

Agência Veracidade: relato de experiência de iniciativa universitária de checagem de fatos em Mato Grosso do Sul¹

Felipe Arguelho²
Taís Marina Tellaroli Fenelon³
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Resumo

Este artigo apresenta um relato de experiência sobre a criação e o desenvolvimento da Agência Veracidade, uma iniciativa laboratorial de checagem de fatos vinculada ao curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Com o objetivo de enfrentar a desinformação em nível regional, o projeto se insere no contexto de promoção do jornalismo científico e da educação midiática. A experiência que já está em seu terceiro ano de desenvolvimento busca a formação de estudantes, produção de conteúdos de checagem, lives, podcasts e divulgação científica. Ao longo do processo, a Veracidade consolidou metodologias próprias, ampliou seu alcance em redes sociais e se tornou espaço de formação e experimentação acadêmica no combate à desinformação, especialmente no contexto sul-mato-grossense.

Palavra-chave: Checagem de fatos. Educação midiática. Jornalismo científico. Desinformação.

Introdução

A proliferação de desinformação no ambiente digital tem gerado desafios significativos para a sociedade contemporânea. As chamadas “fake news” ocupam espaço nas redes sociais, aplicativos de mensagem e plataformas digitais, afetando a percepção pública sobre temas relevantes, especialmente em áreas como saúde, política e ciência. Nesse contexto, surgem iniciativas de enfrentamento à desinformação, entre as quais se insere a **Agência Veracidade**, criada em 2022 no âmbito do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), coordenado pelas doutoras Katarini Giroldo Miguel e Taís Marina Tellaroli Fenelon.

¹ Trabalho apresentado na IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação, 9º Semestre, do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS, e-mail: Felipe.arguelho@ufms.br

³ Orientador do trabalho e professor do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul-UFMS, e-mail: tais.fenelon@ufms.br

O presente artigo tem como objetivo relatar a experiência de criação, estruturação e desenvolvimento da Agência Veracidade, vinculada ao projeto “Combate à desinformação e fake news: agência regional de checagem de fatos e produção de jornalismo científico”, financiado pela Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul (FUNDECT). A agência se propôs a atuar em nível regional, produzindo conteúdo apurado, educativo e com base em evidências, voltado para o combate à desinformação que circula no estado.

O relato de experiência busca documentar os processos pedagógicos, metodológicos e comunicacionais envolvidos na consolidação da agência, destacando seus desafios, resultados práticos, estratégias de engajamento e os impactos na formação dos estudantes envolvidos.

Fundamentação teórica e justificativa

A proposta da Veracidade parte da compreensão de que a desinformação, como fenômeno contemporâneo, deve ser combatida com estratégias que aliam apuração jornalística, divulgação científica e formação crítica. Conforme Lazer et al. (2018), fake news são definidas como “informação fabricada que mimetiza o conteúdo dos meios noticiosos em sua forma, mas não no processo organizacional ou na intenção”, destacando-se pela ausência de critérios editoriais e de apuração rigorosa.

A propagação de conteúdos falsos ou manipulados — muitas vezes impulsionada por algoritmos que reforçam bolhas epistêmicas (NGUYEN, 2018) — compromete o debate público e os valores democráticos. A esse respeito, Aguiar e Roxo (2019) alertam para o risco de uma “infocalipse”, em que as pessoas não saberão mais distinguir o verdadeiro do falso.

Dessa forma, a agência Veracidade surge como uma tentativa de promover um contrafluxo no ambiente informacional, a partir da perspectiva do jornalismo científico, com foco regional. Como aponta o projeto original submetido à FUNDECT, a proposta também visa fomentar a cultura científica e a educação midiática em Mato Grosso do Sul, unindo práticas de ensino, pesquisa e extensão.

Metodologia de atuação

A construção da Agência Veracidade teve início em 2022, com uma capacitação para os bolsistas selecionados, coordenada pelas professoras Taís Marina Tellaroli Fenelon, Katarini Giroldo Miguel e pelo professor Marcos Paulo da Silva. A formação contou com a colaboração do editor do Projeto Comprova, José Antônio Lima, e do professor Márcio Granez, da Rede Nacional de Combate à Desinformação.

Durante a capacitação, foram abordados os principais conceitos relacionados à checagem de fatos, desinformação, jornalismo científico, estratégias de apuração e critérios de verificação. Também foram apresentados os conteúdos online do Projeto Comprova, com destaque para o uso de ferramentas digitais e os processos de validação de fontes.

Com base nessa formação, definiu-se uma metodologia própria para a agência. O fluxo de trabalho passou a incluir: monitoramento de redes sociais locais, identificação de conteúdos suspeitos, recebimento de dúvidas da comunidade por canais de comunicação direta (e-mail, Instagram e Facebook), apuração com base em fontes oficiais e confiáveis, produção de conteúdo em linguagem acessível e divulgação por meio das redes sociais.

As postagens foram organizadas em categorias: checagens de fatos, informativos, divulgação científica e a série “Vera Indica”, que traz sugestões de livros, podcasts e filmes relacionados à temática da agência. Além disso, foi criado o podcast “PodConfiar”, publicado no Spotify, com entrevistas e análises sobre o cenário da desinformação.

Estrutura e produção de conteúdo

A identidade visual da Veracidade foi desenvolvida logo após a capacitação, com foco na criação de uma marca clara, confiável e adaptável aos formatos digitais. As redes sociais da agência foram ativadas em 2023, com maior atividade a partir de fevereiro daquele ano, após a definição da equipe e do fluxo de produção.

Em 2024, a agência realizou **97 publicações** no Instagram, sendo:

- 29 checagens de fatos;
- 36 postagens informativas;
- 17 conteúdos de divulgação científica;
- 9 postagens da série Vera Indica;
- 6 publicações diversas (avisos, datas comemorativas etc.).

Os formatos utilizados incluíram cards (postagens estáticas) e reels (vídeos curtos), com o objetivo de atrair diferentes públicos. Os temas das checagens abrangeram questões como o aumento do salário do executivo municipal, reajustes de combustíveis, desinformação sobre a vacina bivalente e projetos institucionais como o Eletroposto da UFMS.

O podcast PodConfiar foi estruturado em duas temporadas, com **10 episódios**, abordando temas como a comunicação de risco na pandemia, os impactos das fake news em políticas públicas e estratégias de construção de confiança na informação. O podcast foi uma das inovações do projeto em 2024, sendo desenvolvido em parceria com o projeto “Obstáculos à comunicação de risco na pandemia de covid-19”, financiado pela Capes.

Formação dos estudantes e impacto acadêmico

A Veracidade se consolidou também como espaço de formação para os estudantes de Jornalismo da UFMS. Desde 2023, passaram pelo projeto sete bolsistas, orientados pelas docentes coordenadoras. A atuação na agência proporcionou o desenvolvimento de habilidades práticas em checagem, apuração, produção de conteúdo digital e jornalismo científico.

Além disso, os participantes da agência foram incentivados a produzir e apresentar trabalhos acadêmicos em eventos da área. Destacam-se as participações no

24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste e na 47ª edição do Congresso Nacional da Intercom, com pesquisas como:

- “Lupa e Aos Fatos: uma análise comparativa entre as agências de checagem no Brasil”;
- “Formação de bolhas ideológicas em sites apócrifos de notícias: uma análise do site MS Conservador”;
- “Simulação de jornalismo em sites apócrifos e hiperpartidários: análise do MS Conservador”.

Essas produções mostram como a agência estimulou a reflexão crítica dos estudantes sobre o ecossistema informacional e suas distorções, além de ampliar as articulações entre pesquisa, ensino e extensão.

Exemplo prático de checagem

Entre as dezenas de checagens realizadas, uma das mais significativas foi a análise da desinformação em torno do livro "O Avesso da Pele", de Jeferson Tenório. O caso ganhou repercussão regional após a circulação de vídeos e postagens que acusavam o livro de "promover ideologia de gênero e linguagem inapropriada". Tais conteúdos levaram, inclusive, à retirada da obra de escolas públicas de Mato Grosso do Sul.

A equipe da Veracidade identificou os boatos durante o monitoramento de perfis políticos locais e iniciou uma apuração criteriosa, consultando o catálogo do Programa Nacional do Livro Didático (PNLD), portais institucionais da Secretaria Estadual de Educação, além de entrevistas com especialistas da área de literatura e pedagogia.

A checagem concluiu que as alegações eram falsas ou descontextualizadas. O livro, premiado nacionalmente e integrante do PNLD, aborda questões de identidade, memória e racismo estrutural, sendo compatível com os objetivos educacionais previstos pela Base Nacional Comum Curricular (BNCC). A publicação da checagem gerou engajamento significativo, servindo como referência crítica no debate público.

Educação midiática e capacitações

Um dos pilares do projeto é o incentivo à alfabetização midiática. Desde sua criação, a Veracidade realiza anualmente uma **capacitação para alunos do curso de**

Jornalismo. Em 2024, o curso teve como tema “Enfrentamento à desinformação e checagem de fatos”, com debates sobre milícias digitais, regulação de plataformas, fake news e a experiência prática da agência.

Essas ações visam não apenas formar estudantes tecnicamente, mas também promover o pensamento crítico e o compromisso ético com a informação. Ao disseminar conteúdos como “o que é fake news”, “como identificar fake news” e “teorias da conspiração”, a agência contribui para o empoderamento informacional do público.

Resultados e considerações finais

O projeto da Agência Veracidade representa uma experiência singular de enfrentamento à desinformação a partir do ambiente universitário. Ao reunir ensino, extensão e pesquisa em um projeto contínuo e regionalizado, a agência consegue se firmar como um espaço formador e transformador. Os impactos vão além da produção de conteúdo: envolvem o desenvolvimento de um olhar crítico nos estudantes, o fortalecimento da confiança na informação verificada e a promoção de uma cultura científica local.

Durante sua trajetória, a agência enfrentou desafios de logística e organização, próprios de uma equipe formada majoritariamente por estudantes em formação. No entanto, esses obstáculos contribuíram para o amadurecimento do projeto, que passou a adotar estratégias mais eficazes de comunicação, divisão de tarefas e planejamento de conteúdo. As reuniões semanais se consolidaram como um espaço de troca e reflexão, permitindo a análise coletiva dos dados e o fortalecimento de uma metodologia colaborativa.

A partir da experiência acumulada, fica evidente o potencial de replicabilidade do projeto. Outras instituições de ensino superior, especialmente aquelas com cursos de jornalismo e comunicação, podem adaptar o modelo da Veracidade para suas realidades regionais. Para isso, são necessários alguns elementos-chave: apoio institucional, financiamento adequado, formação docente específica e engajamento discente. A

estrutura enxuta, baseada em redes sociais e ferramentas de baixo custo, permite a ampliação do projeto sem demandar grandes investimentos tecnológicos.

Outro aspecto de destaque é a aderência do projeto aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial o ODS 4 – Educação de Qualidade. A Veracidade contribui para o desenvolvimento de competências midiáticas, habilidades de pensamento crítico e acesso à informação confiável. Essas competências são fundamentais para o exercício pleno da cidadania em uma sociedade marcada por fluxos informacionais intensos e, muitas vezes, tóxicos.

Com base nos resultados alcançados até aqui – número de publicações, episódios de podcast, capacitações realizadas e inserções em eventos acadêmicos – é possível afirmar que a Agência Veracidade cumpriu seus objetivos iniciais. A continuidade do projeto após 2024 já está em planejamento, com perspectivas de institucionalização como agência-laboratório permanente do curso de Jornalismo da UFMS, servindo também como campo de estágio e pesquisa para estudantes da área.

Conclui-se, portanto, que a Agência Veracidade é um exemplo bem-sucedido de inovação pedagógica e engajamento público. Ao combinar a apuração jornalística com as necessidades da sociedade sul-mato-grossense, o projeto contribui não apenas para combater a desinformação, mas para formar cidadãos mais conscientes, críticos e atuantes no ecossistema digital.

Referências

AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.

AAGUIAR, Leonel Azevedo de; ROXO, Luciana de Alcantara. A credibilidade jornalística como crítica à cultura da desinformação: Uma contribuição ao debate sobre fakenews. *Mídia e Cotidiano*, v. 13, p. 162-186, 2019.

FENELON, Taís Marina Tellaroli. Projeto “Combate à desinformação e fake news: agência regional de checagem de fatos e produção de jornalismo científico”. UFMS/Fundect, 2022.

LAZER, David M. J. et al. The Science of fake news. *Science*, v. 359, n.6380, p. 1094-1096, 2018.

NGUYEN, C. Thi. Echo chambers and epistemic bubbles. *Episteme*, v. 17, n. 2, p. 141-161, 2020.

PRADO, Daniela. Comunicação pública da ciência e fake news. In: Comunicação e educação científica em tempos de desinformação. São Paulo: 2022.

SANTAELLA, Lúcia. Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. São Paulo: Paulus, 2018..