
Fact-Checking e a checagem do jornalismo tradicional, há diferença? Uma análise entre as abordagens do Zero Hora e Agência Lupa sobre a “taxação do Pix”¹

Luísa Brito da Costa²

Raquel Recuero³

Universidade Federal de Pelotas - UFPel

Resumo

Este artigo investiga, por meio de um estudo comparativo, as diferenças entre a checagem de fatos no jornalismo tradicional e nas agências especializadas. Tendo como objeto de análise a desinformação sobre a “taxação do Pix”, os veículos escolhidos para contemplação foram o jornal Zero Hora e a Agência Lupa. A pesquisa se fundamenta nos conceitos de desinformação propostos por Wardle e Derakhshan (2017) e nas contribuições mais atuais de Raquel Recuero (2024), discutindo o papel do jornalismo no enfrentamento da desinformação. No campo do fact-checking, destacam-se as contribuições de Canavilhas e Ferrari (2018), além de Rodriguez-Perez e Seibt (2022). O estudo conclui que, embora as abordagens apresentem diferenças em seus métodos e formatos, elas se complementam na luta contra a desinformação.

Palavra-chave: Desinformação; Checagem; Jornalismo; Fact-Checking.

Introdução

A compreensão da desinformação representa um desafio constante para estudiosos, pois ela se trata de um fenômeno multifacetado e em constante transformação. Pensando nisso, este artigo visa provocar uma análise de como a desinformação pode ser compreendida. Está sendo utilizado aqui, o termo “compreendida” justamente porque a desinformação ainda não possui um conceito fechado — e talvez não venha a possuir, devido à sua profundidade. Recuero (2024) por exemplo, destaca a complexidade do fenômeno em questão, apontando que qualquer tentativa de definição exata pode excluir determinados contextos ou se tornar rapidamente ultrapassada com a evolução constante que vivemos.

De certo modo, a essência do que entendemos ser desinformação sempre existiu, não é fruto exclusivo da tecnologia e nem nasceram com as redes sociais (Canavilhas e Ferrari, 2018). As mentiras, os boatos e as informações distorcidas ou mal interpretadas sempre estiveram presentes na sociedade desde os primórdios da humanidade. No

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 19ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 7º semestre, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas – UFPel, e-mail: luisabritocosta783@gmail.com

³ Orientadora do trabalho e professora do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Pelotas – UFPel, e-mail: raquel@pontomidia.com.br

entanto, é a partir do início da década passada, com a ascensão das plataformas de mídias sociais que o fenômeno adquiriu uma nova dimensão (Recuero, 2024). As plataformas, além de amplificar a disseminação de conteúdos enganosos, tornaram o fenômeno mais difícil de ser controlado. Além disso, Recuero (2024) explica que a disseminação da desinformação, independente da perspectiva, está acoplada nas plataformas de mídias sociais. Então, o que conhecemos atualmente por desinformação é, antes de tudo, um fenômeno dinâmico e volátil.

Nesse sentido, esta pesquisa surge com propósito de acrescentar conhecimento nos estudos sobre combate à desinformação, uma vez que o jornalismo é considerado um instrumento fundamental de mediação entre a sociedade e os acontecimentos de interesse público. Ademais, o objetivo central deste trabalho é investigar o papel do jornalismo tradicional na checagem de fatos e a diferença para o modelo produzido pelas agências de checagem.

Para dar suporte à fundamentação teórica, foi feito um levantamento bibliográfico com base em livros e artigos científicos (Gil, 2009). Após essa etapa, conduziu-se um estudo comparativo de duas matérias jornalísticas que abordam a desinformação sobre a suposta “taxação do Pix”⁴ que circulou em janeiro de 2025. O caso em questão tirava de contexto a proposta de nova regra que ampliaria a fiscalização das transações dos cartões de crédito e débito já existentes e o Pix entraria nessas regras.

As matérias selecionadas para análise foram produzidas por dois tipos de veículos: um jornal tradicional e uma agência de checagem. O jornal Zero Hora (ZH) foi escolhido por ser o maior veículo de comunicação do Rio Grande do Sul, enquanto a Agência Lupa foi incluída por se tratar da primeira agência de *fact-checking* especializada no Brasil.

Esta análise surge com intenção de compreender como as redações realizam o processo de checagem e como se posicionaram no ecossistema midiático. A hipótese inicial deste artigo é que há diferença entre os modelos de checagens. Nesse contexto, as perguntas que orientam este trabalho são: Qual o papel do jornalismo na checagem de fatos? E qual a diferença desse modelo para o modelo produzido pelas agências de checagem?

⁴ gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2025/01/ Acesso em: 14 de abril

A desinformação

Wardle e Derksham (2017) são alguns dos primeiros autores a estudar a desinformação no contexto das redes sociais, e é neles que se baseia essa parte da fundamentação teórica do trabalho. De acordo com eles, a desinformação passou a ser um elemento problemático e recorrente no ecossistema midiático causando uma “desordem informacional”. Esta que representa riscos que podem levar a sociedade ao colapso em diversas áreas, como a saúde, a economia e a democracia. A desordem informacional definida pelos autores se intensificou com o surgimento da *World Wide Web*, popularmente conhecida pela sigla “www”, presente nos endereços eletrônicos dos sites na internet. A partir dessa tecnologia, foi possível o compartilhamento universal de informações, o que contribuiu significativamente para a ampliação do fluxo informacional e, conseqüentemente, para a disseminação de conteúdos não verificados (Canavilhas e Ferrari, 2018). Para lidar com a desordem informacional é necessário pensar em iniciativas que levem à resolução do problema. Logan (2000, apud Canavilhas e Ferrari, 2018) argumenta que é da natureza humana criar novas formas de linguagem para lidar com o caos, entretanto, ela surge a partir de sistemas simbólicos já conhecidos.

Em concordância a essa ideia, Canavilhas e Ferrari (2018) afirmam que o surgimento do *World Wide Web* proporcionou para o jornalismo a oportunidade de desenvolver uma nova linguagem de combate à desinformação, baseada em princípios já conhecidos e intrínsecos ao jornalismo: a checagem de fatos. Sendo assim, uma nova forma de combate à desinformação surgiu, transformando a checagem de fatos, antes atrelada ao jornalismo, em uma prática independente e especializada.

A noção de desinformação e o papel do jornalismo

É fundamental compreender que o ato desinformativo transcende a simples disseminação de conteúdos falsos. Se o problema se resumisse apenas a isso, uma possível medida seria tornar a Educomunicação obrigatória no currículo escolar. Entretanto, o processo desinformativo é mais profundo, uma vez que é composto por efeitos que variam de acordo com os sistemas sociais, portanto, “para compreender o conceito, é preciso ir além da própria literalidade do termo” (Recuero, 2024, p.16).

De acordo com Wardle e Derksham (2017), a desinformação pode ser compreendida através de informações distorcidas, manipuladas ou inventadas com ou sem a intenção — ou o efeito — de causar algum dano. Ademais, conteúdos como: Sátira ou Paródia; Conteúdo tendencioso; Conteúdo impostor; Conteúdo fabricado; Conexão falsa; Contexto falso ou Conteúdo manipulado também podem ser considerados desinformação.

Os autores Wardle e Derksham (2017) propõem uma estrutura conceitual composta por três definições para a analisar a desordem informacional de forma mais coesa. Para eles, a desinformação pode ser categorizada em: *Mis-information*, *Dis-information* ou *Mal-information*. O que os autores chamam de *Mis-information* é a desinformação não intencional, ou seja, aquela que pode ter surgido a partir de interpretações erradas e que não tem a intenção de desinformar — Sátiras, paródias ou conteúdos mal interpretados. Já a *Dis-information* é a desinformação intencional, isto é, um conteúdo criado deliberadamente com o propósito de enganar — Conteúdo impostor ou conteúdo fabricado. Por fim a *Mal-information*, que é uma informação baseada na realidade mas com objetivo de causar danos — Conexão falsa; Contexto falso ou conteúdo manipulado.

Por mais que essas classificações sejam, de certo modo, simples, o estudo proposto pelos autores ressalta a importância de considerar, de forma conjunta, a análise de mais elementos para a compreensão da desinformação, visto que tudo depende do sistema social em que o conteúdo coexiste. É essencial pensar no processo de criação, reprodução e distribuição do conteúdo. Em resumo, precisamos pensar no agente (quem produz e compartilha), na mensagem (informação problemática) e no destinatário (quem recebe e consome a desinformação) (Wardle e Derksham, 2017).

Em um cenário marcado pela existência de desinformação, tornou-se fundamental pensar em métodos para comprovar a veracidade de conteúdos problemáticos (Recuero et al. 2025). Com isso, o processo de checagem torna-se cada vez mais necessário, principalmente, diante do cenário de “desordem informacional” em que vivemos. Ao falar em combate à desinformação, o jornalismo tem promovido diversas iniciativas para tomar frente do problema, como a moderação de conteúdo, o letramento digital, a busca pela regulamentação das plataformas, o ensino da educomunicação, o *fact-checking*, entre outros modelos.

O *fact-checking* é popularmente conhecido em virtude das agências de checagem, como por exemplo, a agência Lupa. Porém, o *fact-checking*, enquanto uma prática, tem suas origens no jornalismo tradicional, pois a natureza da profissão é baseada em um trabalho de apuração, ou seja, na checagem das informações (Canavilhas e Ferrari, 2018).

Jornalismo e a checagem de fatos

Apesar do jornalismo no Brasil ter se desenvolvido com a chegada da imprensa no século XIX e ter ganhado força no século XX (Traquina, 2005), e a checagem de fatos ser uma atividade intrínseca à profissão, o *fact-checking* como uma prática distinta do jornalismo é uma iniciativa recente no Brasil, que possui cerca de dez anos. A primeira agência especializada em checagem no país — Lupa — foi fundada em 2015 por Cristina Tardáguila (Costa et al., 2021).

De forma direta, pode-se dizer que a diferença entre a atividade da apuração do cotidiano jornalístico e a do *fact-checking* é que uma ocorre dentro das redações de forma prévia, e a outra após a publicação do conteúdo, respectivamente. Enquanto a essência do jornalismo reside na informação apurada com função social de analisar e contextualizar a realidade previamente antes da simples publicação do acontecimento (Costa et al., 2021), o *fact-checking* foca em como o conteúdo está circulando nas plataformas, para corrigir ou esclarecer as informações, mal interpretadas, tiradas de contexto ou erradas (Rodríguez-Perez e Seibt, 2022).

Mesmo quando uma notícia está corretamente escrita e apurada por um jornalista, ela pode ser mal interpretada pelo público e se transformar em uma desinformação — *Mis-information* ou *Mal-information* — como foi o caso da onda de desinformação que aconteceu no Brasil em janeiro de 2025 sobre a “taxação do pix”. É nesses contextos que o *fact-checking* se afirma como um novo modelo de negócio do jornalismo, com fim de reforçar a checagem dos fatos que já foram apurados e publicados pelos veículos tradicionais se tornando uma nova linguagem de combate à desinformação (Rodríguez-Perez e Seibt, 2022).

Ademais, o *fact-checking* representa uma vertente do jornalismo que procura revalorizar o compromisso com a verdade, pois exige que figuras públicas sejam responsabilizadas pelas declarações que emitem (Costa et al., 2021). Assim, o

fact-checking surge como uma estratégia que reforça a credibilidade jornalística em tempos de sobrecarga de informações.

O caso da chamada “taxação do Pix” exemplifica como a desinformação pode desencadear uma desordem informacional, gerando riscos significativos para a sociedade. A gravidade da situação foi tanta que até mesmo o jornalismo tradicional precisou assumir um papel geralmente atribuído às agências de checagem de fatos para desmentir o caso. No jornal Zero Hora, por exemplo, foram publicadas diversas matérias com o propósito específico de desmentir o boato e esclarecer que se tratava de uma desinformação.

Metodologia

A desinformação estudada surgiu a partir de mensagens alegando que o governo passaria a taxar as transações realizadas via Pix a partir de 5 mil e 15 mil reais para pessoas físicas e jurídicas, respectivamente. Grande parte dessas publicações utilizava trechos descontextualizados, distorcidos ou mal interpretados — configurando práticas de *Mis-information* e *Mal-information*. A ausência de uma resposta institucional clara e imediata contribuiu para a ampliação da desconfiança por parte da população, gerando um caos informacional no ecossistema midiático. Diante desse cenário, houve mobilização de diferentes veículos de comunicação para corrigir os boatos.

Com o objetivo de analisar como o processo de checagem se manifesta em cada um dos modelos — *fact-checking* e jornalismo tradicional — este estudo selecionou os veículos de comunicação Zero Hora e Agência Lupa para a análise de uma de suas matérias de verificação. A escolha desses veículos se justifica, pelo fato de o Zero Hora possuir um conselho editorial de checagem e a Lupa por se tratar da primeira agência de *Fact-Checking* especializada no Brasil.

O Jornal Zero Hora foi fundado em 1964 por Ary Carvalho, editado sob a gestão do Grupo RBS, com sede em Porto Alegre (RS). O veículo possui um conselho editorial para a qualificação do jornalismo, além de integrar o Projeto Comprova, que tem por objetivo “descobrir e investigar informações enganosas, inventadas e deliberadamente falsas sobre políticas públicas compartilhadas nas redes sociais ou por aplicativos de mensagens”. (Grupo RBS, 2025)

Fundada em 2015, a Agência Lupa foi a primeira agência de notícias especializada em *fact-checking*. Para além da checagem, a Lupa também se mobiliza para ensinar atividades de checagem com objetivo sensibilizar sobre desinformação e seus riscos (Agência Lupa, 2025).

Para compreender qual é o papel do jornalismo na checagem de fatos e qual a diferença desse modelo para o modelo produzido pelas agências de checagem, este trabalho se baseou em uma revisão bibliográfica. De acordo com Gil (2009), esse modelo se dá com base na leitura, na análise e na interpretação de materiais já existentes. Neste trabalho em específico, foram usados livros e periódicos. Para a análise das matérias foi construída uma tabela comparativa com o objetivo de expor as diferentes estratégias de checagem adotadas por cada veículo com base em um texto de cada que possuísem semelhança temática e tratassem especificamente do mesmo assunto dentro do acontecimento maior “taxação do Pix” (Gil, 2009).

Análise da abordagem do Zero Hora e da Agência Lupa sobre a “Taxação do Pix”

Para a realização desta análise comparativa entre as matérias, foi feita uma busca inicial sobre a desinformação nos dois veículos escolhidos. Em ambos os casos, foram utilizados como palavras-chave para a pesquisa: “taxação pix” e “fake news do pix”.

Inicialmente a principal diferença entre os resultados das pesquisas está na quantidade de conteúdos encontrados: no Zero Hora, foram localizados 14 resultados relacionados a ambas as palavras-chave, enquanto na Agência Lupa, a mesma busca retornou apenas quatro resultados, todos relacionados exclusivamente ao termo “taxação do Pix”. O critério utilizado para selecionar as duas matérias comparadas foi a semelhança temática. Logo, a seleção da matéria do Zero Hora foi guiada pelas matérias disponíveis na Agência Lupa, visto que ela apresentava menos conteúdo.

A matéria do jornal Zero Hora tem como título “Receita Federal desmente informação falsa de que cobrará imposto por Pix”⁵ publicada no dia 7 de janeiro, enquanto a da Agência Lupa se intitula “É falso que transações acima de R\$ 5 mil no Pix serão taxadas”⁶ postada no dia 09 de janeiro. Para a análise foram utilizados

⁵<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2025/01/receita-federal-desmente-informacao-falsa-de-que-cobrar-imposto-por-pix-cm5p4yhet00av0177i8nzkiz.html>. Acesso em: 14 de abril

⁶<https://lupa.uol.com.br/jornalismo/2025/01/09/e-falso-que-transacoes-acima-de-r-5-mil-no-pix-serao-taxadas>. Acesso em 14 de abril

critérios que orientam a produção jornalística, considerando os seguintes aspectos: o título, o lead, a linguagem empregada, a escolha das palavras, a forma de apuração, a diversidade e o uso das fontes, além da ênfase em cada texto (Traquina, 2005).

Análise comparativa entre as matérias sobre a “taxação do Pix”		
Crítérios da análise	Jornal Zero Hora	Agência Lupa
Título	Receita Federal desmente informação falsa de que cobrará imposto por pix	É falso que transações acima de R\$5 mil no pix serão taxadas.
Lead	Contextualiza a informação sem citar o caso desinformativo	Reafirma a desinformação e depois termina a frase dizendo que é falso
Qual a linguagem utilizada?	Formal e contextualizada	Formal e objetiva
Escolha de palavras	Usa o termo “informações falsas” no título e no corpo do texto	Usa o termo “Falso” no título, lead e subtítulo
Como foi a apuração e quais e como foram utilizadas as fontes?	Detalhada e extensa. Teve citações diretas e indiretas de fontes oficiais (Receita Federal e Fisco) além da contextualização do processo desinformativo.	Objetiva e curta. Teve citação indireta de fontes oficiais (Receita Federal e Governo) e amplo uso de hiperlinks para explicar demais assuntos.
Qual é a ênfase da matéria?	Apontar a informação correta	Desmentir a desinformação

É possível compreender que, embora as estruturas básicas de checagem sejam semelhantes, há diferenças na construção da narrativa na produção e na apresentação dos conteúdos. No que se refere a escolha de palavras, o ZH utiliza constantemente o termo “informações falsas” tanto no título quanto ao longo do corpo do texto. Em contraste a isso, a Lupa emprega apenas a palavra “Falso” ao final da checagem no título, lead e subtítulo. Apesar da semelhança na escolha lexical, há diferença no propósito em que elas são empregadas. O ZH emprega com objetivo de contextualizar a informação até chegar à verdade factual, enquanto a Lupa se limita a afirmar a

falsidade, alinhando com a ideia de Rodriguez-Perez e Seibt (2022), que descrevem a checagem como uma maneira de reforçar fatos previamente apurados.

Em relação às fontes e à apuração, ambos consultaram as mesmas. Apesar disso, a principal diferença é que o ZH se dedica a esclarecer integralmente a questão fazendo uso de citações diretas e indiretas. Eles iniciam a matéria, apresentando a informação correta (“Novas regras para a fiscalização de transferências financeiras, que entram em vigor em 1 de janeiro...”) e posteriormente desmentem a desinformação e explicam sobre outros tópicos como sigilo bancário e fiscal. Essa prática se alinha com a ideia de que é dever do jornalismo trazer a informação contextualizada para exercer a função social de informar para o interesse público (Costa et al., 2021).

Por outro lado, a Lupa adota uma linguagem objetiva, focando exclusivamente em refutar a desinformação. O lead, nesse caso, abordou o contexto da desinformação: “*Circula, pelas redes sociais, a alegação de que transações do Pix serão taxadas,[...] É falso*”, e ao decorrer do texto fez o uso de hiperlinks, pois a sua preocupação é apenas checar e indicar onde está a informação correta reforçando a credibilidade jornalística (Rodriguez-Perez e Seibt, 2022).

Com base no que foi analisado foi possível compreender que a diferença entre as checagens está na construção da narrativa e no ênfase da matéria que foram percebidas através da análise do uso das fontes e palavras escolhidas. A desinformação trabalhada aqui é compreendida como uma combinação de *Mis-information* e *Dis-information*. Inicialmente, ela surgiu de uma má interpretação da informação correta, contudo, passou a ser deliberadamente disseminada com o propósito de enganar, sendo utilizada por opositores do governo.

Considerações finais

Este estudo buscou delinear as diferenças entre o modelo de checagem tradicional e o das agências de checagem. Através da análise comparativa e fundamentação teórica ficou evidente, no caso investigado, que é visível uma nova linguagem de combate a desinformação e que existem diferenças entre os modelos, ainda que eles se complementam no combate à desinformação.

Por fim, houve limitações no desenvolvimento do trabalho, principalmente por se basear em apenas um caso. Visto isso, em etapas futuras, tem-se como objetivo

construir um panorama mais completo sobre o que é a desinformação, qual o papel do jornalismo na checagem de fatos e ampliar a análise sobre a diferença entre os modelos de checagem através de novos exemplos.

Referências

AGÊNCIA LUPA. **Sobre a Lupa**. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional>. Acesso em: 19 maio 2025.

CANAVILHAS, João; FERRARI, Pollyana. **Verificação de fatos: o jornalismo regressa às origens**. Porto Alegre: Sulina, 2018. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/entities/publication/0613905d-2ed6-4340-a3d5-66b9aa654b4a>. Acesso em: 11 mar. 2025.

COSTA, Caio Túlio et al. **Tempestade perfeita: sete visões da crise do jornalismo profissional**. Rio de Janeiro: História Real, 2021.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009. Acesso em: 14 abr. 2025.

GRUPO RBS. **Práticas editoriais**. Zero Hora, Porto Alegre. Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/praticas-editoriais/>. Acesso em: 19 maio 2025.

POZZEBON, Martina. **Como as plataformas se apropriam de práticas jornalísticas de checagem: um olhar para a comunidade de notas**. 2025. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2025. Acesso em: 20 mar.2025.

RECUERO, Raquel. **A Rede da Informação: Sistemas, Estruturas e Dinâmicas nas Plataformas de Mídias Sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2024. Acesso em: 11 mar. 2025.

RECUERO, R.; TAVARES, C.; VOLCAN, T.; POZZEBON, M.; DUTRA, M. **A Desinformação narrada pela Checagem: Estudo das Eleições de 2018 e 2022**. E-Compós, [S. l.], 2025. DOI: 10.30962/e comps.3039. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/3039>. Acesso em: 14 abr. 2025

RODRIGUEZ-PEREZ, C.; SEIBT, T. **The Brazilian factcheckers criteria: an analysis of the guiding purposes, principles, and routines of this journalistic practice**. Brazilian Journalism Research, v. 18, n. 2, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v18n2.2022.1510>. Acesso em: 14 abr. 2025.

TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2001. Acesso em: 14 abr. 2025

WARDLE, Claire; DERAKHSHAN, Hossein. **Desordem informacional: para um quadro interdisciplinar de investigação e elaboração de políticas públicas**. Tradução de Pedro Caetano Filho e Abílio Rodrigues. Revisão de Isabela Carneiro e Lucas Andrade. Campinas: Editora CLE, 2023. Disponível em: <https://www.cle.unicamp.br/ebooks/index.php/publicacoes/catalog/book/93>. Acesso em: 20 mar. 2025.