
SEM MIGUÉ NAS ELEIÇÕES

Uma proposta de *fact-checking* colaborativo em São Luís/MA¹

“SEM MIGUÉ” IN THE ELECTIONS

A collaborative fact-checking experience in São Luís/MA

Jorge Araújo Martins Filho²
Li-Chang Shuen³

Resumo: O artigo que apresentamos traz resultados preliminares de um experimento realizado durante as eleições municipais de São Luís/MA em 2020. Nele, buscamos investigar se – e de que forma – um modelo colaborativo e descentralizado de checagem de fatos ajuda os participantes a lidar com o fenômeno da desinformação. Para isso, idealizamos uma plataforma de fact-checking intitulada “Sem Migué” e testamos um mínimo produto viável com a participação de 24 voluntários, incluindo não jornalistas. Os dados obtidos a partir da análise de métricas, questionários com os voluntários e observação participante servirão de subsídio para propor uma versão mais atualizada do modelo, que poderá ser testada em novas aplicações do projeto.

Palavras-chave: Desinformação. Democracia. Jornalismo.

Abstract: The present paper brings early results of an experiment carried out during the 2020 local elections in São Luís/MA. The aim was to investigate whether and how a collaborative and decentralized fact-checking model could help the participants deal with disinformation. For this, a fact-checking platform called “Sem Migué” was developed as a minimum viable product, which was tested with the participation of 24 volunteers, including non-journalists. The data analyzed was collected from the website’s metrics, questionnaires answered by the volunteers and participant observation. The results will guide the development of a new version of the model, which might be tested in new applications of the project.

Keywords: Disinformation. Democracy. Journalism.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Eleições e Práticas de Comunicação da 9ª Edição do Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política (9ª COMPOLÍTICA), realizado em formato remoto, de 24 a 28 de maio de 2021.

² Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional (PPGCOMPRO) da Universidade Federal do Maranhão, jfilho.araujo@gmail.com.

³ Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação – Mestrado Profissional (PPGCOMPRO) da Universidade Federal do Maranhão, doutora em Ciências Sociais (UnB), li.chang@ufma.br.

1. Introdução

Em 2016, o mundo assistia ao que parecia ser a vitória de uma onda conservadora e populista. Trump era eleito presidente dos Estados Unidos e o Reino Unido votava pelo acordo do Brexit. Desde então, expressões como desinformação, *fake news*, pós-verdade e crise das instituições têm se tornado cada vez mais frequentes nas análises da conjuntura política em várias democracias liberais pelo mundo. No Brasil não foi diferente. A tendência se acimatou à cultura política nacional, resultando na vitória do projeto de extrema-direita capitaneado por Jair Bolsonaro em 2018. O fenômeno se consolidou como um problema para o qual jornalistas, políticos, juristas e acadêmicos ainda buscam soluções. Nessa perspectiva, surge a nossa proposta de experimentar um modelo colaborativo e descentralizado de *fact-checking*, que se materializou na plataforma “Sem Migué”, testada durante as eleições municipais de São Luís/MA em 2020.

Este artigo traz os resultados preliminares dessa pesquisa-ação, que buscou investigar se – e de que forma – uma experiência como essa pode afetar as maneiras por meio das quais os participantes lidam com a disseminação de informações falsas na internet. Para isso, viabilizamos a plataforma Sem Migué, um mínimo produto viável que permitiu implementar e avaliar o desempenho das premissas do modelo proposto: a possibilidade de diversos usuários colaborarem na checagem de cada fato, descentralizando a produção desse tipo de reportagem para além das fronteiras do jornalismo profissional.

O projeto foi lançado no dia 17 de setembro, quando teve início a campanha de recrutamento dos checadores voluntários. Não exigimos que tivessem formação ou experiência jornalística. A ideia era criar uma comunidade aberta com dinâmica de trabalho distribuída, típica de um ecossistema de mídia caracterizado, segundo Muniz Sodré (2014), pela fragmentação dos públicos em individualidades interativas. Uma das hipóteses era que a prática da checagem pudesse ser realizada não apenas por jornalistas profissionais, mas qualquer pessoa disposta a seguir a nossa metodologia.

Assim, o teste de aplicabilidade do mínimo produto viável teve a participação de 24 voluntários, que se inscreveram e receberam treinamento em uma oficina on-line sobre a nossa metodologia de checagem. A cada um deles foi concedido um perfil no site da plataforma, com permissão para postar nos fóruns de verificação que publicamos durante o período eleitoral. A seleção de pautas previa informações duvidosas nas falas dos candidatos a prefeito da capital maranhense e boatos relacionados ao pleito que estivessem circulando pelas redes digitais. Para avaliar o desempenho do modelo, utilizamos como indicadores as métricas do site, questionários aplicados com os colaboradores e observação participante de todo o processo.

O material coletado nessa etapa da pesquisa fornece as bases tanto para desenvolver uma atualização do modelo de checagem como para responder à nossa problematização acerca do impacto do experimento na forma como os participantes lidam com o fenômeno da desinformação. Escolhemos utilizar essa terminologia em vez de *fake news* devido à confusão conceitual que esta última carrega – Wardle (2017) argumenta que o problema é mais abrangente que a esfera da produção noticiosa, atingindo todo o ecossistema da informação. Além disso, a expressão tem sido usada como um mero xingamento para desqualificar narrativas adversárias, pouco importando a veracidade. Para definir desinformação, buscamos apoio em autores que apontam para duas características principais: a falsidade das informações e a intenção de enganar (HAIDEN; ALTHUIS, 2018; WARDLE; DERAKHSHAN, 2017).

Entretanto, reconhecemos algumas limitações do conceito. Um dos aspectos é a dificuldade de avaliar, na prática, o caráter intencional da disseminação de conteúdo falso. Outro é a complexidade do ato de enganar, que pode ir muito além da dicotomia verdadeiro-falso na categorização das informações – afinal, também é possível enganar utilizando informações verídicas dependendo do contexto em que são retratadas. Além disso, quando se fala em desinformação geralmente se busca um agente malicioso que precisa ser neutralizado por representar uma ameaça à segurança nacional. Mas costuma-se negligenciar que atores institucionais como os próprios governos e veículos de mídia tradicionais também são capazes de enganar.

Essa relação entre as instituições de referência na democracia liberal e as dinâmicas emergentes de comunicação nas redes digitais é discutida na segunda seção do artigo, com ênfase na crise do jornalismo profissional. A terceira seção se dedica à articulação entre as reflexões teóricas e alguns resultados preliminares do experimento, apontando possíveis caminhos para uma nova práxis. Já o quarto e último tópico apresenta as considerações finais, que retomam de forma resumida as principais contribuições da pesquisa e sugerem novas linhas de investigação relacionadas ao objeto.

2. Pós-verdade e caminhos para o jornalismo profissional

Os problemas advindos da disseminação de informações falsas, sobretudo em redes sociais on-line, têm recebido bastante atenção em estudos que ora dão mais ênfase aos aspectos tecnológicos do fenômeno, ora aos políticos (DOURADO, 2019; HAIDEN; ALTHUIS, 2018; MANTZARLIS, 2018; RECUERO; GRUZD, 2019; WARDLE, 2017). Recentemente, uma pesquisa publicada na Revista Science (VOSOUGHI; ROY; ARAL, 2018) utilizou uma amostra de mais de 100.000 mensagens postadas no *Twitter*, concluindo que as contas atribuídas a robôs espalharam conteúdo verdadeiro e falso na mesma medida, enquanto as contas humanas tendiam a disseminar mais as mentiras.

Esses achados sugerem que, muito embora a tecnologia exerça um papel fundamental na compreensão do fenômeno, é o comportamento humano que se encontra em posição de centralidade nos processos. A fixação de crenças pode ser influenciada por uma variedade de fatores, e entre eles está o aspecto cultural. Considerando a cultura como um conceito ligado às estruturas sociais de poder e ao contexto histórico (ESCOSTEGUY, 2010), observamos que suas dinâmicas de formação de identidades e produção de sentido para a vida cotidiana estão na base da motivação para o compartilhamento desse tipo de conteúdo.

Muitas vezes, é a sensação de pertencimento a um grupo social ou político que motiva a propagação de ideias terraplanistas⁴, de conspirações sobre o real objetivo das campanhas de vacinação⁵, ou da defesa de medicamentos sem eficácia comprovada para doenças como Covid-19⁶. A presença desse tipo de discurso no debate público levou muitos a acreditarem que a humanidade estaria adentrando uma era da pós-verdade. Eleita palavra do ano de 2016 pela Universidade de Oxford⁷, a pós-verdade é definida como a dimensão referente às circunstâncias em que, nos processos de formação de opinião, sentimentos e crenças são capazes de exercer mais influência do que fatos concretos.

Contudo, a mera disposição para propagar mentiras com base em sentimentos e crenças não representa novidade alguma. O historiador Yuval Noah Harari defende que essa sempre foi a disposição cognitiva dos seres humanos que vivem em sociedade. “Os humanos sempre viveram na era da pós-verdade. O *Homo sapiens* é uma espécie da pós-verdade, cujo poder depende de criar ficções e acreditar nelas” (HARARI, 2018, p. 208). Assim como Harari, acreditamos que o nosso pensamento e o nosso estar no mundo são organizados a partir de narrativas e não de fatos, números e equações – compreendendo como narrativa uma cadeia de signos caracterizada por suas particularidades sociais, culturais e históricas (SQUIRE, 2014).

Assim, o que testemunhamos hoje nas redes sociais on-line é uma profusão de narrativas que, verídicas ou não, estão geralmente alinhadas a crenças frequentemente atravessadas por interesses políticos, sociais e econômicos. Tratamos esses discursos como dimensões que constituem a realidade social, ao mesmo tempo em que são constituídas por ela. Esse jogo discursivo está alinhado aos processos comunicacionais enquanto vinculação social, uma vez que abre múltiplas possibilidades de elaboração do real a partir de configurações sociais, culturais e históricas particulares.

Muniz Sodré (2014) propõe o estudo da Comunicação como instauração de um comum – uma espécie de vazio, condição para o preenchimento de espaços, criação

⁴ Disponível em: <<https://bit.ly/32Gkt3M>> Acesso em 24 abr 2021.

⁵ Disponível em: <<https://bit.ly/3xjNdNR>> Acesso em 24 abr 2021.

⁶ Disponível em: <<https://bit.ly/3dL1Vp9>> Acesso em 24 abr 2021.

⁷ Disponível em: <<https://glo.bo/32GLJiu>> Acesso em 24 abr 2021.

de comunidades e relacionamentos intersubjetivos. Nessa perspectiva, o ato de comunicar implica uma vinculação, ou seja, “(...) um nada constitutivo, pois o vínculo é sem substância física ou institucional, é pura abertura na linguagem” (SODRÉ, 2013, p. 207). Esse comum está presente em todos os processos comunicacionais, incluindo os menos institucionalizados. Assim, observamos a desinformação como uma dinâmica emergente de vinculação social, que ocorre no contexto de uma crescente crise das instituições de referência na produção de narrativas com valor de verdade.

Nesse cenário, mesmo que o jornalismo profissional ainda ocupe uma posição privilegiada na definição das pautas do debate público, os veículos tradicionais encontram-se sob ameaça. Além de várias empresas jornalísticas terem tido suas principais fontes de financiamento comprometidas com o advento da internet, o desenvolvimento tecnológico também retirou da instituição jornalística a exclusividade na produção e difusão de conteúdo nas mídias. Como consequência, outros atores e grupos sociais adentraram os espaços do debate público, frequentemente em conflito com as narrativas da imprensa.

A descredibilização do jornalismo e outras instituições do *establishment* se configura como uma das estratégias de um movimento que pode ser denominado populismo autoritário. Essa é a terminologia utilizada por Pippa Norris e Ronald Inglehart (2018) para se referir à descrença nos valores democráticos que parece ter se avolumado ao longo dos últimos anos. Segundo os autores, o populismo é a tendência de agir em conformidade com as vontades do “povo” – visto não em sua pluralidade, mas como uma instância homogênea, geralmente reduzida à ideia genérica do “cidadão comum”. Os líderes populistas costumam reivindicar para si o papel de representantes únicos da voz desse “povo”, questionando com frequência o poder da mídia, dos processos eleitorais, partidos políticos, juízes, funcionários públicos, organizações internacionais, etc. Ainda de acordo com Norris e Inglehart, o autoritarismo acrescenta um conjunto de valores que, em geral, priorizam a segurança coletiva em detrimento da autonomia individual.

Uma definição semelhante de populismo é utilizada por Yascha Mounk (2019) para caracterizar a ascensão dos discursos que têm representado uma ameaça à democracia liberal – vista como um sistema em que determinadas instituições

protegem o Estado de direito e garantem direitos individuais. Mounk atribui essa instabilidade a três causas principais: a desaceleração do crescimento econômico global acompanhada do aumento da desigualdade, um fortalecimento do nacionalismo decorrente da crise da ideia de Estado-nação e, finalmente, as transformações no paradigma comunicacional.

Assim, o que está em jogo é uma crise epistêmica do modelo de democracia liberal que se consolidou em sociedades capitalistas ao longo do século XX. E o jornalismo é apenas uma das instituições de referência nesse sistema, que também inclui agências de regulação, tribunais, academia e partidos políticos. Trata-se de um enfraquecimento dos mecanismos de legitimação das crenças sobre a realidade que sustentam esse modelo há décadas. Nesse sentido, é preciso evitar explicações apolíticas e apoiadas em uma falsa neutralidade do aparato técnico envolvido no fenômeno. Por mais que a tecnologia exerça um papel importante na propagação de ideias antidemocráticas, o contexto histórico e cultural diz muito mais sobre o crescimento de discursos que tendem ao extremismo.

(...) o erro fundamental da narrativa segundo a qual “a internet polariza” é que ela adota uma visão ingênua demais sobre como a tecnologia opera, subestimando o grau em que instituições, cultura e política são capazes de configurar os padrões de adoção e difusão da tecnologia.⁸ (BENKLER; FARIS; ROBERTS, 2018)

Assim, as tecnologias emergentes da comunicação e informação se apresentam como condições de possibilidade para o fortalecimento de certas práticas no repertório contemporâneo de confronto político. A desinformação é uma delas. O fenômeno é complexo e não pode ser reduzido à ideia genérica de que as pessoas acreditam em qualquer conteúdo que recebem – muitas vezes, trata-se de uma ação política que visa à defesa de certas crenças, causas morais e narrativas. Mendonça e Freitas (2019) pontuam que há situações nas quais, por diversas razões, para os sujeitos pouco importa se a informação compartilhada é ou não factual.

Argumentamos que tal postura não se restringe a lideranças de movimentos e partidos políticos, mas se entranha no tecido social na medida em que o posicionamento político parece necessário, evidente, ubíquo e definidor de

⁸ Tradução livre do original: “(...) the fundamental mistake of “the internet polarizes” narrative is that it adopts too naïve a view of how technology works and understates the degree to which institutions, culture, and politics shape technological adoption and diffusion patterns.”

identidades. Há muitos vizinhos, primos e tios compartilhando fake news não apesar de serem falsas, mas justamente porque são falsas e porque podem produzir os efeitos desejados. (MENDONÇA; FREITAS, 2019, p. 25)

Do mesmo modo, também evitamos assumir um olhar ingênuo sobre as instituições, sobretudo o jornalismo profissional. É importante situar historicamente o papel da imprensa no contexto da crise epistêmica da democracia brasileira. Um marco do processo de deterioração democrática no país foi o golpe parlamentar que resultou no impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff em 2016. Segundo Afonso Albuquerque (2018), os veículos da grande mídia conspiraram ativamente para minar não apenas a legitimidade dos governantes petistas, mas também do voto popular com frequência tratado como populista e ignorante.

É preciso superar a falsa neutralidade do jornalismo profissional. Suas organizações também são agentes políticos capazes de agir em defesa de certas posições. Segundo Luiz Gonzaga Motta (2013), a narrativa jornalística é continuamente construída a partir dos jogos de poder entre três tipos de vozes: o veículo, o jornalista e a personagem da reportagem. Esses três narradores conduzem uma negociação simbólica e política e as forças envolvidas na disputa influenciam o resultado final do material publicado. Numa escala macro, o próprio conjunto de veículos informativos não se configura como um bloco homogêneo. Nesse sentido, Flávia Biroli e Luis Felipe Miguel avaliam:

O campo de mídia tem centros e margens. Nele, há hierarquia entre os veículos informativos. Eles abrangem públicos menos ou mais amplos, correspondem em graus diversos aos critérios vigentes da qualidade jornalística e obtêm menor ou maior credibilidade diante de públicos que estão, também eles, em posições desiguais. (BIROLI; MIGUEL, 2017, p. 45)

Ainda que seja problemático tratar o campo do jornalismo como uma instância monolítica, não se pode negligenciar o fato de haver hegemonias. A descentralização dos fluxos de comunicação nas redes digitais tornou mais complexo o ecossistema de mídia, mas não destituiu as grandes organizações de sua centralidade no espaço público. Apesar disso, as representações da realidade continuam se dando num campo de disputas e negociações – e a internet tem sido utilizada por atores mais ou menos à margem do discurso hegemônico para reivindicar valor de verdade às suas próprias visões de mundo. Entre eles, há uma parcela que se dedica a instaurar o

caos informativo e o descrédito da imprensa, dos partidos e outras instituições – adotando a desinformação como tática para obter ganhos políticos e/ou econômicos.

Nesse cenário, uma das estratégias discursivas capitaneadas pelo campo do jornalismo é um novo gênero de reportagem intitulado *fact-checking*. Essa prática é centrada no papel de um dos fundamentos da profissão: o trabalho de apuração. As matérias consistem na checagem de informações selecionadas a partir dos discursos de autoridades e políticos. Recentemente, também tem sido utilizado o termo *debunking* para designar reportagens que desmentem boatos que circulam pelas plataformas de redes sociais on-line. As iniciativas de *fact-checking* costumam ser realizadas pelos jornalistas profissionais, que não têm condições de checar a totalidade de mentiras que circulam pela internet.

Recentemente, um estudo realizado por pesquisadores da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e do MIT coletou e analisou dados de centenas de grupos públicos do *Whatsapp* no Brasil e na Índia. Entre as peças de desinformação identificadas, 40,7% (no Brasil) e 82,2% (na Índia) foram compartilhadas mesmo depois de já terem sido desmentidas por agências de checagem (REIS; MELO; GARIMELLA; BENEVENUTO, 2020). Isso demonstra a necessidade de repensar a prática do *fact-checking* caso o jornalismo pretenda de fato defendê-la como solução eficaz para o problema.

Nesse sentido, o modelo colaborativo e descentralizado de checagem de fatos problematiza a ideia de que o trabalho de verificação deve ser uma atribuição exclusiva de jornalistas profissionais. Antes de testar essa proposta na plataforma Sem Migué, definimos uma metodologia de checagem própria, a partir de adaptações das diretrizes de duas iniciativas nacionais – as agências Lupa e Aos Fatos. Em seguida, recrutamos e treinamos os checadores voluntários, que tiveram autonomia para publicar suas checagens no site da plataforma Sem Migué. A seguir, discutimos os resultados preliminares da experiência conduzida de 4 de outubro a 29 de novembro de 2020.

3. Sem Migué: uma proposta pedagógica nas eleições

Sendo a pós-verdade uma disposição cognitiva que atravessa toda a história da humanidade, não adianta esperar que um dia ela deixe de existir. Também não há no horizonte nenhum sinal de que o paradigma da descentralização nos fluxos de comunicação característico das redes digitais possa desaparecer, de modo a restabelecer o monopólio dos meios de comunicação de massa na era pré-internet. Assim, resta ao jornalismo profissional conviver com um cenário de abundância de informações e produtores de conteúdo. Nesse sentido, não temos a pretensão de propor uma solução que destrua o fenômeno da desinformação. Nossa intenção com a plataforma Sem Migué foi experimentar uma forma alternativa de conviver com o problema, escapando à lógica universalizante muitas vezes implícita no discurso jornalístico.

Normalmente, as agências de *fact-checking* organizam o trabalho em torno de uma estrutura empresarial – formada por uma equipe de profissionais com vínculo empregatício e pagamento de salários. Já o modelo que buscamos testar na pesquisa foi inspirado em comunidades abertas com dinâmica de trabalho distribuída. Ao falar sobre as atuais transformações no sistema de produção capitalista, Chris Anderson (2012) defende esse tipo de organização em oposição aos modelos de negócio tradicionais:

A Web permite que as pessoas demonstrem o que podem fazer, independentemente da escolaridade e dos antecedentes. Também possibilita a formação de grupos de indivíduos, que passam a trabalhar juntos, com facilidade, fora do contexto de uma empresa, não importa que como “trabalho” ou como “diversão”. E essas organizações mais informais estão muito menos sujeitas às restrições de geografia. (ANDERSON, 2012, p. 175)

Nesse modelo, em que os papéis e as relações não são necessariamente institucionais, é muito importante que a vinculação entre os participantes se construa em torno de um objetivo compartilhado – no nosso caso, o intuito de combater a desinformação. Embora as comunidades abertas sejam mais livres de restrições territoriais, a execução do projeto Sem Migué assumiu um caráter bastante local: a plataforma foi testada no contexto das eleições municipais de São Luís. Assim, a marca (FIG. 1) foi desenvolvida em parceria com o Laboratório de Design Social

(LABDES) da UFMA com base na proposta regional, utilizando como referência o cazumbá, enigmático personagem da cultura popular do Maranhão. Na imagem, o nariz foi alongado em alusão a Pinóquio. Ao nome do projeto, acrescentamos a assinatura “nas eleições” para deixar claro que se tratava de uma edição voltada para o período eleitoral.



FIGURA 1 – Marca do Projeto Sem Migué
FONTE – Elaborado pelo autor

Logo após o lançamento da plataforma, houve duas semanas de divulgação do projeto nas redes sociais on-line e em alguns veículos de imprensa locais. Nesse período de recrutamento de voluntários, também procuramos as assessorias de comunicação dos candidatos a prefeito para convidá-las a se inscrever. Afinal, ao contrário das diretrizes adotadas pelas agências de checagem Lupa e Aos Fatos, não exigimos apartidarismo dos nossos voluntários, uma vez que a ideia era descentralizar a produção de conteúdo e incluir diversos pontos de vista sobre cada fato. Recebemos a inscrição de apenas um assessor, que desistiu de participar.

Mesmo sem representantes das campanhas participando da plataforma, adotamos a rotina de notificar os assessores quando seus candidatos tinham alguma fala checada, solicitando que enviassem uma resposta a ser publicada integralmente no fórum de verificação. Na maioria das vezes, ficávamos sem resposta. Algumas equipes de campanha nos ignoravam – a exemplo da assessoria do candidato vencedor do pleito, Eduardo Braide (Podemos). Outros reclamavam da cobertura negativa que seus assessorados estavam recebendo. Em uma ocasião, um membro da equipe do segundo colocado na disputa, Duarte Júnior (Republicanos), tentou nos intimidar. Quando pedimos uma resposta às checagens que investigavam se ele havia sido processado por agredir um idoso, a assessoria nos enviou a cópia de uma decisão judicial que tinha condenado um blogueiro por matéria publicada sobre o

assunto. Mantivemos a publicação e a ameaça de processo judicial não foi levada adiante.

O fato de as checagens terem levado alguns assessores a manifestar incômodo e outros a adotar uma postura aparentemente desinteressada pode se dever ao ineditismo da iniciativa na cidade de São Luís. Pela primeira vez, uma iniciativa local checou as falas dos candidatos em debates, entrevistas e propagandas eleitorais. Nessas eleições, as equipes de campanha passaram a lidar com uma organização até então desconhecida e que teria o potencial de colocar em xeque a veracidade do discurso de seus assessorados. Não é de se estranhar que a reação tenha sido de desconfiança, uma vez que a prática de um jornalismo declaratório é mais habitual.

Nesse sentido, o modelo ainda tem um potencial a ser desenvolvido no que diz respeito a contar com a presença de representações das lideranças políticas nesse ambiente de colaboração. É preciso elaborar estratégias para tirá-las de uma zona de conforto em que suas palavras não são questionadas e colocá-las em uma posição de diálogo – seja argumentando para se defender, seja assumindo suas incorreções. Consideramos sintomático que os dois candidatos a prefeito mais votados não só tenham deixado de enviar suas respostas às checagens, mas em alguns casos também continuaram a utilizar as mesmas informações falsas, exageradas ou descontextualizadas em debates e entrevistas subsequentes às nossas publicações.

Todos os candidatos tiveram falas checadas ao longo do experimento, exceto Adriano Sarney (PV), que desistiu da disputa no início da campanha. Buscamos selecionar uma quantidade maior de falas daqueles que apareciam à frente nas pesquisas de intenção de voto. Assim, selecionamos 10 falas Eduardo Braide (Podemos), 6 de Duarte Júnior (Republicanos), 4 de Neto Evangelista (Democratas), 4 de Rubens Pereira Júnior (PCdoB), 4 de Bira do Pindaré (PSB), 3 de Silvio Antônio (PRTB), 2 de Jeisael Marx (Rede), 3 de Yglésio Moyses (PROS), 4 de Franklin Douglas (PSOL), 2 de Hertz Dias (PSTU) e 1 de Carlos Madeira (Solidariedade). Por julgar as falas relevantes para o pleito, também verificamos informações utilizadas pelo então prefeito Edivaldo Holanda Jr. (PDT) e pelo governador do Maranhão Flávio Dino (PCdoB).

O site da plataforma Sem Migué foi hospedado no portal da UFMA graças à parceria com a Superintendência de Tecnologia da Informação da universidade. Todos os fóruns de verificação na plataforma tinham a mesma estrutura: um título contendo uma pergunta que direcionava o que exatamente deveria ser checado, um texto introdutório com link para o conteúdo original, a frase que deveria ser checada em **negrito**, uma imagem do autor ou do contexto em que a informação foi utilizada e um parágrafo explicando brevemente o projeto. A área destinada à publicação de checagens vinha logo em seguida, conforme o exemplo de fórum da FIG. 2.

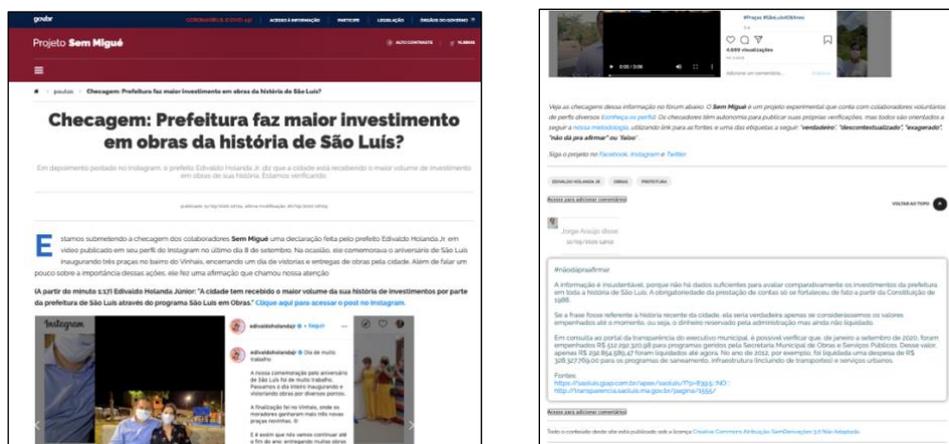


FIGURA 2 – Estrutura dos fóruns de verificação
FONTE – Plataforma Sem Migué

Até o dia do segundo turno das eleições, foram publicados 46 fóruns de verificação e 63 checagens individuais. Nossa metodologia previu a utilização de cinco etiquetas pré-definidas. Assim, as checagens totalizaram 27 etiquetas “falso”, 17 “descontextualizado”, 9 “exagerado”, 7 “não dá pra afirmar” e 3 “verdadeiro”. A partir de métricas do *Google Analytics*, verificamos que a plataforma teve 6.502 visualizações no período de 16 de outubro a 30 de novembro. A origem dos acessos foi em pesquisas no Google (36%), links diretos (22%), *Instagram* (18%), *Twitter* (16%) e *Facebook* (6%). Os picos de visualizações diárias ocorreram depois do debate realizado pelo jornal O Estado do Maranhão e Portal Imirante (370 acessos) e na véspera do segundo turno das eleições (343 acessos).

Como o município de São Luís tinha 699.954 eleitores aptos a votar em 2020⁹, concluímos que o alcance da plataforma foi bastante restrito. Entre as possíveis razões, destacamos a falta de recursos para impulsionar conteúdo, pouco engajamento das principais lideranças políticas, pouco tempo para conquistar a confiança do público e o peso limitado do *fact-checking* na definição do voto. Apesar dessas limitações, conseguimos identificar um grande potencial pedagógico do modelo (PERUZZO, 2017) a partir da experiência com os participantes voluntários.

Um total de 36 pessoas se inscreveram no experimento, mas foram mantidos apenas os 24 que participaram da oficina ou demonstraram interesse em assistir ao vídeo do treinamento. Obtivemos o perfil desses colaboradores por meio dos dados fornecidos no formulário de inscrição. No geral, o grupo tinha escolaridade de nível superior: 64% disseram ter feito ou estar fazendo graduação e 33% chegaram a cursar uma pós-graduação. As profissões mais frequentes foram de estudante, professor e ocupações ligadas à área da Comunicação (jornalista, radialista, assessor de imprensa, social media e blogueiro). Mas também havia advogados, servidores públicos, um empresário, uma produtora cultural, uma turismóloga e uma bibliotecária.

Outro dado relevante coletado no ato da inscrição foi a motivação dos interessados em participar. As respostas dos participantes giraram em torno de interesses acadêmicos e cívicos. No geral, eles relataram uma inquietação com a crise da democracia e um desejo de contribuir para eleições mais transparentes e equilibradas. Perguntamos sobre essas motivações no intuito de identificar expectativas e os objetivos em comum que poderíamos reforçar, visando à criação de vínculos entre os membros da comunidade de checadores. Esses dados são bastante reveladores do perfil do grupo, formado majoritariamente por indivíduos inseridos no contexto acadêmico, com um certo nível de consciência política e, em alguns casos, de militância em movimentos sociais e partidos.

Os participantes do experimento preencheram um segundo questionário após a oficina on-line de checagem realizada no dia 3 de outubro. O objetivo foi avaliar a capacitação, que teve duração de quatro horas e foi dividido em duas partes: uma

⁹ Disponível em: <<https://bit.ly/3xjkGb3>> Acesso em 24 abr 2021.

explicação sobre o nosso modelo colaborativo de *fact-checking* e uma série de exercícios práticos mostrando ferramentas e bases de dados úteis para o trabalho de apuração. Nessa avaliação, os voluntários enfatizaram como aspectos positivos as atividades práticas e dicas de ferramentas de checagem. O principal aspecto negativo apontado por eles foi a gestão do tempo. Alguns sugeriram um encurtamento da oficina ou a divisão em mais de um dia para que a formação não fosse tão cansativa.

O último questionário foi enviado aos checadores no fim do experimento. Solicitamos que todos do grupo o preenchessem, mesmo por aqueles que não haviam participado ativamente do processo - somente 11 voluntários publicaram ao menos uma checagem durante o período de testes. O motivo dessa não participação foi uma das questões incluídas no questionário final. Entre os que não colaboraram com suas próprias reportagens na plataforma, praticamente todos justificaram sua ausência pela falta de tempo. Outro obstáculo relatado foi insegurança ou falta de conhecimento. Houve ainda duas pessoas que relataram problemas pessoais e de saúde relacionados à Covid-19.

Além do alto percentual de voluntários pouco ou nada atuantes no projeto, também não houve muita diversidade de checagens individuais em cada fórum – conforme demonstra a TAB. 1. A maioria das pautas não recebeu mais do que uma única contribuição. Entretanto, houve trabalho colaborativo nos bastidores da plataforma. No questionário, quase todos os checadores mais atuantes afirmaram ter recebido contribuições do moderador e/ou de outros colegas da comunidade de checagem.

TABELA 1
Número de checagens por fórum

Checagens por fórum	Nenhuma checagem	Uma checagem	Duas checagens	Três checagens
Quantidade de fóruns	1	31	10	4

FONTE - Elaborado pelo autor

Mesmo nos fóruns em que houve mais de uma checagem, observamos pouca divergência na escolha das etiquetas. Em conversas individuais, alguns dos voluntários mais atuantes na plataforma nos confienciaram que perdiam o interesse

de fazer uma checagem quando outro colega já havia feito o trabalho de verificação. Esses checadores também justificaram que às vezes não tinham dados novos para complementar o fórum ou tinham receio de entrar em conflito com quem já tinha feito a apuração.

Outra seção do questionário final trazia uma série de afirmações com as quais os voluntários deveriam marcar uma escala que ia de “discordo totalmente” a “concordo totalmente”. Em média, as respostas do grupo se aproximaram mais da opção “concordo totalmente” nas seguintes frases:

- a) A experiência mudou a minha percepção sobre a cobertura das eleições;
- b) Adquiri novas competências e habilidades;
- c) A seleção de pautas de checagem foi condizente com a metodologia proposta.

Sobretudo nas duas primeiras afirmações, confirmamos nossa percepção de que o experimento causou um impacto entre os voluntários no sentido de sensibilizá-los para formas de acompanhar um processo eleitoral mais ativamente, além de chamar atenção para os saberes exigidos no trabalho de apuração jornalística. Por outro lado, o grupo tendeu a concordar apenas parcialmente com as seguintes afirmações:

- a) A experiência mudou minha percepção sobre o discurso dos políticos;
- b) A carga de treinamento foi suficiente;
- c) A metodologia proposta deu conta de suprir as demandas de checagem;
- d) O trabalho do Sem Migué influenciou a decisão do meu voto;
- e) O trabalho do Sem Migué influenciou a decisão do voto de outras pessoas.

Portanto, houve mais reticências no tocante à percepção dos discursos dos candidatos a cargos políticos. As respostas dos participantes sugerem ainda que a experiência no projeto não teve tanta influência na definição do voto. Segundo Biroli e Miguel (2017), o peso da mídia no resultado das urnas deve ser relativizado considerando outros fatores que influenciam a formação das preferências, como a posição social dos eleitores e suas relações com outras instituições envolvidas no campo da produção ideológica – como governos, igrejas e organizações não governamentais, por exemplo. Como o nosso grupo de colaboradores era formado

majoritariamente por pessoas que já tinham orientações políticas definidas, inferimos que outras questões tenham sido mais decisivas nas suas opiniões sobre os candidatos.

Já nas afirmações sobre carga de treinamento e adequação da metodologia de checagem às demandas do período eleitoral, os voluntários sugerem que poderia haver mais ênfase nos momentos de capacitação e que há necessidade de fazer alterações na metodologia. Isso reforça o potencial pedagógico que pode ser mais explorado em edições futuras do projeto, que deverão tentar suprir melhor as demandas de checagem – possivelmente dando mais autonomia aos participantes na seleção de pautas e na criação de etiquetas de checagem, caso as pré-definidas não sejam suficientes.

Entre os resultados obtidos a partir da observação participante dos bastidores da plataforma, ficou evidente que a principal dificuldade enfrentada pelos checadores foi a falta de bases de dados disponíveis nos sites de órgãos públicos, como a Prefeitura de São Luís, a Câmara Municipal e a Assembleia Legislativa do Maranhão. Quando as informações de que precisávamos não podiam ser encontradas on-line, solicitávamos às assessorias de imprensa dessas entidades. Em diversas ocasiões, a resposta nunca chegou ou foi enviada depois de muita demora. Assim, um dos desafios para a prática do *fact-checking* na capital maranhense é a falta de transparência do poder público local.

Outro destaque é a falta de boatos entre as pautas selecionadas para os fóruns de checagem, que consistiram basicamente nas incorreções ou imprecisões nas falas dos candidatos. Assim, não houve *debunking* – um tipo de verificação que consideramos muito mais característico do fenômeno da desinformação, uma vez que a intenção de enganar se apresenta de modo mais claro nas histórias inventadas.

Houve, no entanto, duas pautas que levantaram a suspeita de que pudessem ser boatos, mas as checagens acabaram concluindo que não eram histórias totalmente inverídicas. Elas foram verificadas nos fóruns intitulados “Duarte Jr respondeu a processo por agredir pessoa idosa?” e “Eduardo Braide não é investigado pelo Ministério Público Federal?”. Nos debates e propagandas eleitorais, os dois candidatos tacharam essas acusações de “*fake news*”, configurando exemplos de

como essa expressão tem sido apropriada por agentes políticos como mera arma retórica quando uma informação os desagrada. Paradoxalmente, esses atores mentem ao tentar desmentir.

4. Considerações finais

Os resultados preliminares do experimento são capazes de fornecer alguns elementos para a identificação de limitações e potencialidades da nossa proposta de *fact-checking*, a partir das quais esse modelo pode ser aperfeiçoado e testado em futuras aplicações. A falta de uma cultura de transparência no poder público local é certamente um dos principais obstáculos a serem enfrentados não apenas por iniciativas de checagem de fatos, mas pela sociedade como um todo. Esse movimento pode começar a partir da disseminação da prática de demandar os órgãos, fazendo valer um direito garantido pela Lei de Acesso à Informação. Além disso, o peso limitado das checagens na decisão do voto é, possivelmente, um dos aspectos que podem dificultar o engajamento de lideranças políticas. Por outro lado, a experiência revelou um grande potencial pedagógico na plataforma Sem Migué. Mesmo os voluntários que não participaram ativamente da produção de checagens sugeriram uma mudança na forma de lidar com as informações que circulam nas mídias a respeito dos processos eleitorais. Parte do grupo de colaboradores também sinalizou uma necessidade de ampliar os momentos direcionados à capacitação, o que deve ser levado em consideração em novas edições do projeto Sem Migué ou outras iniciativas que utilizem esse modelo de checagem.

Um dos nossos pressupostos ao conduzir essa experiência era que o fenômeno da desinformação não deixará de existir, porque a pós-verdade é uma disposição cognitiva inerente ao ser humano e a descentralização da produção de conteúdo é uma característica fundamental das redes digitais. Assim, acreditamos ser importante pesquisar e desenvolver soluções que ajudem as pessoas a lidar com esse problema a partir de uma dinâmica distribuída condizente com os paradigmas atuais de vinculação social na internet. Nesse sentido, a fim de chegar a conclusões mais robustas, acreditamos ser necessário testar e avaliar como funcionaria esse modelo

colaborativo em escala maior, com a inclusão de um número maior de usuários, com perfis mais heterogêneos e maior grau de autonomia na plataforma.

Referências

- ALBUQUERQUE, Afonso. A Comunicação Política depois do Golpe: notas para uma agenda de pesquisa. **Compolítica**, v. 8, n. 2, p. 171-206, 2018.
- ANDERSON, Chris. **Makers**: a nova revolução industrial. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.
- BENKLER, Yochai; FARIS, Robert; ROBERTS, Hal. **Network Propaganda**: manipulation, disinformation and radicalization in American politics. Oxford: Oxford University Press, 2018.
- BIROLI, Flávia; MIGUEL, Luis Felipe. **Notícias em Disputa**: mídia, democracia e formação de preferências no Brasil. São Paulo: Contexto, 2017.
- DOURADO, Tatiana. Fact-checking como possibilidade de media accountability sobre o discurso político? Uma análise de conteúdo das iniciativas Aos Fatos, Lupa e Truco. In: **Compolítica**, vol. 9, n. 2, p. 93-111, 2019.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. Estudos culturais: uma introdução. In SILVA, T.T. **O que é afinal estudos culturais?** Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010.
- HADEN, Leonie; ALTHUIS, Jente. **The Definitional Challenges of Fake News**. In: International Conference on Social Computing, Behavior-Cultural Modeling, and Prediction and Behavior Representation in Modeling and Simulation, Washington, 2018.
- HARARI, Yuval Noah. **21 lições para o século XXI**. Tradução Paulo Geiger. 1ª ed. - São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- MANTZARLIS, Alexios. Fact-checking 101. In: **Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training**. Paris: UNESCO, 2018.
- MENDONÇA, Ricardo Fabrino; FREITAS, Viviane Gonçalves. Fake News e o repertório contemporâneo de ação política. In: **Encontro da COMPOLÍTICA**, v.8, Brasília, 2019.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.
- MOUNK, Yascha. **O povo contra a democracia**: por que a nossa liberdade corre perigo e como salvá-la. Tradução: Cássio de Arantes Leite e Débora Landsberg. Companhia das Letras, 2019.
- NORRIS, Pippa; INGLEHART, Ronald. **Cultural backlash: Trump, Brexit, and authoritarian populism**. Cambridge University Press, 2019.
- PERUZZO, Círcia M. Krohling. Ideias de Paulo Freire aplicadas à Comunicação popular e comunitária. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 24, n. 1, 2017.
- RECUERO, Raquel; GRUZD, Anatoliy. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galáxia**, São Paulo, n. 41, p. 31-47, 2019.
- REIS, Julio C.S.; MELO, Philippe; GARIMELLA, Kiran; BENEVENUTO, Fabrício. Can WhatsApp benefit from debunked fact-checked stories to reduce misinformation? **Harvard Kennedy School Misinformation Review**, 2020.
- SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.
- SQUIRE, Corinne. O que é narrativa? **Civitas - Revista de Ciências Sociais**, v. 14, n. 2, p. 272-284, 2014.



VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. The spread of true and false news online. **Science**, v. 359, n. 6380, p. 1146-1151, 2018.

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Information disorder**: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, v. 27, 2017.

WARDLE, Claire. **Fake News. It's Complicated**. First Draft, 2017. Disponível em: <<https://medium.com/1st-draft/fake-news-its-complicated-d0f773766c79>>. Acesso em: 26 mar. 2021.