugestões de pauta sobre os atores públicos, seja mesmo como moeda de troca na valorização do preço cobrado pelas assinaturas. (FERRARI, 2018, p. 121).

No artigo “Fact-Checking no Ecossistema Jornalístico Digital: práticas, possibilidades e legitimação”, publicado na Mediapolis, publicação da Universidade de Coimbra, Diniz lembra que checar informações não se trata de uma prática exatamente nova, sendo um dos pilares do ofício jornalístico, que presume informações verdadeiras e oriundas de fontes confiáveis. “A verificação de factos está a ganhar fôlego devido à propagação das noticias falsas (fake news), especialmente na cena político-eleitoral.” (DINIZ, 2017, p. 27). Assim como Ferrari, a autora enxerga no atual movimento de fact-checking um novo modelo de negócio:

Mais do que uma clássica prática jornalística apresentada sob uma nova roupagem técnica e organizacional, a checagem de factos está a instaurar um novo nicho de mercado, que possui uma lógica de funcionamento própria, responsável por oferecer um serviço altamente especializado e concebido com DNA digital. (DINIZ, 2017, p. 28).

# **3 Educação midiática e análise crítica da mídia**

Para avançarmos no debate sobre as experiências educacionais voltadas à disseminação da prática de checagem de fatos, é necessário refletir sobre a importância de uma abordagem crítica na educação midiática, como a que está presente no modelo de análise de conjuntura proposto em 1984 pelo sociólogo Herbert José de Souza, o Betinho. O texto foi escrito quando o Brasil caminhava para a redemocratização e a sociedade brasileira carecia de instrumentos para compreender a realidade, cuja interpretação ainda era bastante enviesada em função dos antagonismos que surgiram diante da necessidade de superação da Ditadura Militar por diferentes grupos de poder.

Para o autor:

No momento em que toda a sociedade brasileira acompanha ativamente o desenrolar dos acontecimentos políticos, fica evidente que não basta estar com a leitura dos jornais em dia para entender o que está ocorrendo. No volume de informações veiculadas todos os dias é necessário identificar os ingredientes, os atores, os interesses em jogo. Fazer isso é fazer análise de conjuntura. (SOUZA, 2012, p. 7).

De algum modo, é o que também defende Paulo Freire em "Pedagogia do Oprimido", ao propor, como uma prática de educação libertadora, problematizadora e não “bancária”. Nela, são recomendáveis a leitura e a discussão de artigos de jornais e revistas e de capítulos de livros junto aos educandos, provocando um debate em torno do conteúdo lido por eles.

Na linha do emprego destes recursos, parece-nos indispensável a análise do conteúdo dos editorias da imprensa, a propósito de um mesmo acontecimento. Por que razão os jornais se manifestam de forma diferente sobre um mesmo fato? Que o povo então desenvolva o seu espírito crítico para que ao ler jornais ou ao ouvir o noticiário das emissoras de rádio, o faça não como mero paciente, como objeto dos “comunicados” que lhes prescrevem, mas como uma consciência que precisa libertar-se. (FREIRE, 1987, p. 57).

As abordagens de Betinho e Paulo Freire, ambas pautadas por uma perspectiva crítica marxista, podem ser relacionadas com a concepção de alfabetização crítica da mídia de Kellner e Share. No artigo “Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação”, os autores escrevem que a crítica da mídia é um imperativo para a democracia participativa, pois as novas TIC, “associadas a uma cultura de mídia com base no mercado, fragmentaram, conectaram, convergiram, diversificaram, homogeneizaram, estabilizaram, ampliaram e remodelaram o mundo”. (KELLNER e SHARE, 2008, p. 689-690).

Uma vez que os programas de televisão, os videogames, a música e mesmo os brinquedos se tornaram grandes transmissores da nossa cultura, os contadores e vendedores das histórias do nosso tempo, é agora, mais do que nunca, que as crianças precisam aprender a questionar criticamente as mensagens que as cercam e usar a grande variedade de ferramentas disponíveis para expressar suas ideias e exercer plena participação na sociedade.

Ao analisarem o movimento de alfabetização midiática norte-americano, Kellner e Share acreditam que ele estava comprometido com uma visão neutra e apolítica, mostrando aos alunos apenas a ponta do *iceberg*, o que, metaforicamente, explica a necessidade de análise crítica da mídia. Para os autores, a alfabetização midiática deve explorar o papel da linguagem e da comunicação nas relações de poder e dominação. Afinal, “abaixo da superfície da água, naquele iceberg, vivem noções ideológicas profundamente embutidas, de supremacia branca, patriarcalismo capitalista, classismo, homofobia e outros mitos opressivos.” (KELLNER e SHARE, 2008, p. 701).

A alfabetização crítica da mídia, portanto, desafia as noções relativistas e apolíticas de muitos dos que trabalham com educação midiática, permitindo que professores e alunos compreendam os mecanismos de ideologia, de poder e de dominação que os cercam. Para isso, segundo os autores, a educação midiática deve ser parte de um projeto participativo e colaborativo:

Alunos e professores, assistindo a shows ou filmes juntos, podem promover discussões produtivas entre si (ou entre pais e filhos), buscando prioritariamente ouvir as opiniões dos alunos, produzindo várias interpretações de textos de mídia e ensinando princípios básicos da hermenêutica e da crítica. Os alunos e os jovens são geralmente mais preparados, conhecedores e imersos na cultura midiática do que seus professores e podem contribuir com seu processo educativo, compartilhando suas ideias e percepções e insights. Além da discussão crítica, do debate e da análise, os professores devem orientar seus alunos em um processo de questionamento que aprofunde sua exploração crítica de questões que afetem a eles e à sociedade. (KELLNER e SHARE, 2008, p. 704-705).

Para Jenkins et al (2016), a alfabetização midiática também passa pelo domínio da linguagem escrita, pelo desenvolvimento de habilidades para pesquisa de informações em formatos variados e pelo desenvolvimento de habilidades técnicas para utilização dos recursos computacionais.

Como os defensores da alfabetização midiática reivindicaram nas últimas décadas, os estudantes devem adquirir a compreensão básica da maneira como as representações da mídia estruturam nossas percepções sobre o mundo; os contextos econômicos e culturais em que as mídias de massa são produzidas e postas em circulação; os motivos e os objetivos que moldam as mídias que eles consomem; e práticas alternativas que operam fora do mainstream comercial. (JENKINS ET AL, 2006, p. 20).[[10]](#footnote-10)

Além disso, Jenkins et al propõem uma expansão desse modelo, que é voltado para as mídias de massas, de modo a abranger também as novas práticas midiáticas, que prezam pela colaboração e pela participação. Logo, os estudantes deveriam descobrir como contribuir com suas próprias habilidades em um processo que envolve diversas inteligências, como a participação em fóruns de discussão ou em blogs. Segundo os autores, as escolas tradicionais formam pessoas para resolver problemas de forma autônoma, enquanto o mercado exige trabalho em equipe, versatilidade e colaboração na solução de problemas.

É exatamente num contexto colaborativo e participativo que surgem algumas iniciativas educacionais voltadas à disseminação da checagem de fatos, em benefício de estudantes, professores e do público em geral. De acordo com Ferrari (2018, p. 155), a Wikipédia, “com mais de 500 milhões de leitores mensais e aberta à edição de todos, também se engajou na verificação de fatos” e no chamado *Fact-Checking Day*. Além disso, segundo a autora, a International Fact-Checking Network (IFCN) reúne mais de 100 plataformas de checagem em todo o mundo e diversas delas dispõem de braços de treinamento. Para divulgar seu plano de aula gratuito sobre *fact-checking* em diferentes línguas, a IFCN contou com a colaboração de profissionais de agências de checagem de vários países, que traduziram o material para que pudesse ser disponibilizado localmente e beneficiar um maior número de pessoas.

Também recorrendo à importância do pensamento crítico para a interpretação da realidade, Ferrari (2018, p. 162) conclui que “a batalha da checagem dos fatos é em prol de um mundo onde o senso crítico prevaleça, onde os cidadãos consigam avaliar e decidir melhor. Um mundo onde as pessoas sejam menos manipuladas pela mídia.” É também no que acreditava Otávio Frias Filho, diretor de redação do jornal Folha de S. Paulo:

Em última análise, o mais eficiente anteparo contra as *fake news* – a melhor barreira de proteção da veracidade – continua sendo a educação básica de qualidade, apta a estimular o discernimento na escolha das leituras e um saudável ceticismo na forma de absorvê-las. (FRIAS FILHO, 2018, p. 44).

# **4 Metodologia**

Visando à análise dos conteúdos dos textos publicados no portal Nova Escola entre os meses de agosto e novembro de 2018, reunidos na guia “Mentira na Educação, não!”, definimos nosso percurso metodológico com atenção ao modelo de construção de *corpus*, como princípio alternativo para a coleta de dados qualitativos, proposto por Bauer e Aarts, na obra “Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som”. Para os autores,

Toda pesquisa social empírica seleciona evidência para argumentar e necessita justificar a seleção que é a base de investigação, descrição, demonstração, prova ou refutação de uma afirmação específica. (BAUER e AARTS, 2003, p. 39).

Bauer e Arts apresentam, nesse sentido, duas definições para a palavra latina *corpus* que, segundo eles, significa simplesmente corpo. No dicionário, esse verbete é definido como: “um corpo de uma coleção completa de escritos ou coisas parecidas; o conjunto completo de literatura sabre algum assunto... vários trabalhos da mesma natureza, coletados e organizados” (OXFORD ENGLISH DICTIONARY apud BAUER e AARTS, 2002, p. 44). Para Barthes, trata-se de “uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar.” (BARTHES apud BAUER e AARTS, 2002, p. 44). Assim, segundo os autores, “seleção parece menos importante que análise, mas não pode ser separada dela. A arbitrariedade é menos uma questão de conveniência e, em princípio, mais inevitável.” (BAUER e AARTS, 2002, p. 44).

Bauer, na mesma obra, ao explicar a abordagem clássica de análise de conteúdo, afirma que um corpus de texto pode ser visto como a representação e a expressão de uma comunidade que escreve:

Através da reconstrução de representações, os analistas de conteúdo inferem a expressão dos contextos, e o apelo através desses contextos. Se enfocarmos a fonte, o texto é um meio de expressão. Fonte e público são o contexto e o foco de inferência. (BAUER, 2002, p. 192).

Levando em consideração as características do nosso *corpus*, optamos por selecionar o total de oito textos das reportagens categorizadas pelo próprio portal **Nova Escola** como “campeãs de audiência” que, segundo a publicação, “deram o que falar” no período em que foram divulgadas (ver Tabela 1 adiante).

Além de analisar o conteúdo dos textos de forma qualitativa, lançamo-nos a uma análise quantitativa dos dados de interações de cada uma das páginas citadas na Tabela 1 nas redes sociais, fornecidos por meio de *plug-in* da ferramenta de mensuração Crowdtangle[[11]](#footnote-11). Os dados quantitativos obtidos nos permitiram avaliar o alcance dessas notícias nas redes sociais Facebook, Twitter e Reddit, considerando os números de reações, comentários e compartilhamentos contabilizados pela ferramenta, bem como as páginas ou perfis que geraram mais interações e o público total impactado por elas.

É importante mencionar que a checagem de fatos da **Nova Escola** se iniciou em abril de 2018, com foco em promessas de governadores. Já a campanha “Mentira na Educação, Não!” foi iniciada em agosto do mesmo ano, em parceria com o Instituto Unibanco, o Instituto Alana e o Canal Futura. Foram 33 conteúdos publicados na guia “Mentira na Educação, Não!” entre 5 de abril e 22 de novembro de 2018, incluindo checagens, orientações sobre combate às *fake news*, plano de aula, vídeos e artigos de opinião. Os resultados das checagens foram disseminados em diferentes canais, incluindo no aplicativo de mensagens WhatsApp.

**Tabela 1 – Checagens selecionadas para o *corpus* de análise**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Notícia | URL | Data de publicação |
| O que os planos de governo de Bolsonaro e Haddad falam sobre Educação? | https://novaescola.org.br/conteudo/12838/o-que-os-planos-de-governo-de-bolsonaro-e-haddad-falam-sobre-educacao | 17 Out. 2018 |
| A Educação era melhor na época da ditadura? | https://novaescola.org.br/conteudo/12558/a-educacao-era-melhor-na-epoca-da-ditadura | 22 Set. 2018 |
| Livro exibido por Bolsonaro faz parte de “kit gay”? | https://novaescola.org.br/conteudo/12465/livro-exibido-por-bolsonaro-nao-faz-parte-de-kit-gay | 30 Ago. 2018 |
| Escola militar é a saída para crianças de comunidades vulneráveis? | https://novaescola.org.br/conteudo/12249/escola-militar-e-a-saida-para-criancas-de-comunidades-vulneraveis | 12 Ago. 2018 |
| Escolas particulares são sempre melhores do que as públicas? | https://novaescola.org.br/conteudo/12600/escolas-particulares-sao-sempre-melhores-do-que-as-publicas | 30 Set. 2018 |
| Ensino Superior é mesmo o grande sonho do jovem brasileiro? | https://novaescola.org.br/conteudo/12562/ensino-superior-e-mesmo-o-grande-sonho-do-jovem-brasileiro | 16 Set. 2018 |
| Dá para confiar? Os números que os presidenciáveis usam para falar de Educação | https://novaescola.org.br/conteudo/12544/da-para-confiar-em-tudo-que-esta-escrito-nos-planos-de-governo-dos-presidenciaveis | 9 Set. 2018 |
| As crianças agora vão poder falar e escrever errado? | https://novaescola.org.br/conteudo/12459/as-criancas-agora-vao-poder-falar-e-escrever-errado | 2 Set. 2018 |

Fonte: Autores.

# **5 Análise de conteúdo**

Em nossa análise, observamos que a maioria das checagens feitas pela Nova Escola se identificam com o gênero notícia, com enfoque informativo e também interpretativo, havendo também conteúdos de caráter opinativo. Foi possível perceber que a publicação se preocupou em contextualizar histórica e conceitualmente os temas abordados nas checagens de fatos, que se lançaram sobre as principais afirmações, argumentos e dados apresentados durante a campanha eleitoral de 2018 sobre a educação no Brasil. Chama a atenção, na maioria das reportagens, o fato de que as chamadas (ou títulos) das notícias são apresentadas em formato de perguntas. Assim, o checador (ou checadora) parte de uma eventual dúvida do leitor sobre um assunto relacionado à educação. As perguntas são feitas de forma objetiva e, de alguma forma, dialogam com as etiquetas de checagem sobre as quais discorreremos à frente.

Assim, as checagens abrangeram algumas das *fake news* mais disseminadas durante a campanha eleitoral, que tiveram como alvo a educação e os educadores. O modelo é semelhante ao adotado por outros portais jornalísticos que dedicaram seções de conteúdo à checagem de fatos durante o período das eleições. Nesse sentido, observamos ainda que houve um esforço da **Nova Escola** para cobrir de forma equilibrada as propostas dos dois polos – direita e esquerda –, porém é possível verificar um predomínio das checagens sobre propostas e falas do então candidato Jair Bolsonaro, que tinha liderava as pesquisas eleitorais e veio a se eleger com 55,13% dos votos válidos. Apesar disso, as reportagens traziam depoimentos de fontes qualificadas e especializadas nos temas abordados, sendo claramente explorada uma abordagem mais técnica do que ideológica.

A Nova Escola, inspirando-se no modelo das agências de *fact-checking*, também adotou etiquetas para identificar os fatos checados conforme o grau de veracidade de cada um deles: “Confere” (para os verdadeiros), “Não é bem assim” (para os que podem ser verdadeiros mas apresentam controvérsias) e “Não confere (para os não verdadeiros). No período analisado, foram etiquetadas 24 checagens: 50% delas foram marcadas com a etiqueta “Não é bem assim”, 29,2% com a etiqueta “Não confere” e 21,8 %, com a etiqueta “Confere”. Portanto, apenas 5 checagens receberam a etiqueta que atesta a veracidade de um fato.

Além das etiquetas, as reportagens relacionadas às checagens apresentam outros recursos além dos textuais para informar o leitor sobre o tema abordado, como dados adicionais gráficos, infográficos e vídeo explicativos que ampliam o entendimento sobre o tema. Aqui percebemos um diferencial da Nova Escola em relação a outros modelos de *fact-checking* que se preocupam muitas vezes em atestar (ou não) a veracidade de uma informação, sem fornecer ao público elementos adicionais para que ele chegue às próprias conclusões. O código de conduta da International Fact-Checking Network (IFCN) recomenda, no caso das agências checadores, a transparência das fontes. Conforme o texto do documento, reproduzido por Ferrari (2018, p. 84):

Queremos que os nossos leitores tenham autonomia para comprovar o que apuramos. Fornecemos acesso às nossas fontes detalhadamente, para que os nossos leitores possam replicar nosso trabalho — à exceção de casos em que a segurança da fonte esteja sob ameaça. Nessa hipótese, oferecemos o máximo de detalhes que for possível.

Embora a Nova Escola não atue como agência de *fact-checking*, é possível supor a partir dos conteúdos analisados que a equipe de reportagem seguiu alguns dos compromissos éticos defendidos pela IFCN, que são: apartidarismo e equidade; transparência de fontes; transparência de financiamento e organização; transparência de método; e correções francas e amplas.

Entre as reportagens analisadas a que teve mais repercussão nas redes sociais, conforme o Gráfico 1 adiante foi relacionada à checagem feita pela repórter Paula Peres sobre o controverso “kit gay”, denominação utilizada pelo então candidato Jair Bolsonaro para o material didático proposto para programa Brasil sem Homofobia[[12]](#footnote-12) Ao tratar de uma das principais polêmicas que permearam a campanha eleitoral, em torno da qual circularam inúmeras notícias falsas, a reportagem intitulada “Livro exibido por Bolsonaro faz parte de ‘kit gay’?” gerou mais de 33.900 interações no Facebook. O conteúdo foi compartilhado, principalmente, em páginas ou perfis de algumas personalidades, organizações ou movimentos ligados à esquerda, cujo candidato, Fernando Haddad teria sido o mais prejudicado com boatos em torno do chamado “kit gay”.



**Figura 1 - Interações no Faceboook**

Outra polêmica criada por Jair Bolsonaro, em torno da adoção de um modelo semelhante ao das escolas militares que, na opinião dele, estariam entre as melhores do país, também despertou interesse do público da Nova Escola nas redes sociais, com mais de 29.600 interações no Facebook. Já uma reportagem sobre os números da educação apresentados pelos candidatos à presidência, enfatizando dados factuais, que supostamente deveriam despertar mais interesse do eleitor, teve apenas 0,36% do número de interações alcançada pela checagem sobre o “kit gay”, ou seja, 121 interações. Isso mostra que, do ponto de vista do *fact-checking* especializado em educação, as checagens sobre temas polêmicos tiveram mais potencial de viralização nas redes sociais do que aquelas relacionadas a fatos e dados objetivos.

# **7 Considerações finais**

A partir do conteúdo analisado, verificamos que a **Nova Escola** se coloca a serviço dos educadores, que compõem seu público principal, para auxiliá-los no combate à desinformação e às *fake news*. A publicação entendeu que o educador, antes de promover a alfabetização midiática ou letramento midiático dos alunos, deve despertar a sua própria consciência crítica, estando apto a saber distinguir as informações falsas das verdadeiras em todos os contextos da sua vida profissional. É nesse sentido que a iniciativa “Mentira na Educação, Não!” beneficia os docentes, colocando-os como beneficiários diretos da checagem de fatos e não apenas como disseminadores de técnicas de checagem de fatos. Afinal, como vimos na campanha eleitoral de 2018, eles também são alvos de notícias falsas, já que os principais boatos e polêmicas da disputa giraram em torno da educação, como, por exemplo, “kit gay”, “ideologia de gênero” e Escola sem Partido, entre outros.

Partimos da hipótese de qualquer pessoa ou organização, bem-intencionada ou não, está sujeita a divulgar e compartilhar informações falsas através das redes sociais, de forma consciente ou inconsciente. E a sala de aula, infelizmente, não está blindada contra esse risco. Portanto, em nossa análise, não ignoramos o fato de que o público alvo das checagens eram os educadores que acessam o conteúdo do portal, ou seja, profissionais que atuam na educação infantil e também nos ensinos fundamental e médio. Entendemos que esse público foi muito beneficiado pela campanha “Mentira na Educação, Não!”, mas acreditamos que ela teria mais abrangência se fossem disponibilizados materiais em formatos mais apropriados para os professores abordarem esses temas com os alunos e a comunidade escolar, de modo a desmistificar alguns desse boatos. Assim, seriam fornecidas ao educador ferramentas mais efetivas para que ele atuasse no letramento midiático, despertando a consciência crítica dos discentes sobre a importância de verificar a veracidade das informações compartilhadas nas redes sociais.

Assim, entendemos que ponto de vista da educação, o papel da imprensa especializada no tema é fundamental para potencializar esforços no sentido de popularizar novos estudos, técnicas e metodologias que sirvam de instrumentos para que os professores se empenhem, junto aos alunos, na formação de uma consciência crítica coletiva contra as informações falsas. De acordo com o pensamento de Paulo Freire (1987), que dialoga com as reflexões de Kellner e Share (2008) sobre alfabetização crítica da mídia, é preciso, para isso, superar o modelo de educação bancária, em que o aluno é um mero depositário de informações que acumula sem avaliar e questionar o real valor daquilo que está recebendo.

Do ponto de vista do *fact-checking*, vemos que o modelo da Nova Escola, que se propôs a uma espécie de checagem temática, pode representar um importante ganho de eficiência. No caso analisado, o checador é também um repórter especializado na área da educação, com acesso a informações e a fontes igualmente especializadas no tema. Assim, a reportagem se aproxima mais da realidade factual do assunto checado, o que poderia possibilitar a realização de checagens ainda mais precisas. Na leitura dos textos, observamos que as checagens são assinadas por jornalistas que demonstram domínio sobre os temas. A partir dessas observações, supomos que a especialização ou tematização pode ser benéfica à checagem de fatos, especialmente dentro das redações jornalísticas. Às agências de checagem talvez caiba uma atuação mais generalista, mas nada impede que possam surgir agências especializadas em alguns temas de interesse da sociedade.

**Palavras-chave:** *fake news*; *fact-checking*; educação; mídia; palavra.

# **8 Referências**

BAUER, M. W.; AARTS, B. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Vozes, 2002.

BAUER, Martin W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som. Petrópolis: Vozes, 2002.

DINIZ, Amanda Tavares de Melo. Fact-Checking no Ecossistema Jornalístico Digital: práticas, possibilidades e legitimação. Mediapolis, Coimbra, n. 5, p. 23-37, 2017. Disponível em: <https://digitalis-dsp.sib.uc.pt/handle/10316.2/43199>. Acesso em: 20 fev. 2018.

FABRY, Merrill. Here’s how the first fact-checkers were able to do their jobs before the internet. Time, Nova Iorque, 24. Aug. 2017. Disponível em: < http://time.com/4858683/fact-checking-history/>. Acesso em: 1 jul. 2018.

FERRARI, Pollyana. Como sair das bolhas. São Paulo: Educ, 2018.

FREIRE, Paulo. A pedagogia do oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

FRIAS FILHO. O que é falso sobre fake news. Revista USP, São Paulo, n. 116, p. 39-44, 2018.

GRAVES, Lucas. Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News. 2013. 304 f. Tese (Doctor of Philosophy) – Graduate School of Arts and Sciences, Columbia University, Nova Iorque, 2013.

JENKINS, H. et al. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Chicago: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation, 2006. Disponível em: <https://eric.ed.gov/?id=ED536086>. Acesso em: 1 jul. 2018.

KELLNER, D.; SHARE, J. Educação para a leitura crítica da mídia, democracia radical e a reconstrução da educação. Educação & Sociedade, Campinas, v. 29, n. 104, p. 687-715, out. 2008.

NOVA ESCOLA e parceiros lançam campanha “Mentira na Educação, não!”. **Nova Escola**, São Paulo, 8 ago. 2018. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/12228/nova-escola-e-parceiros-lancam-campanha-mentira-na-educacao-nao>. Acesso em: 25 set. 2018.

PERES, Paula. Livro exibido por Bolsonaro faz parte de “kit gay”? Nova Escola, São Paulo, 30 Ago. 2018. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/12465/livro-exibido-por-bolsonaro-nao-faz-parte-de-kit-gay>. Acesso em: 31 Jan. 2019.

SANTAELLA, Lucia. A Pós-Verdade é verdadeira ou falsa? Barueri: Estação das Letras e Cores, 2018.

SOUZA, Herbert José. Como se faz análise de conjuntura. 32. ed. Petrópolis: Vozes, 2012.

1. Artigo apresentado ao Eixo Temático 7: Distopias, Conectividades e Fake News, do XI Simpósio Nacional da ABCiber. [↑](#footnote-ref-1)
2. Mestrando em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (PUC-SP) e participa do Grupo de Pesquisa Comunidata (PUC-SP). E-mail: betofreitas@gmail.com [↑](#footnote-ref-2)
3. Professora Doutora do Departamento de Jornalismo e Professora Titular do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital (TIDD), ambos na PUC-SP. Coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunidata. E-mail: pollyana.ferrari@gmail.com [↑](#footnote-ref-3)
4. As agências Lupa, Truco e Aos Fatos aderiram ao código de princípios da IFCN, figurando entre outros 50 projetos de checagem sediados em diferentes países. Disponível em: <https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>. Acesso em: 1 jul. 2018. [↑](#footnote-ref-4)
5. Projetos de checagem também são desenvolvidos no interior das redações de veículos internacionais consagrados, como o espanhol El País e o norte-americano **The Washington Post**, entre outros. No Brasil, o jornal **O Estado de S. Paulo** lançou em junho de 2018 o serviço de checagem de fatos “Estadão Verifica”. [↑](#footnote-ref-5)
6. É justamente sob a fachada de “jornalismo independente” que alguns disseminadores de *fake news* se apresentam e defendem a divulgação de “fatos alternativos” aos divulgados pela grande imprensa. [↑](#footnote-ref-6)
7. Disponível em: <https://novaescola.org.br/guias/1497/mentira-na-educacao-nao>. Acesso em: 25 Set. 2018. [↑](#footnote-ref-7)
8. Tradução livre do autor. No original: Her job at first was to mark and clip interesting articles from newspapers for the magazine’s writers, but soon the task expanded to verifying basic dates, names and facts in completed TIME articles. Ford and her colleagues — all women — were encouraged to challenge the initially all-male staff of editors and writers, a must for the process to work. [↑](#footnote-ref-8)
9. De acordo com a descrição na página inicial do “É isso mesmo?”, o blog é “formado por uma equipe de jornalistas do GLOBO especializados em checagem de informações apresentadas por políticos, lideranças ou disseminadas por usuários de redes sociais.” Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/eissomesmo/>. Acesso em: 1 jul. 2018. [↑](#footnote-ref-9)
10. Tradução livre dos autores. No original: “As media literacy advocates have claimed during the past several decades, students also must acquire a basic understanding of the ways media representations structure our perceptions of the world; the economic and cultural contexts within which mass media is produced and circulated; the motives and goals that shape the media they consume; and alternative practices thatoperate outside the commercial mainstream.” [↑](#footnote-ref-10)
11. Disponível em: <https://www.crowdtangle.com/>. Acesso em: 31 Jan. 2019. [↑](#footnote-ref-11)
12. De acordo com a Nova Escola, “em 2004, o governo federal lançou o programa **Brasil sem Homofobia**, destinado a combater a violência e o preconceito contra a comunidade LGBT. Setores conservadores da sociedade, alegando que o programa estimulava o ‘homossexualismo e a promiscuidade’, fizeram oposição ao projeto até que, em 2011, a campanha fosse suspensa pelo governo antes mesmo de ser lançada.” (PERES, 2018). [↑](#footnote-ref-12)