

Checagem de fatos no combate à desinformação na pandemia: um estudo de caso de *fact-checking* na comunicação pública estatal

Fact-checking in the fight against disinformation in the pandemic: a case study of fact-checking in state public communication

Naiana Rodrigues da Silva¹
Rômulo Almeida da Costa²

Resumo: Neste estudo, analisamos uma amostra de 40 checagens realizadas por oito governos estaduais sobre a pandemia. A partir de seis categorias baseadas nas características das checagens jornalísticas (SEIBT, 2019), percebemos que essas checagens não primam pela transparência dos métodos e das fontes. Também analisamos o *ethos* discursivo (MAINGUENEAU, 2008) desses governos e verificamos a predominância do *ethos* de autoridade ancorado na técnica e do *ethos* didático de letramento informacional.

Palavras-Chave: Checagem de fatos. Pandemia. Transparência. Ethos. Comunicação pública estatal

Abstract: In this study, we analyzed a sample of 40 facts-checking carried out by eight state governments on the pandemic. From six categories based on the characteristics of journalistic facts-checking (SEIBT, 2019), we realize that these facts-checking do not excel in the transparency of methods and sources. We also analyzed the discursive ethos (MAINGUENEAU, 2008) of these governments and verified the predominance of the authority ethos anchored in the technique and the didactic ethos of information literacy..

Keywords: Fact-checking. Pandemic. Transparency. Ethos. State public communication.

.....

1 O aspecto informacional da pandemia

¹Doutoranda em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP) e professora no curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: naianarodrigues@usp.br

² Graduado em Jornalismo pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: romulocostace@gmail.com

Desde que a Organização Mundial de Saúde (OMS) reconheceu a pandemia da Covid-19, em março de 2020, a progressão do número de casos da doença é acompanhada por uma intensa circulação de desinformação em todo o mundo. No dia 14 de abril, o secretário-geral das Organizações das Nações Unidas (ONU), António Guterres, alertou que o mundo vivia uma “pandemia global de desinformação” e sublinhou o trabalho de jornalistas dedicados a checar conteúdos espalhados via redes sociais (ONU, 2020, online), em referência aos serviços de checagem de fatos (*fact-checking*).

Antes de o coronavírus dominar os sistemas de saúde e os noticiários, a checagem de fatos já despontava como prática necessária no cenário comunicacional contemporâneo, marcado por uma desordem informacional (WARDLE; DERAKHASHAN, 2017, p. 5).

Desde as eleições de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos e a saída da Grã-Bretanha da União Europeia, o “*Brexit*”, ambos ocorridos em 2016, a expressão “*fake news*” está no centro do debate político-midiático e vem desafiando comunicadores e legisladores a usarem seus aparatos especializados para promover um reordenamento informacional. Esses episódios políticos expuseram como a circulação de conteúdos enganosos na rede está sendo usada como estratégia política de persuasão (CARDOSO, 2019; LELO, 2019), valendo-se dos algoritmos de redes sociais como o Facebook (SILVERMAN, 2016, online) para se propagar. No cenário brasileiro, o fenômeno passa a ser mais evidente em 2018, após o assassinato da vereadora carioca Marielle Franco e a eleição do presidente Jair Bolsonaro (SEIBT, 2019, p. 19).

A pandemia do coronavírus é o mais novo marcador na linha do tempo informacional do século XXI. O ineditismo da doença fez com que a informação qualificada e cientificamente embasada fosse um aliado essencial para o combate coletivo e individual da doença. Por outro lado, ao passo que as autoridades de saúde organizavam estratégias sanitárias e de tratamento, uma profusão de informações falsas, equivocadas, exageradas e imprecisas se alastravam, confundindo a população e agravando ainda mais o quadro da pandemia. Tanto que a *International Fact-Checking Network* – IFCN³, em janeiro de 2020, iniciou o projeto Aliança #CoronaVirusFacts reunindo 100 serviços de fact-checking em todo

³ Fundada em setembro de 2015, a IFCN é uma rede internacional de colaboração de checagem de fatos ligada ao Poynter Institute, com sede na Flórida (EUA).

o mundo para checar conteúdos sobre a Covid-19, em face da circulação de desinformação em escala global.

Nessa batalha, o jornalismo não é o único que se posiciona discursivamente no pólo da verdade. Oito governos estaduais também se posicionaram contra as informações falsas instituindo iniciativas de checagem de fatos como parte de suas estratégias comunicativas durante a pandemia. Dispostas nos portais das gestões estatais ou em hotspots, as checagens são incorporadas ao repertório da comunicação pública estatal (KUNSCH, 2013) como um esforço de “ordenamento informacional”.

O ineditismo dessas ações nos mobilizou a realizar um estudo com o objetivo de identificar semelhanças e divergências entre as checagens estatais e as praticadas no campo jornalístico e os sentidos políticos que delas derivam. Para tanto, realizamos pesquisa qualitativa de caráter descritivo e exploratório (POUPART et al, 2007) das verificações realizadas pelos governos de Alagoas, Amazonas, Ceará, Maranhão, Paraíba, Piauí e São Paulo; por meio de um levantamento das características dos conteúdos veiculados nos sites oficiais e de uma análise discursiva do *ethos* (MAINGUENEAU, 2008) dos governos em textos institucionais que apresentam os serviços estatais de checagem.

2 A checagem de fatos como um formato jornalístico

A prática da checagem de fatos emerge em um ambiente de “desordem informacional”, expressão cunhada por Claire Wardle e Hossein Derakhshan (2017) para chamar o cenário permeado pelos conteúdos reduzidos à expressão “*fake news*”, termo rechaçado por eles:

Primeiro, porque é uma expressão lamentavelmente inadequada para descrever os complexos fenômenos da “poluição” da informação. O termo também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura eles acham desagradável. Dessa forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e contornar a liberdade de imprensa. (WARDLE; DERAKHASHAN, 2017, p. 5)

Na tentativa de abarcar a complexidade dos fenômenos no ambiente da desordem informacional, os autores propõem três tipologias para classificar os conteúdos:

- Informação errada: é quando informações falsas são compartilhadas, mas sem intenção de causar dano.

- Desinformação: é quando informações falsas são conscientemente compartilhadas para causar danos.
- Informação mal-intencionada: é quando informação genuína é compartilhada para causar dano, frequentemente para promover informações destinadas a permanecer privadas na esfera pública. (WARDLE; DERAKHASHAN, 2017, p. 5)

É evidente que a “desordem informacional” traz repercussões para as principais áreas da vida em sociedade e atinge, também, as políticas de saúde pública. Igor Sacramento e Raquel Paiva (2020) demonstraram como o consumo de informações mediadas por aplicativos como o WhatsApp interferem na crença dos pacientes sobre os tratamentos. Para os autores, vivemos hoje uma mudança de “regime de verdade” e, no centro da desconfiança, estão as instituições:

Na contemporaneidade, estamos passando de um regime de verdade baseado na confiança nas instituições para um regulado pelos dogmas, pela intimidade, pela experiência pessoal. Uma radicalização do “ver para crer” – frase atribuída ao personagem bíblico Tomé que se tornou um ditado popular ao longo de muitos séculos – ancora nosso atual regime de verdade que estabelece algo como o “viver para crer” e ainda um ter “vivido para ser crível”. (SACRAMENTO; PAIVA, 2020, p. 86)

Thales Lelo (2019) compreende a desinformação como uma manifestação do campo político, em que grupos de interesse concentram esforços para instrumentalizar a opinião pública a fim de interferir em tomadas de decisões. O pesquisador considera que “a abundante disponibilidade de falsos materiais jornalísticos no ambiente online torna os usuários mais suscetíveis a consumirem conteúdos que estejam em correspondência aos seus valores morais e inclinações políticas” (LELO, 2019, p. 3). Dessa maneira, o autor observa que tais grupos têm mobilizado intensas “sensibilidades partidárias”, como a crença em fraudes eleitorais, assim como questões sociais controversas para a opinião pública, como a pena de morte. “Em muitas circunstâncias os cidadãos não estão somente desprovidos de informações consistentes sobre os acontecimentos do mundo, mas sim resolutamente desinformados” (LELO, 2019, p. 3).

Na esteira desses fenômenos, Lelo (2019) observa uma expansão das iniciativas de *fact-checking* em diversos países, incluindo o Brasil, as quais são celebradas em estudos como “panaceia para combater a proliferação de desinformações, corrigindo falsas crenças sustentadas pelo público e robustecendo a democracia” (LELO, 2019, p. 3). É interessante

perceber que a prática do *fact-checking* surge com o objetivo de chancelar veracidades através de demonstrações baseadas no real e emerge como uma das principais formas de combate à desinformação.

Taís Seibt (2019) analisa o surgimento da checagem de fatos no contexto das transformações da prática jornalística e entende que ela é expressão de um novo paradigma, o do “jornalismo de verificação”. A autora, aderindo à proposta dos tipos ideais de Charron e Bonville (2016), não descarta a possibilidade de estarmos vivendo um período pré-paradigmático, entendido aqui como um momento marcado por evidências de mudanças estruturais significativas na prática jornalística. Seibt (2019) entende que o mérito da checagem de fatos está mais na transparência de seus métodos e de suas fontes do que na classificação dos conteúdos checados, por meio de selos.

Ao propor o “jornalismo de verificação” como tipo ideal, Seibt (2019) avança ao caracterizar a checagem, ajudando a entendê-la também como formato jornalístico. A pesquisadora ressalta que a checagem de fatos trabalha sobretudo a partir de conteúdos já conhecidos do público (discursos de dirigentes públicos, entrevistas à imprensa, conteúdos institucionais virais da web), “atribuindo a eles parâmetro de veracidade” (SEIBT, 2019, p. 235). Como prática jornalística, a checagem de fatos tem ênfase na verificação de conteúdos, podendo utilizar apuração de base de dados, além de ferramentas para identificar a manipulação de imagens.

A partir do Código de Princípios da IFCN (2020), podemos caracterizar a checagem de fatos por uma série de compromissos, entre eles o apartidarismo das checagens, a transparência de fontes e de financiamento, a clareza na divulgação da metodologia utilizada durante a checagem do conteúdo e uma rígida política de correção. Esse conjunto de características estarão entre o que analisaremos nas checagens realizadas pelos entes estatais.

3 Procedimentos metodológicos

Para realizar esta pesquisa empírica de viés qualitativo, optamos pela adoção do método de estudo de caso (POUPART et al, 2007) pelo fato de estarmos olhando para um fenômeno comunicacional novo e em pleno desenvolvimento, portanto, carente de explicações e descrições mais aprofundadas. Outro atrativo metodológico do estudo de caso é a possibilidade de construção de um percurso empírico particular, por meio da combinação de

diferentes técnicas de coleta, tratamento e análise de dados com vistas ao escamoteamento das diversas facetas do objeto em estudo (GIL, 2009).

Autorizados pelo método, realizamos dois movimentos empíricos e analíticos para compreender como se dá a apropriação do *fact-checking* pela comunicação pública estatal no cenário de pandemia da Covid-19. Inicialmente, fizemos um planilhamento das iniciativas de checagem dos governos estaduais e também de notícias produzidas pelos entes estatais sobre o início das atividades de checagem. A coleta dessas matérias mostrou-se importante, pois delas foi possível apreender as promessas relativas à realização do serviço de checagem e o *ethos* elaborado pelos governos estaduais ao assumirem também esse papel.

Na sequência, identificamos o universo da pesquisa, composto por 287 checagens. Em razão do volume de dados e do aspecto qualitativo da pesquisa, optamos por realizar uma amostragem aleatória por meio do sorteio de cinco checagens de cada governo estadual, totalizando assim 40 checagens. Esse conjunto amostral foi submetido a um planilhamento que envolveu a construção de seis categorias descritivas que nos possibilitaram perceber as aproximações e afastamentos entre as checagens estatais e as checagens jornalísticas. As categorias são:

- a) Tipo de conteúdo verificado (discursos de entes públicos e políticos; conteúdo veiculado na imprensa; conteúdo veiculados de forma viral em redes sociais, etc);
- b) Formato da checagem (notícia; reportagem; vídeo, etc);
- c) Canais de distribuição (site; redes sociais, etc);
- d) Fontes apresentadas na checagem (oficiais; especialistas, protagonistas anônimo);
- e) Transparência dos métodos de verificação;
- f) Uso de bases de dados públicas;

Essas categorias derivam das características do *fact-checking* apresentadas por Seibt (2019) e pelo IFCN em seus códigos de princípios. A partir delas foi possível perceber não só a proximidade com as checagens comumente realizadas pelas agências jornalísticas, mas também identificar ocorrências similares entre as iniciativas.

O segundo movimento empírico foi a análise do *ethos* discursivo construído pelos oito governos estatais em suas notícias oficiais sobre o lançamento dos serviços. Recorremos à análise do discurso para entender os sentidos evocados pelos governos estaduais ao associarem a prática do *fact-checking* ao escopo de suas atribuições durante a pandemia. A

escolha do *ethos* como categoria discursiva se justifica pelo fato de configurar uma identidade discursiva perceptível a partir de imagens, de um caráter, formados por meio de um texto.

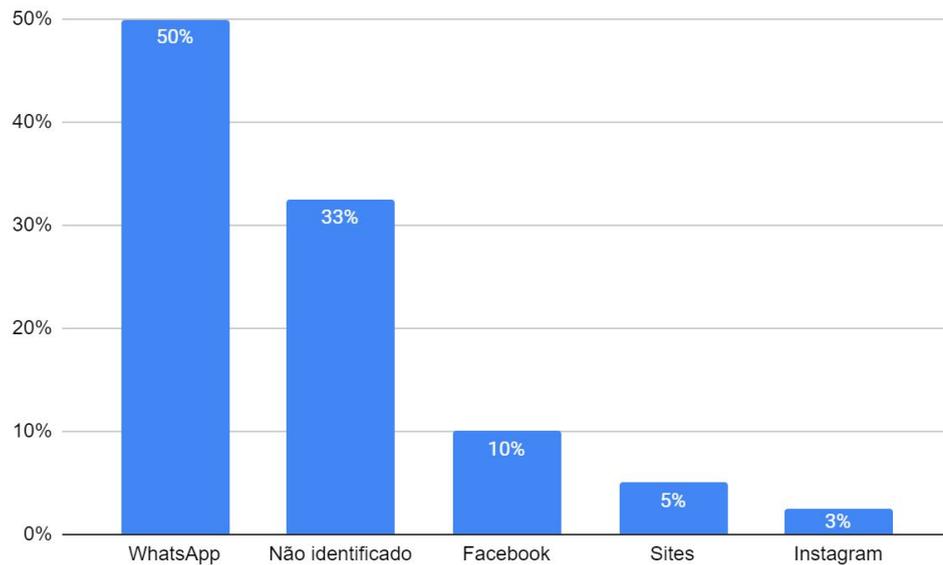
Maingueneau (2008), analisando as cenas de enunciação dos discursos, observa que o *ethos* é uma figura que visa a produção de uma identificação com o destinatário do texto. “As ‘ideias’ suscitam a adesão do leitor por meio de uma maneira de dizer que é também uma maneira de ser” (MAINGUENEAU, 2008, p. 72). O *ethos* é, portanto, a construção de uma corporeidade valorativa alicerçada na história. Ele inscreve o enunciador em um tempo e um espaço simbólico e histórico por meio da promoção de uma representação de si mesmo que é assimilada pelo destinatário. É importante advertir, como o faz Maingueneau, que o *ethos* não é uma categoria estática, mas um jogo entre enunciador e destinatário que se estabelece em uma dada situação discursiva. Ruth Amossy (2011) observa que Maingueneau relaciona o *ethos* à noção de tom. “No discurso político, por exemplo, o candidato de um partido pode falar a seus eleitores como homem do povo, como homem experiente, como tecnocrata etc. É nesse contexto que a noção de *ethos* adquire, para Maingueneau, toda sua importância” (AMOSSY, 2011, p. 16).

A imagem de si que o enunciador constrói tem o intuito de cativar a adesão do destinatário e para tal o enunciador lança mão de diversos índices discursivos que se relacionam com discursos em circulação em um determinado tempo e lugar (AMOSSY, 2011). Essa observação da autora evidencia, portanto, a produtividade em realizar uma análise do *ethos* discursivo dos governos estaduais, pois ela revelará em qual tipo de representação eles se ancoram para assegurar a legitimidade de uma atividade inédita em seu escopo de serviços públicos.

4 Análise de dados

Quanto ao tipo de conteúdo checado pelos governos, depreendemos que a maior parte (65%) das publicações surge das redes sociais. Metade de todas as checagens (50%) foram baseadas em mensagens trocadas pelo aplicativo WhatsApp, sendo 10% surgidas pelo Facebook e 2,5% do Instagram. Vale notar consideráveis ocorrências (32,5%) em que os governos estaduais não deixam claro, seja no texto ou em conteúdos paratextuais (imagem, vídeos ou links), a origem do material checado.

GRÁFICO 1
Origem do conteúdo das checagens pelos governos estaduais



O formato das checagens também é diverso, mas há o predomínio de postagens para redes sociais (57,5%). Nesses casos, os governos constroem imagens, geralmente com a reprodução de um conteúdo enganoso e atribuição de selo “fake” ou “fake news”, para circulação em redes como Instagram. Esse conteúdo é publicado nos perfis oficiais dos governos e reproduzidos nos portais estatais, como fazem Amazonas, Paraíba, Piauí e São Paulo. O Governo do Maranhão diverge da estratégia ao criar um perfil exclusivo no Instagram e no Twitter para circular as checagens (@VerdadeCovidMA). Essa escolha mostra uma plataformização da comunicação pública estatal, que visa rivalizar com a desinformação que também circula com mais ênfase nas plataformas de redes sociais.

A segundo maior presença (40%) é de checagens como notícias em portais dos governos estaduais ou em hotspots específicos, a exemplo do que identificamos nos estados de Alagoas, Ceará, Bahia e Piauí. Os textos são geralmente curtos, baseados principalmente no discurso oficial e com referências ao próprio governo ou a secretarias e outros órgãos oficiais. Ceará e Bahia têm conteúdos semelhantes, optando por checagens que se aproximam de releases, com marcado posicionamento institucional, e baixa ou inexistente clareza sobre a metodologia utilizada na determinação do selo escolhido. Em geral, as publicações são

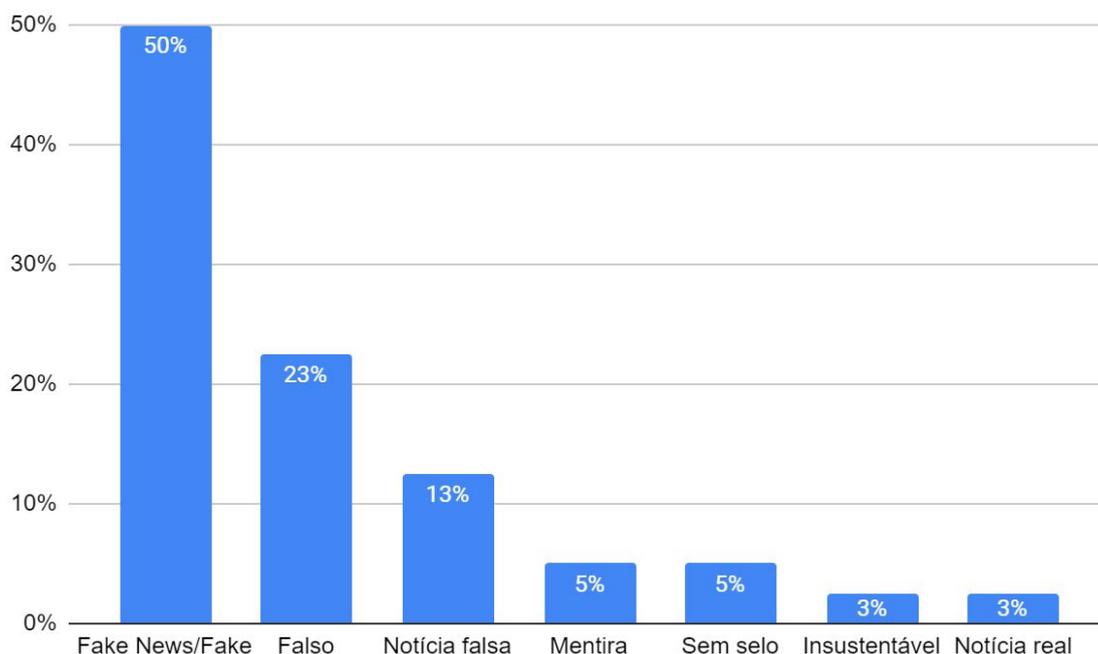
centradas no discurso oficial, sem pluralidade de fontes. Não há também documentos ou referências a bases de dados públicas que possam comprovar a checagem apresentada.

As publicações do Governo de Alagoas avançam em relação aos outros governos por apresentar checagens no formato de notícias mais longas, demonstrando esforço de se afastar do tom oficial. Identificamos também referência a outros entes estatais fora do âmbito municipal e o uso de entrevistas com especialistas, citados pelo discurso direto com o recurso das aspas, dando a ideia de pluralidade de vozes e de chancela da informação. No entanto, a página centra o seu conteúdo nas declarações de técnicos ligados ao Governo e não recorre ao uso de documentos públicos que garantam a comprovação das falas.

Ainda sobre transparência, emerge o caso da Paraíba e do Piauí que, em algumas checagens, até citam bases de dados abertas ou reproduzem documentos para dar confiabilidade ao material checado, no entanto, o leitor não recebe meios para verificar, ele mesmo, as informações apresentadas.

Sobre a metodologia das checagens, nenhum governo estadual expôs de maneira clara e objetiva os parâmetros usados para determinar o selo atribuído nas postagens. Das 40 publicações analisadas, mais da metade delas (52,5%) recebeu o selo de “*fake news*” ou “*fake*”. Há também ocorrência de selos como “falso” (22,5%); “notícia falsa” (12,5%) e “mentira” (5%). O Governo de Alagoas, por exemplo, classificou como “insustentável” uma informação sobre a transferência de pacientes com Covid-19 em hospitais de Maceió, reservando-se a dizer que a Secretaria de Saúde não confirmou os dados, sem citar documentos ou outras provas.

GRÁFICO 2
Selos usados nas checagens dos governos estaduais



O Governo do Ceará, por sua vez, escolheu o selo “notícia real” para identificar um conteúdo que mais se assemelhava a um release do que a uma checagem, posto que não surgiu de nenhum representante público ou de informação circulante nas redes sociais ou na imprensa. Esse tipo de atitude denota um oportunismo com o cenário de desinformação corrente e traz como um subentendido que o Governo do Estado é produtor de “notícias reais enquanto outros agentes sociais se encarregam de produzir “notícias falsas”.

Quando os governos estatais chamam para si a responsabilidade em verificar informações e abstêm-se da transparência dos métodos e das fontes documentais, eles ancoram-se na autoridade inerente às suas posições no estrato político. A autoridade, portanto, é uma imagem predominante nos *ethé* desses governos estatais nas notícias que anunciam os serviços de checagem. A partir de agora, vamos apresentar brevemente as identidades que emergem dos discursos dos entes governamentais.

No portal do Estado de Alagoas, a matéria que anuncia as checagens afirma:

Para combater a proliferação dessas fake news, a Secretaria de Estado da Comunicação (Secom) vai disponibilizar, a partir desta quarta-feira (25), no site da

Agência Alagoas, um serviço de checagem de fatos. Serão analisados e divulgados o conteúdo de vídeos, áudios e postagens diariamente (AGÊNCIA ALAGOAS, 2020)⁴

O Estado de Alagoas se apresenta como um prestador de serviço público que irá combater as *fake news*, mimetizando assim os discursos circulantes sobre o próprio combate da Covid-19, ao considerar a desinformação como uma enfermidade. Imagem esta que é reafirmada pelo secretário de comunicação do Governo:

A notícia mentirosa é um vírus a mais que passou a circular de forma muito danosa, procurando causar pânico e criar mais problemas para o sistema de saúde e para a população. Vamos combater esse vírus esclarecendo e desmentindo cada inverdade divulgada”, explica o secretário de Comunicação, Enio Lins. (AGÊNCIA ALAGOAS, 2020).

O *ethos* do governo de Alagoas portanto é de uma autoridade de saúde. Dessa forma, o Governo situa sua imagem em consonância com a formação discursiva da saúde e da ciência que disputam espaço discursivo com a da economia, do trabalho e outras mais que emergiram durante a pandemia.

Já na notícia sobre o lançamento do hot site do Estado do Amazonas, é adotado um tom objetivo que coloca o Governo e seus porta-vozes como autoridades confiáveis, seguras e que trabalham com a verdade. Esses valores são reforçados em diferentes passagens do texto, como quando é mencionado o aspecto técnico de segurança das informações hospedadas no site oficial.

A Secom trabalhou em parceria com a Prodam e a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa, para colocar o hot site no ar. “Coube à Prodam providenciar um ambiente tecnológico seguro para hospedar a nova página. Além disso, disponibilizamos as ferramentas de acesso para que o site possa estar sempre atualizado com as novas informações sobre o cenário do coronavírus no Amazonas”, detalhou o diretor presidente da Prodam, João Guilherme de Moraes e Silva. (SECRETARIA DE SAÚDE DO AMAZONAS, 2020).⁵

Interessante notar que a matéria não especifica com muitos detalhes quais os critérios de avaliação das informações a serem checadas. Fala-se no uso de selos, mas não há um detalhamento de gradações para o extremo do verdadeiro ou do falso. Dessa forma, trabalhar

⁴ Disponível em:

<http://agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/item/32600-secom-cria-secao-de-checagem-de-fatos-para-combater-fake-news>. Acesso em 24 de mai. 2020.

⁵ Disponível em: <http://www.saude.am.gov.br/visualizar-noticia.php?id=4376>. Acesso em 24 de mai. 2020.

de forma absoluta com “verdade ou mentira” reforça o lugar de autoridade que o Governo assume.

A análise do *ethos* do Governo da Bahia começa pelo título: “Fato ou fake? Agora, você pode checar antes de compartilhar”. Ele e o próprio selo visual de divulgação da página são uma paráfrase do serviço de checagem de fatos do portal G1, intitulado “Fato ou fake” e existente há mais tempo que o do Governo da Bahia. Esse recurso de interdiscursividade, quase de citação, pode funcionar como uma estratégia de legitimação, pois o Governo se apropria de um enunciado já em circulação no ambiente midiático para se apresentar também como um agente da esfera informativa que age no combate às *fake news*. Contudo, o texto que apresenta o serviço difere do convencional ao universo jornalístico e se aproxima ao conteúdo de uma postagem em redes sociais, pelo tom conversacional e pelo caráter enxuto.

Agora, você pode usar o Instagram, o Facebook e o WhatsApp do Governo do Estado para verificar se uma informação é verdadeira ou falsa. Antes de compartilhar com familiares e amigos, envie sua dúvida que nós faremos a checagem. Criar e espalhar fake news é crime e pode prejudicar muita gente. Quando for algo ligado ao coronavírus, o cuidado deve ser dobrado! Então, ao receber uma notícia ou informação sobre curas milagrosas, tratamentos alternativos, dados não oficiais ou qualquer medida que te cause estranheza, envia para a gente antes de espalhar, pois nessas horas, todo cuidado é pouco. (SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL, 2020).⁶

A adoção dessa estratégia enunciativa se justifica porque o texto interpela o leitor sobre o ato de compartilhar informações via redes sociais e, com um tom solícito e amistoso, pede aos leitores que antes de compartilhar informações verifiquem-nas no site do Governo. Esse investimento em um *ethos* horizontalizado junto ao público negligencia aspectos importantes para o serviço de *fact-checking* como metodologia para checagens, o uso de selos, etc. A ausência de fontes oficiais do governo reforça a informalidade do texto e torna ainda mais opaco o que de fato importa: quem irá atestar a veracidade das checagens?

No texto de apresentação da sua “agência de checagens”, o Governo do Ceará também assume um tom de autoridade — aquele que está autorizado a dizer o que é ou não verdade. Contudo, essa autoridade não é instituída pelo governador, pelo poder político, mas sim pelos técnicos. “A agência é formada pelas equipes técnicas e de comunicação das secretarias e

⁶ Disponível em:

<http://www.secom.ba.gov.br/2020/04/153441/Fato-ou-fake-Agora-voce-pode-checar-antes-de-compartilhar.htm>.

Acesso em 24 de mai. 2020.

órgãos vinculados. O grupo esclarece dúvidas, recebe denúncias e combate os efeitos das informações falsas com conteúdo de qualidade e embasamento técnico” (GOVERNO DO CEARÁ, 2020)⁷.

A ênfase nos técnicos preparados para restabelecer a verdade remete à força dos sistemas peritos da modernidade (GIDDENS, 1991), quando os especialistas em uma determinada área davam o tom de segurança para a modernidade. No caso do Governo do Ceará, a segurança informativa advém dos técnicos do governo. A figura dos especialistas derivam ainda da confiança na ciência na modernidade, confiabilidade essa que retornou ao debate durante a pandemia. A própria escolha do nome “agência” e não “serviço de checagem” ou outro tipo de denominação também faz referência ao aspecto técnico. As agências de notícias são instituições técnicas e organizadas, responsáveis pela disseminação de notícias pelo mundo. Portanto, ao se autointitular de agência, o Governo do Estado reforça sua legitimidade pela técnica e, assim como o fez o Governo da Bahia, apresenta-se como um agente midiático.

Além desse *ethos* técnico e especializado, o Governo assume ainda uma imagem didática ao orientar minimamente, ainda na matéria, como o cidadão pode identificar uma informação falsa:

Para acionar a agência, o contato pode ser realizado pelo WhatsApp, Telegram, e-mail ou redes sociais, que incluem Instagram, Facebook e Twitter. No site, o cidadão também terá acesso a dicas sobre como identificar informações falsas. Entre os procedimentos, é importante sempre verificar a fonte da notícia, observar a data de publicação, ler o texto completo e desconfiar de áudios, imagens e vídeos encaminhados em aplicativos de trocas de mensagens. (GOVERNO DO CEARÁ, 2020).

Sendo assim, o *ethos* do Governo do Ceará é composto pela imagem de um técnico que está disposto a ensinar os cidadãos a como verificar a veracidade das informações por meio de fontes oficiais e confiáveis, elencadas por ele como o próprio Governo do Estado e os jornais de grande circulação. Nas entrelinhas destes enunciados, há um esforço de letramento informacional da população por meio da capacitação técnica para identificar informações falsas.

⁷ Disponível em:

<https://www.ceara.gov.br/2020/04/29/antifake-governo-do-ceara-lanca-agencia-de-checagem-de-dados-e-noticias/>. Acesso em 24 de mai. 2020.

O Governo do Maranhão também se apresenta como uma autoridade portadora da verdade. “[...] o Governo do Maranhão lançou, na última quarta-feira (29), o perfil ‘Verdade Covid MA’ nas redes sociais, com checagem de notícias falsas e publicação de informações corretas sobre o coronavírus no estado” (AGÊNCIA MARANHÃO DE NOTÍCIAS, 2020)⁸. A ênfase de que o público deve ficar atento às notícias veiculadas pelos canais oficiais do Estado mostra, assim como no Governo do Ceará, de onde advém a autoridade: do poder institucional.

As fake news têm grande capacidade de viralização, são facilmente compartilhadas, o que é um grande desafio. No entanto, notícias falsas costumam ter um padrão que podem ajudar na identificação. [...] Para averiguar, é possível dar uma conferida nos canais oficiais do Governo do Estado (site e redes sociais). Verifique também a data de publicação da mensagem, já que notícias antigas servem de inspiração para fake news. Uma conferida em sites de pesquisa pode ajuda a decifrar. Além disso, leia o texto completo, já que geralmente lançam mão de título apelativo ou fora de contexto. E diante áudios e vídeos, verifique se a imprensa institucional e os canais oficiais abordam o tema. (AGÊNCIA MARANHÃO DE NOTÍCIAS, 2020).

Essas passagens deixam entrever o esforço de letramento informacional que o Governo tenta construir com as orientações. Essa postura remete a um *ethos* professoral, que reforça a autoridade oficial já ensaiada no início do texto. Essas duas imagens não se contradizem e se complementam na medida em que o professor na nossa cultura é uma figura de autoridade e respeito cujos ensinamentos espera-se que sejam corretos e direcionados para a orientação das práticas profissionais e sociais dos estudantes.

Na apresentação do serviço de checagem da Paraíba, tem-se: “Governo do Estado montou uma equipe técnica para identificar e combater as *fake news*, a fim de restabelecer a verdade das informações relativas às medidas e providências adotadas pela administração estadual no enfrentamento da pandemia do coronavírus” (GOVERNO DA PARAÍBA, 2020)⁹. O Governo da Paraíba constrói seus enunciados sobre o serviço de checagem valendo-se de um duplo movimento: enfatizando sua expertise técnica com apresentação da equipe e dos procedimentos adotados por ela para realizar a atividade de checagem, sem abandonar a verve política de seu discurso, perceptível quando usa expressões como “restabelecimento da verdade” sobre as medidas e providências do Governo.

⁸ Disponível em: <https://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/?p=275750>. Acesso em 24 de mai. 2020.

⁹ Disponível em <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/fake-nao-governo-do-estado-lanca-site-de-checagem-de-noticias-e-veracidade-de-informacoes>. Acesso em 24 de mai. 2020.

Esse aspecto aparece em outro trecho, quando é afirmado que o Governo da Paraíba “utiliza uma plataforma de trabalho para identificar o alcance, abrangência e também a autoria das *fake news* que buscam desinformar a população propagando informações mentirosas e por muitas vezes caluniosas sobre as ações do Governo do Estado para minimizar os efeitos do coronavírus na Paraíba” (GOVERNO DA PARAÍBA, 2020). A busca de uma autoria das *fake news* e a taxação de que a desinformação também promove a calúnia contra o Governo são movimentos que nos remetem ao julgamento, pelo uso de termos jurídicos como calúnia, e à disputa política, pois quem age de forma a caluniar o governo intenta prejudicá-lo.

O enunciado que encerra esse parágrafo também denota o reconhecimento de que existe uma disputa de narrativa política, pois há quem queira minimizar os efeitos da pandemia no Estado. Ao reconhecer isso, o Governo também se posiciona no lado da verdade e da transparência. Um sentido que se subentende desse enunciado é o de que o Governo será transparente e mostrará a verdade, mesmo que essa seja negativa em relação à propagação da doença. Dessa forma, o *ethos* do Governo da Paraíba se desloca entre uma imagem técnica, de transparência e uma imagem de disputa política.

O Governo do Piauí assume um *ethos* de compromisso com a população ao afirmar que o combate às *fake news* é parte da ação de prevenção da doença.

Governo do Piauí [...] está lançando uma página voltada exclusivamente para esclarecer assuntos que foram tratados como notícias verdadeiras. A ação se deve ao aumento da circulação de informações falsas relacionadas à doença Covid-19 e o risco que elas trazem ao próprio trabalho de prevenção. (GOVERNO DO PIAUÍ, 2020)¹⁰

Assim como o Governo de Alagoas, mas com ênfase menor, o *ethos* do Governo do Piauí se articula em torno da ideia de que a desinformação é uma doença e que o Estado é a autoridade em saúde preparada para combatê-la. Essa imagem é sustentada pelos especialistas do Governo que aparecem como fiadores de sua promessa. No entanto, o Governo não esclarece como essa promessa será cumprida, quais recursos serão utilizados, quais fontes de informações. O cidadão precisa, assim, confiar nas palavras dos fiadores do Governo e é convocado a se aliar nesse combate acessando os canais de comunicação oficiais.

¹⁰ Disponível em: <https://www.pi.gov.br/noticias/governo-do-piaui-cria-pagina-para-combater-noticias-falsas/>. Acesso em 24 de mai. 2020.

Por fim, o Governo de São Paulo, ao tratar sobre o serviço de combate às fake news, se coloca em uma posição de protetor, apelando para o discurso sobre a insegurança que as informações falsas ocasionam.

As ações da Secretaria de Comunicação do Estado relacionadas ao coronavírus foram iniciadas ainda em janeiro e se intensificaram após a Criação do Centro de Contingência da doença. A divulgação de informações oficiais corretas para a imprensa e a população é imprescindível para evitar pânico e proteger a saúde de todos. (GOVERNO DE SÃO PAULO, 2020)¹¹

Assim como outros governos estatais, o de São Paulo também recorre a seus especialistas como fiadores de seu compromisso com a população.

Este é um serviço que o Governo de São Paulo encara como essencial neste momento. Temos um grande esforço para desmentir as fake news que estão circulando. A população precisa de informações confiáveis para se prevenir da doença e para saber da situação da saúde pública”, disse o Secretário de Comunicação, Cleber Mata. (GOVERNO DE SÃO PAULO, 2020).

Aqui fica evidente a ideia de que prover a sociedade de informações corretas deve ser um atributo das instâncias públicas e institucionais sobretudo na comunicação digital, aspecto muito frisado no texto de apresentação da checagem de São Paulo. A postura desenhada acima é complementada por enunciados carregados de um tom de letramento digital para a população.

Para receber informações oficiais sobre o coronavírus no celular e ajudar a combater fake news, baixe o app Telegram para Android ou iOS. Depois, é só usar o sistema de pesquisa do aplicativo e se cadastrar no canal spcoronavirus (<https://t.me/spcoronavirus>). Outra opção é baixar os cards produzidos pelo Governo de São Paulo e distribuir diretamente pelo WhatsApp e redes como Facebook ou Instagram. (GOVERNO DE SÃO PAULO, 2020).

Dessa forma, o Governo de São Paulo assume também um *ethos* didático, professoral, que ensina o público a se comunicar da forma correta. De certa forma, ao orientar como o público pode ter acesso a informações verdadeiras, o Governo implica seu público diretamente no combate às *fake news*. Um enunciado subentendido nessa ideia é do que: “se eu faço a minha parte, faça a sua”, apelando para a construção de uma consciência social sobre o tema da desinformação. É válido observar que o apelo à consciência coletiva foi a

¹¹ Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/spnoticias/governo-cria-canal-no-telegram-pecas-contr-fake-news-sobre-coronavirus/>. Acesso em 24 de mai. 2020.

chave dos discursos sobre o isolamento social provenientes tanto do poder público quanto de médicos, cientistas e da mídia. Dessa maneira, o Governo estatal constrói uma espécie de paralelismo discursivo entre o combate à desinformação e o combate ao coronavírus, ambos essenciais e carentes da participação da sociedade para que as ações públicas tenham sucesso.

5 Considerações finais

A análise das checagens e dos *ethé* dos governos estatais nos mostra o intuito deles em se legitimar como agentes aptos a restabelecer a ordem informacional. Essa postura, contudo, não é ingênua e desinteressada. É uma maneira de reforçar a credibilidade governamental junto à sociedade a partir do posicionamento no polo da verdade. Afinal, essa credibilidade informativa pode agregar mais confiança às ações dos governos de controle da pandemia.

Daí porque alguns governos estatais da nossa amostra apostaram em um *ethos* discursivo de autoridade, seja pela via da técnica e dos especialistas ou pela via do poder institucional. A assunção dessa imagem pode justificar o desinvestimento na transparência dos métodos e das fontes nas comunicações das checagens, apontadas como essenciais ao trabalho de checagem no jornalismo. É como se a autoridade eximisse esses governos de explicar para a sociedade quais meios foram utilizados para verificar uma dada desinformação, o que nos aponta para uma diferença marcante em relação à prática jornalística.

A opacidade dos métodos e das fontes repercute na adoção, pela maioria dos governos, de apenas dois selos para as verificações, simplificando assim o ato de checagem e reforçando a polarização entre “verdade” e “falsidade” que, em uma análise conjuntural, reforça a própria polarização política. Essas fragilidades nas ações de checagens realizadas pelos entes governamentais destoam não só do padrão das checagens realizadas pelas instituições jornalísticas, mas se afastam do *ethos* discursivo didático e professoral com um tom de letramento informacional que eles próprios assumem.

A imagem didática nos remete ao objetivo de ensinar o público a checar as informações que lhes chegam, sobretudo, pelas plataformas de rede sociais, recorrendo às checagens oficiais dos governos. Esse *ethos* denota o viés de fato democrático dessas ações, que é dotar os cidadãos de ferramentas e conhecimentos para identificar as desinformações.

Nesse sentido, os governos estatais ocupariam mais a posição de fontes de informações verdadeiras do que de checadores em si, desempenhando esse papel apenas pela mobilização do contexto.

No entanto, mesmo que os governos queiram assumir única e exclusivamente a função de orientadores do letramento informacional, ainda o estão fazendo de forma incompleta ao negligenciar o princípio da transparência, um valor caro ao jornalismo e à própria democracia. Resta agora acompanhar a manutenção dessas ações de checagens por esses entes do executivo estadual, observando se elas se modificam rumo a uma maior transparência e são mantidas mesmo passada a pandemia ou se com o arrefecimento da crise sanitária, elas irão perder fôlego ou se orientar rumo a outros temas.

6 Referências

AMOSSY, Ruth. **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2011.

CARDOSO, Ivelise de Almeida. **Propagação e influência de pós-verdade e fake news na opinião pública**. 2019. Dissertação (Mestrado). Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

GIDDENS, A. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Editora Unesp, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso**. São Paulo: Atlas, 2009.

IFCN. **International Fact-Checking Network fact-checkers' code of principles**. IFCN, St. Petersburg, setembro. 2016. Disponível em: <https://bit.ly/3bbxNR4>. Acesso em 20 de ago. 2020

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, Heloiza (Org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA-USP, 2011. p. 13-22

LELO, Thales Vilela. Recepção de fake news e fact-checking em contexto de polarização política. In: **Encontro Anual da Compôs**, 28., 2019, Porto Alegre. Anais eletrônicos. Belo Horizonte: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2019. p. 1-24. Disponível em: <https://bit.ly/3gHI0dV>. Acesso em 20 de ago. 2020

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábolas Editorial, 2008.

ONU. **COVID-19: chefe da ONU alerta para 'epidemia de desinformação'**. ONU, Brasília, abr. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3gKGJ1d>. Acesso em: 10 de jul. 2020

POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa**. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Trad. Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Vozes, 2008.

SACRAMENTO, Igor; PAIVA, Raquel. **Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil**. MATRIZES, v. 14, n. 1, p. 79-106. São Paulo: USP, 2020. Disponível em <<http://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/160081>> Acesso em: 2 jun. 2020

SEIBT, Taís. **Jornalismo de verificação como tipo ideal**: a prática de fact-checking no Brasil. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre: UFRGS, 2019.

SILVERMAN, Craig. **Nos EUA, notícias falsas ultrapassam jornalismo em engajamento no Facebook**. 17 nov. 2016. Disponível em: <https://bzfd.it/3lvWLiS>. Acesso em jun. 2006.

WARDLE, Claire; DERAKHASHAN, Hossein. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. **Council of Europe Report**. 27 de set. de 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3edaUg6>. Acesso em: 10 jul. 2020.