
Checagem jornalística ou de plataforma: O Twitter enquanto checador¹

Martina POZZEBON²
Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS)

RESUMO

Perante a “crise do Jornalismo” (Ramonet, 2012) permeada pelos rápidos avanços tecnológicos e midiáticos, surge um movimento gigante de desinformação, cuja solução é debatida amplamente pelo campo jornalístico. Entre tentativas de diferentes âmbitos, se insere a prática do “fact-checking”, ou checagem, por diferentes agências e portais de notícia em diferentes ambiências. A aplicação dessa checagem, porém, não parte mais (somente) da área jornalística. É nesse sentido que proponho uma investigação acerca das práticas de checagem do Jornalismo vs de plataforma, vinculadas ao funcionamento dos algoritmos (Gillespie, 2018) em um contexto de sociedade de plataformas (Van Dijck, J.; Poell, T.; De Waal, M. 2018).

PALAVRAS-CHAVE: Desinformação; Checagem; Plataformização.

INTRODUÇÃO

Em tempos de massiva desinformação que afeta o Brasil, devemos refletir sobre o papel de cada área comunicacional e tecnológica para a resolução ou melhora do problema. Todavia, para de fato buscarmos uma “saída”, precisamos primeiramente refletir sobre o funcionamento atual de nosso mundo. Nossa realidade hoje já não vai de encontro ao virtual, nossa realidade também é virtual, ou seja, apenas a dividimos em diferentes ambiências. É necessário que tenhamos em mente esse contexto para que avaliemos com olhar crítico os meios pelos quais nos informamos hoje e a maneira como a informação é circulada nos mesmos, principalmente no âmbito virtual, onde nossa participação tanto enquanto usuários, como jornalistas, é condicionada por regras previamente estabelecidas por uma empresa, uma plataforma.

As lógicas de plataforma seguem um modelo de lógica online: “A lógica da informação online é lançar uma informação em estado bruto (ou às vezes, até aproximativo) e, depois, corrigi-la, modificá-la ou enriquecê-la incessantemente, a cada hora, a cada instante...” (Ramonet, 2012, p.17); somos assim convidados a perceber que o que de fato prevalece (nas plataformas e conseqüentemente na sociedade hoje) é a

¹ Trabalho apresentado no GP Tecnologias e Culturas Digitais, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Curso de Jornalismo no PPGCOM - UFRGS, email: martinaspozzebon@gmail.com

instantaneidade, e não a informação em si. Vemos esse padrão de preferência a partir de pesquisas que relatam o consumo de informação, como os dados apresentados pelo Digital News Report 2019 do Reuters Institute for the Study of Journalism, trazido por Kischinhevsky (2020, p.4) em seu trabalho. Os dados indicam que 87% dos entrevistados se informam on-line, incluindo as redes sociais, e 64% dos entrevistados se informam exclusivamente por estas. É através dessa realidade que presenciamos o fenômeno das fake news e um grande movimento de desinformação, cuja solução é debatida constantemente pelo campo jornalístico, mas segue sem resposta prática concreta além das tentativas de checagem dos fatos. Atualmente, todavia, surge um movimento de checagem que não parte da área jornalística.

Dentre as atualizações que o Twitter vem recebendo, ao final de 2022 foi aplicada na plataforma uma nova ferramenta e consequentemente affordance: a adição de contexto a tweets a fim de promover uma sociedade mais, e melhor, informada. A mesma, apesar de ainda estar em sua fase beta (fase de testes e aprimoramentos) já está sendo utilizada amplamente, inclusive no Brasil, onde foi disponibilizada no mês de março de 2023.

A ferramenta, que parece seguir a mesma lógica da checagem jornalística, funciona da seguinte forma: após publicado e circulado um tweet, o membro da “Comunidade de Notas”, caso encontre este e identifique que existe um contexto importante a ser adicionado para o completo entendimento do tweet, adiciona a informação “complementar” que acredita ser necessária. Após isso, os usuários avaliam se o contexto de fato acrescenta “valor” ao tweet original, votando se o contexto é útil ou não. Caso o contexto seja “eleito” como útil, o mesmo aparecerá diretamente abaixo do tweet original para que os demais usuários da rede visualizem o tweet já vinculado ao seu contexto. Para poder adicionar o contexto, o usuário deve fazer parte da Comunidade de Notas, e para isso deve se inscrever para a mesma, atender requisitos ditados pela plataforma, aceitar termos da ferramenta e então passar por uma avaliação. Caso seja aceito, fará parte da comunidade e então poderá sugerir contextos em tweets.

Esclarecido o funcionamento da Comunidade de Notas, ênfase, todavia, que o presente estudo não tem por objetivo pesquisar a plataforma ou suas affordances específicas, e sim buscar comparar as atuações de checagem do Jornalismo em plataforma (nesse caso, no Twitter) vs. a checagem proposta pela própria plataforma. Assim, tentando entender as falhas e acertos dessa prática “anti-desinformação” para nos levar, enquanto área, a inferências para melhorias em nossa atuação.

Para isso, além de eleita a plataforma e ferramenta para tal análise, foram coletados, codificados e categorizados (Bardin, 2006) exemplos de casos em que a Comunidade de Notas adicionou contexto a tweets e casos de checagem aplicados por jornais e/ou agências de notícia no Twitter. No contexto do presente estudo, foi eleito um caso contendo atuação jornalística e de usuários em um mesmo tweet a partir da ferramenta da plataforma. Com isso, temos material para começar a entender a efetividade tanto da atividade jornalística como da ferramenta, suas affordances de fato e, principalmente, como ambas as práticas, em comparativo, afetam a circulação da informação/desinformação na plataforma. Para análise e comparação do conteúdo coletado, buscou-se inspiração no método de Análise de Conteúdo de Bardin (2006) para produzir inferências a partir do caso.

APORTE TEÓRICO

Primeiramente, precisamos entender do que se trata a desinformação, problemática originária da prática da checagem. Os autores Wardle e Derakshan (2017), citados por Recuero e Soares (2021) definem a desinformação por “desordens informativas”, ou seja, intencionalidade: “A desinformação é uma informação falsa propositalmente fabricada ou manipulada para enganar um grande público, para causar dano a algo ou alguém” (Recuero; Soares; 2021 p.6). Estes ainda elencam tipos de desinformação, como o conteúdo enganoso, o impostor, fabricado, manipulado, a falsa conexão e falso contexto. Tais elementos circulam de forma branda e facilitada pelas lógicas das plataformas. Por isso, nos atentemos a elas.

A plataformização da sociedade se refere à maneira como setores inteiros desta estão se transformando com a influência e interferência das plataformas nas lógicas de funcionamento social. É um processo, uma reorganização das práticas em torno dessas infraestruturas digitais que podem moldar processos interacionais, e que se organizam por meio de uma coleta sistemática e processamento algorítmico. Nas palavras de Van Djick et al (2018, p.9), essas plataformas são uma “arquitetura programável projetada para organizar interações entre usuários”, e seu funcionamento parte da dependência dos dados coletados de usuários e suas ações no meio digital, que então são organizados através dos algoritmos e interfaces, que são comandados e guiados por seus proprietários através de modelos de negócios. Todo esse processo relacional do usuário e plataforma é então, finalmente, ministrado pelos termos de uso.

Ademais, para Van Djick et al (2018), esse processo de plataformação - a sociedade de plataformas - consiste em um novo sistema que molda interações e a própria sociabilidade e impacta as instituições sociais. Ou seja, vivemos hoje em uma sociedade de plataformas, as lógicas se misturam e criam uma nova realidade.

Pertencentes às plataformas, existem ferramentas e/ou dispositivos com suas respectivas “affordances”. Este termo, cunhado por Gibson (2015), refere-se a o que cada ferramenta/dispositivo faz ou pode fazer, de forma comunicada/perceptível. Por isso, direciono o olhar para a mais nova ferramenta proposta pela plataforma Twitter.

Essa rede social, se observada por uma visão comunicacional, mostra-se como a ambiência “ideal” para investigarmos a circulação midiática. Se observada enquanto plataforma em si, seu caráter possibilita que as mais diversas pautas sejam disseminadas para um grande número de pessoas sem que elas necessariamente se “sigam”. As opções de citação, retweet e curtida possibilitam que os conteúdos presentes na timeline dos usuários sejam repassados para outros que o seguem, formando caminhos complexos e não lineares, em fluxo adiante (Braga, 2012). Sendo assim o Twitter se apresenta como uma ambiência frutífera para a circulação de informações, ideias e argumentos (Recuero; Soares; 2021), sendo o campo ideal para a presente pesquisa.

Estes espaços de plataforma são apropriados pelo jornalismo e seus veículos, sendo em função da iminente integração das ambiências ou por estratégia de distribuição de conteúdo. Os usuários de plataformas participam dessa distribuição ao compartilharem e comentarem conteúdos jornalísticos realizando a recirculação das informações (Zago, 2014). De acordo com Zago e Bastos (2013, apud Recuero, 2021, p.5) a circulação das (des)informações nas plataformas “depende da ação dos usuários que se utilizam dos recursos fornecidos pelas próprias plataformas” - as affordances - o que segue ocorrendo com a implementação da Comunidade de Notas no Twitter.

DESCREVENDO O CASO

No dia 21 de maio de 2023, 2 meses após o lançamento da Comunidade de Notas no Brasil, houve o primeiro grande uso da ferramenta por usuários brasileiros. O jornal Folha de São Paulo publicou no Twitter, por meio de seu perfil na plataforma, um artigo de opinião. Nele, a colunista Giovana Madalosso alega ter sido surpreendida por uma saudação nazista em Santa Catarina (SC), estado do sul do Brasil, ao avistar a palavra “heil” no telhado de uma casa.

A publicação contava apenas com a chamada “Fui surpreendida por uma saudação nazista. Em diversos países aquelas fachadas configurariam apologia”, seguida do link para a matéria completa da coluna (ver Figura 1). Na matéria, a colunista relata que ao enxergar a palavra “heil” no telhado da casa, supos que fosse, de fato, uma inspiração à saudação nazista “heil, Hitler” (salve, Hitler). Alegou ainda que, conhecendo o estado e sua inclinação política, a palavra se referia sim “muito provavelmente” ao nazismo.

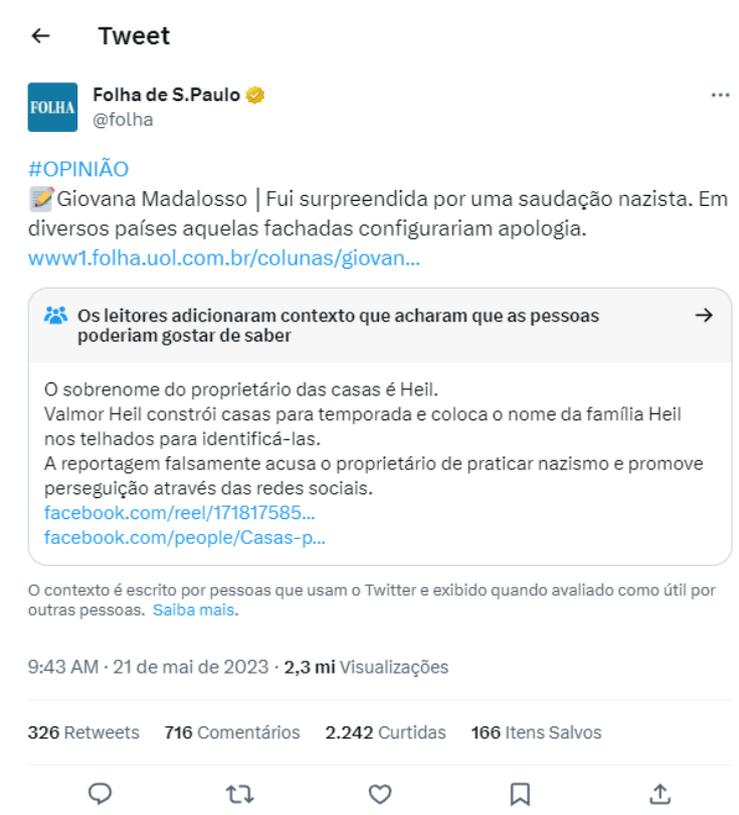


Figura 1 - Captura de tela do tweet da Folha de São Paulo

Após postado o conteúdo se inicia sua checagem. Membros da Comunidade de Notas agiram rapidamente no tweet e adicionaram contexto ao mesmo no mesmo dia. Após verificada a informação, a mesma foi taxada como incorreta e corrigida no espaço reservado à ação da Comunidade de Notas no tweet. O contexto revela o seguinte: “O sobrenome do proprietário das casas é Heil. Valmor Heil constrói casas para temporada e coloca o nome da família Heil nos telhados para identificá-las. A reportagem falsamente acusa o proprietário de praticar nazismo e promove perseguição através das redes sociais”.

INTERPRETANDO A CIRCULAÇÃO DA (DES)INFORMAÇÃO

No presente estudo o foco foi direcionado a apenas este caso, pois após a categorização dos exemplos coletados em um trabalho mais extenso, elegeu-se este material visando o objetivo da pesquisa: “tirar” do mesmo inferências para pensar sobre as práticas jornalísticas. A produção de inferências é enfatizada como um dos elementos fundamentais no processo de análise para Bardin (2006) assim como a interpretação e a descrição, dito isso, foi descrito e interpretado o caso em que há envolvimento de uma fonte jornalística no processo, exemplo de maior complexidade e interesse para a área do Jornalismo.

O caso apresenta um teor complexo ao envolver não apenas a checagem, prática fundamentalmente jornalística, mas um exemplo de desinformação advinda de um portal jornalístico. Assim, temos um caso onde uma fonte jornalística, por meio de seu perfil em plataforma, divulga uma desinformação; o conteúdo é então checado por usuários da plataforma, não jornalistas, através da ferramenta incluída na mesma. Essa checagem “corrige” a informação e “barra” a desinformação.

É a partir dessa constatação que podemos elaborar os tensionamentos acerca do caso: A partir do momento em que a informação circula com o contexto adicionado, a checagem chega junto à informação, mostrando-se efetiva no que se refere a *entrega da informação correta/corrigida*. A utilização da Comunidade de Notas segue o entendimento das affordances da mesma (Gibson, 2015), elas são percebidas e utilizadas pelo usuário da maneira pretendida pela plataforma, cumprindo seu papel. Todavia, essa efetividade é condicionada a escolha da plataforma quanto a como apresentar o contexto adicionado. Através da escolha de inserir o contexto logo abaixo do tweet, o Twitter promove uma circulação conjunta, solucionando um dos maiores desafios da checagem hoje - a *instantaneidade* (Ramonet, 2012).

A Folha de S. Paulo também realizou checagem e postou sua “correção” em um tweet linkado ao seu (como comentário), porém apesar de estar ligado ao tweet original, não teve a mesma efetividade (ver Figura 2). Além da checagem não circular “de cara” com o post original e ficar linkada apenas nos comentários do tweet, perdendo visibilidade, a correção por parte do portal jornalístico foi realizada dias após a primeira postagem. Essa demora fez com que a mesma perdesse o fator da instantaneidade tão exigida hoje em ambiência virtual e fora dela - sintoma da Plataformização da sociedade (Van Djick, 2018).



Figura 2 - Captura de tela do comentário linkado ao tweet original da Folha de S. Paulo

Para além do fator da instantaneidade “resolvido” pela aplicação da plataforma, foi ultrapassado o *obstáculo algorítmico* (Gillespie, 2018) também muito enfrentado pelas atividades de checagem jornalísticas. A (des)informação circulada pode chegar até os usuários por afinidade algorítmica e a checagem, por sua vez, não seguir o mesmo caminho, visto que a “correção” de uma informação pode mudar totalmente seu caráter e fazê-la deixar de ser do interesse de uma camada de usuários. Consequentemente, o algoritmo acaba por não entregar a checagem, e sim apenas a postagem original.

A exemplo destas percepções, podemos observar o número de engajamentos e visualizações obtidas no tweet original vs checagem feita pelo portal jornalístico: o primeiro, contendo a (des)informação e o contexto adicionado, conta com mais de 2 milhões de visualizações e até o momento tem 326 retweets, 716 comentários e mais de 2 mil curtidas. Já o tweet linkado ao original, contendo a checagem da Folha de S. Paulo, conta com 58 mil visualizações (cerca de 3% da visualização do tweet original), 122

comentários, 35 retweets e 106 curtidas. Ou seja: a checagem do jornal não chegou até os usuários com a mesma força da informação original, mesmo linkada a ela; assim, não foi visualizada, seguindo um padrão de não efetividade da checagem jornalística em plataforma.

A PLATAFORMA E O JORNALISMO: INFERÊNCIAS

O Jornalismo atua fortemente para (tentar) solucionar a problemática da desinformação, uma das táticas da área é a prática da checagem dos fatos. Esta checagem pode ser observada através de agências de fact-checking, por exemplo, atuando em ambiência virtual, ou por portais de notícia tradicionais que divulgam suas matérias (e suas correções) em plataforma. As plataformas das quais o Jornalismo se apropria, todavia, não têm de fato um compromisso com a "verdade" e os mesmos valores que a área jornalística possui, afinal, não deixam de ser empresas privadas com interesses próprios. Todavia, raramente vemos uma empresa abertamente se posicionando a favor da desinformação, e sim casos como o do Twitter, em que, ao menos através de posicionamento público, está favorável ao combate a desinformação.

A empresa Twitter, antes de ser comprada pelo magnata Elon Musk, se colocava na ambiência virtual como uma plataforma orgânica e aberta, com a possibilidade de aplicação de softwares em sua API (Interface de Programação de Aplicação), por exemplo, condição muito aproveitada por pesquisadores da área de comunicação. De toda forma, uma plataforma de uso simples e, na medida do possível, transparente. Hoje, a mesma fechou suas APIs, tem forte influência de Musk sobre os conteúdos que circulam na plataforma, e modificou a distribuição de seu conteúdo, apostando na nova lógica de entrega por "conteúdo que você pode gostar", ancorado no aprimoramento algoritmo, colocando em destaque aquilo que é avaliado como relevante em cada situação (Gillespie, 2018). Dessa forma, sua página inicial (timeline) se encontra repleta de conteúdos indicados para cada usuário e não mais contém apenas as postagens advindas dos usuários aos quais se segue. Tais mudanças se aplicadas enquanto plataforma podem configurar uma "quebra de contrato" com o público do Twitter, visto que muda o funcionamento e posicionamento da rede social.

Contudo, a Comunidade de Notas no Twitter se coloca como um resquício open source da plataforma, se posicionando enquanto uma ferramenta de "empoderamento a pessoas no Twitter visando a criação de um mundo melhor informado". Na biografia do

perfil da Comunidade de Notas no Twitter, ainda enfatiza: "Somos open source e os dados estão disponíveis publicamente" seguido de um link contendo explicações sobre a ferramenta, assim como os acessos aos dados da comunidade. Para fazer parte dela o usuário, caso lhe interesse, deve localizar um contexto adicionado, acessar a Comunidade de Notas através do exemplo e se candidatar. Os requisitos para a candidatura à Comunidade de Notas envolvem tempo de participação na plataforma, histórico de violação dos termos do Twitter e idade mínima. A plataforma também deixa claro no processo o seu papel, se eximindo de qualquer responsabilidade que vá além da criação da ferramenta e promovendo um trabalho intelectual e técnico não remunerado e não qualificado:

- Qualquer pessoa no Twitter cuja conta atenda aos critérios de qualificação pode se inscrever para ajudar;
- Todos os colaboradores começam com a capacidade de avaliar notas e, com o tempo, podem ganhar a capacidade de escrever;
- As notas não são escolhidas pela regra da maioria. A Comunidade de Notas identifica notas que são úteis para e por pessoas com diferentes pontos de vista;
- Não é papel do Twitter escolher o que aparece: isso está na mão das pessoas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos tensionamentos realizados podemos comparar as ações de “remediação” (checagem) tanto do Jornalismo como da plataforma Twitter: Por um lado, temos uma iniciativa cuja suposta intenção é, de fato, combater a desinformação. No entanto, ao mesmo tempo, temos uma plataforma cujas políticas abertas mudaram radicalmente, e segue um caminho fortemente algoritmizado. Podemos, por um lado, estar diante de um auxílio poderoso para uma checagem mais efetiva visto que a ferramenta impossibilita que a informação original seja compartilhada sem o contexto adicionado, porém essa checagem segue sendo feita dentro de lógicas de plataforma, não jornalísticas, e nem mesmo por um profissional jornalista.

Apesar de “democratizar” o acesso e avaliação à informação, a plataforma o faz de forma a transferir a responsabilidade aos usuários, não apenas delegando um espaço para que os mesmos atuem, como incentivando esse “free labour” (Terranova, 2000) típico de um Capitalismo Cognitivo (Corsani, 2003). A teoria do Capitalismo Cognitivo, defendida por Corsani (2003) como um regime de invenção/inovação, e não mais de

repetição, um “processo não-linear que se alimenta de numerosos feedbacks e que implica uma multiplicidade de atores” (Corsani, 2003, p. 17) revela uma relação sujeito-conhecimento e homem-máquina muito presente na lógica da nova ferramenta do Twitter. Apostando no trabalho imaterial e gratuito de seus usuários, o único comprometimento da plataforma para o combate à desinformação é sua postura pública. Sua checagem funciona, é efetiva e entrega a informação correta, chega até os usuários e resolve as limitações de instantaneidade, todavia não há garantia alguma de uma checagem qualificada, nem ao menos um compromisso a tanto por parte da plataforma. Além disso, essa checagem existe e funciona apenas a partir das condições estabelecidas pela própria plataforma, e é ancorada no trabalho de usuários selecionados por critérios também internos à plataforma, sem qualquer demonstração de interesse acerca da atuação jornalística com a ferramenta.

Em um cenário ideal a ferramenta permitiria ação de membros qualificados em sua checagem, manifestando, de fato, apoio ao combate a desinformação, dessa forma o Jornalismo teria o espaço necessário para uma atuação efetiva e a plataforma alinharia seus valores às práticas jornalísticas. Todavia, o que temos hoje é uma checagem aplicada em plataforma por portais de notícia que falha, pois não circula, não se torna efetiva se comparada a checagem nativa da plataforma, afinal, segue lógicas jornalísticas não compatíveis com as lógicas online e de plataformas que enaltecem o instantâneo. Essa checagem não é priorizada pela plataforma, que tem seus interesses internos nem sempre compatíveis com os valores jornalísticos.

Observamos, assim, como funciona a circulação da (des)informação e sua checagem em plataforma, seja partida da área jornalística ou da própria plataforma. A desinformação é, de certa forma, barrada através da adição de contexto ao tweet, todavia, os critérios para tornar o usuário parte da Comunidade de Notas responsável pela affordance “anti-desinformação” são básicos, não configuram aptidão alguma para uma mediação qualificada e responsabiliza seus participantes pela (des)informação circulada em sua ambiência. Ao Jornalismo, cabe entender suas dificuldades acerca da instantaneidade exigida pelas plataformas e seus usuários, além de buscar aprimorar métodos anti-desinformação para além da checagem póstuma, que segue perdendo para as lógicas internas das plataformas. Cabe a área, acima de tudo, se mostrar como a mediação qualificada que se procura, desempenhando seu papel mínimo de não disseminador de desinformação. Desta forma, não apenas a checagem ganha

credibilidade, como não se mostra mais necessária ao menos em conteúdos jornalísticos, que são (ou deveriam ser) factualmente informativos.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo** (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70, 2006.

BRAGA, J. L. **Circuitos versus campos sociais**. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M. A., JACKS, N. (Orgs.) *Mediação & Mídiação*. Salvador: EDUFBA: Brasília: Compós, 2012.

CORSANI, A. Elementos de uma ruptura: a hipótese do capitalismo cognitivo. In: Galvão, A. PP.; Silva, G.; Cocco, G. (orgs.), **Capitalismo cognitivo: trabalho, redes e inovação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

GIBSON, J. J. **The ecological approach to visual perception**. London: Psychology Press, 2015.

GILLESPIE, Tarleton. **A Relevância dos Algoritmos**. São Paulo, Brasil, v. 6, n. 1, p. 95-121, jan./abr. 2018

KISCHINHEVSKY, M. FRAGA, R. **O jornalismo refém do algoritmo do Facebook desafios regulatórios para a circulação de notícias numa sociedade de plataformas**. Revista Fronteiras - Estudos Midiáticos. Vol 22 nº 2 maio/agosto 2020.

RAMONET, I. **A explosão do jornalismo: das mídias de massas à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RECUERO, Raquel.. SOARES, Felipe. **O Discurso Desinformativo sobre a Cura do COVID-19 no Twitter: Estudo de caso**. *E-Compós*, 24, 2021.

RECUERO, R; SOARES, F; ZAGO, G. **Polarização, Hiperpartidarismo e Câmaras de Eco: Como circula a desinformação sobre Covid-19 no Twitter**. Revista Contracampo, n. 1, vol. 40. 2021.

TERRANOVA, Tiziana. **Free Labor: producing culture for the digital economy**. PRODUCING CULTURE FOR THE DIGITAL ECONOMY. *Social Text*. v. 18, n. 63, pp. 33–58, 2000.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **Platform society: public values in a connective world**. Nova York: Oxford University Press, 2018.

ZAGO, Gabriela; BASTOS, Marco Toledo. **Visibilidade de Notícias no Twitter e no Facebook: Análise Comparativa das Notícias mais Repercutidas na Europa e nas Américas**. Brazilian Journalism Research, v.9, n. 1, p. 116-133, 2013