

## **Projeto Comprova: a checagem cruzada como ferramenta de combate à desinformação<sup>1</sup>**

Fabício SOVERAL<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### **RESUMO**

Esse trabalho apresenta uma análise sobre o Projeto Comprova, que realiza a checagem cruzada sobre conteúdos compartilhados nas redes sociais digitais. Buscamos saber como o Comprova pode colaborar no combate à desinformação. Realizamos uma pesquisa exploratória e descritiva, usando como método a análise de conteúdo. A principal conclusão é que a checagem cruzada feita pelo Comprova é um avanço em relação às ações que eram realizadas com os mesmos objetivos, mas que a eficácia dele ainda deixa dúvidas por fatores que são externos ao Projeto.

**PALAVRAS-CHAVE:** checagem cruzada; fake news; desinformação.

### **INTRODUÇÃO**

A afirmação de que as novas tecnologias de comunicação e informação provocaram uma revolução nas sociedades contemporâneas já é lugar comum, mas reiteramos porque normalmente é feita antes de falarmos sobre algum problema ocasionado por esse fenômeno. Devido ao suporte que essas novas tecnologias oferecem, as pessoas possuem um alto poder de comunicação, seja em frequência, em alcance da comunicação ou em capacidade de produzir conteúdo informacional. O problema que abordaremos em relação a essa “super comunicação” é a desinformação causada pela proliferação de conteúdos enganosos. Faremos isso através da análise de uma das formas de enfrentamento a esse problema: a checagem cruzada.

O termo *fake news* ficou conhecido mundialmente como indicativo de notícias falsas que circulam nos meios digitais de comunicação, no entanto, preferimos trabalhar com uma visão ampliada considerando esse termo como o tipo de conteúdo que é sinônimo de desinformação, seja através de mensagens falsas, enganosas ou fora de contexto (Recuero e Gruzd, 2019; Silva, 2022). Justificamos pelo fato de que esses conteúdos não se limitam a realizar a mimetização de uma publicação jornalística,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 5 a 7 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da FIC-UFG, email: fabricio.soveral@ufg.br

muitas vezes são apenas imagens ou vídeos - manipulados ou fora de contexto - que viralizam na internet, principalmente nas redes sociais digitais.

No mundo da pós-verdade, as noções de verdade e mentira são relativizadas em relação às emoções e os conteúdos não precisam ser totalmente fiéis aos fatos para serem considerados como verdadeiros (Bruno e Roque, 2019). O sentimento de afirmação para uma convicção causa um conforto que faz com que o confronto de argumentos para refletir sobre uma determinada realidade em busca da verdade fique em segundo plano ou nem seja considerado.

Esse fenômeno contemporâneo também atinge o jornalismo, mais do que isso, vai na base de sustentação do campo jornalístico que é a pré-concepção de que ele é um lugar de produção da verdade (Fossá e Müller, 2019). Uma ação de combate perceptível realizada por veículos jornalísticos e outras instituições foram as iniciativas de *fact-checking*, ou seja, a checagem dos fatos circulantes nas redes sociais digitais. A iniciativa apresenta aspectos positivos, mas também limitações, principalmente, no veredito sobre os fatos investigados. Também diante disso, surgiram as iniciativas de *cross-check* (verificação ou checagem cruzada), que é a ação em que mais de um veículo de comunicação faz a checagem do mesmo conteúdo e busca ultrapassar a barreira simplista do “verdadeiro” ou “falso”. Neste cenário é que está inserido o Projeto Comprova, “uma iniciativa colaborativa e sem fins lucrativos que reúne jornalistas de 41 veículos de comunicação brasileiros para descobrir e investigar informações suspeitas sobre políticas públicas” e outros assuntos que foram compartilhados nas redes sociais digitais (Comprova, 2024). O Comprova, liderado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo, é uma iniciativa do projeto First Draft, e tem financiamento do Google News Initiative e da Meta Journalism Project.

A nossa proposta foi realizar uma pesquisa exploratória e descritiva, usando como método a análise de conteúdo. Para o desenvolvimento da análise, elaboramos quatro categorias: Local de Publicação; Veículo Investigador; Veículo Verificador; e Etiqueta Classificatória. O “Local de Publicação” refere-se a qual rede social digital foi utilizada para o compartilhamento do conteúdo. O “Veículo Investigador” indica qual veículo de comunicação fez a investigação sobre o conteúdo. O “Veículo Verificador” apresenta qual veículo de comunicação fez verificação, após o processo de investigação; e a “Etiqueta Classificatória” busca mostrar como o conteúdo foi classificado, conforme

as etiquetas que são usadas pelo Projeto Comprova. O corpus da pesquisa é formado pelas publicações das checagens realizadas e concluídas entre 1º de dezembro de 2023 e 31 de dezembro de 2023.

## **PÓS-VERDADE E FAKE NEWS**

Atualmente, as redes sociais digitais reúnem pessoas que produzem e consomem informações. Brito e Feitosa (2021) destacam que essa característica mudou o modo de atuação dos veículos de comunicação porque eles deixaram de “ser apenas os emissores da informação” e passaram a “olhar e a consumirem também o que o cidadão produz nas suas redes sociais” (p.139). Passou-se a perceber uma via de mão dupla na circulação das informações. Um dos problemas é que essa informação pode ser baseada em fatos falsos ou fora de contexto, gerando desinformação. Para combater esse problema, os autores indicam que uma das ações efetivas é a mediação realizada a partir dos sites de checagem de notícias. Mesmo quando ocorre essa mediação, a quantidade de informações que essas iniciativas conseguem checar parece ser muito inferior ao volume de informações que circulam nas redes digitais. Desta forma, por mais positivas que sejam as ações de combate à desinformação, somente elas não parecem ter a capacidade de mudar o cenário atual.

Uma das questões que são merecedoras de reflexão é o questionamento se as pessoas que assimilam as *fake news* e ajudam na chamada viralização da desinformação são realmente massas instrumentais manipuláveis, com pouca capacidade intelectual e de discernimento, ou se são sujeitos que possuem uma racionalidade e conhecimento sobre as ações deles e as fazem motivados por questões pessoais para reforçar crenças e convicções pré-existentes. Aparentemente, a segunda opção é tida como a decisiva (Recuero e Gruzd, 2019). Gomes e Dourado (2023) apontam a natureza digital das *fake news*, embora a desinformação não seja algo novo na sociedade, e indicam os ambientes digitais de convivência como um campo fértil para que elas se proliferem. Isso ocorre porque nesses ambientes digitais não circulam “apenas informações, mas também identidades e afetos” (p.36). Moretzsohn (2019, p.578) diz que “para investigar que tipo de sensibilidades são mobilizadas e agem sobre essa legião de pessoas que continuam a crer no que lhes convém, apesar de todas as evidências em contrário” o apelo à razão pode não ter eficácia, portanto, sendo necessário “atuar no campo das emoções”.

## RESULTADOS

No período entre 1º e 31 de dezembro de 2023, o Projeto Comprova publicou em seu site 16 checagens sobre conteúdos que circularam nas redes sociais. As checagens foram concluídas com a atribuição de quatro etiquetas classificatórias: Contextualizando, Enganoso, Falso e Sátira. Para cada checagem foi atribuída uma única etiqueta. A “Sátira” apareceu uma vez, enquanto que as etiquetas “Contextualizando”, “Enganoso” e “Falso” foram atribuídas cinco vezes cada uma. Somando as etiquetas “Enganoso” e “Falso” chegamos a dez checagens entre as 16 realizadas (62,5% do total). Consideramos esse um alto número de conteúdos que se configuram de forma direta como desinformação, embora em pesquisas anteriores sobre a ação do Comprova percentuais bem mais altos foram encontrados. Martinuzzo e Darriba (2023, p.5) relatam que em 2022 o Comprova publicou 378 reportagens investigativas sobre as eleições presidenciais no Brasil e elas “mostraram que 96,7% das postagens verificadas eram falsas ou enganosas”.

Na categoria “Local de Publicação”, foram identificadas seis redes: TikTok, X (Twitter), Facebook, Instagram, Telegram e Kwai. O TikTok, que é um aplicativo de mídia para criar e compartilhar vídeos curtos e pertence à empresa chinesa ByteDance, foi a rede mais usada para o compartilhamento dos conteúdos checados, apareceu em oito das 16 investigações do Comprova. O X foi verificado em sete publicações; Facebook, Instagram e Telegram em três (cada um); e Kwai em uma publicação. Na categoria “Veículo Investigador”, descobrimos que os conteúdos foram investigados por 12 veículos de comunicação: Estadão e NSC Comunicação (7 vezes); A Gazeta e SBT News (3); Alma Preta, CBN Cuiabá, Correio do Estado e Folha (2); e GZH, Metrôpoles, Portal Norte de Notícias e SBT (1).

Já as verificações dos mesmos conteúdos, que chamamos aqui de categoria “Veículo Verificador”, foram realizadas por 15 veículos de comunicação: Folha (13 vezes); SBT (9); Estadão e SBT News (8); A Gazeta, Alma Preta e UOL (6); Correio do Estado e NSC Comunicação (5); CBN Cuiabá e Portal Norte de Notícias (4); e Correio Braziliense, GZH, Metrôpoles e O Povo (1). Considerando o corpus selecionado, nas categorias “Veículo Investigador” e “Veículo Verificador” constatamos que veículos de comunicação tradicionais da imprensa brasileira como os jornais Estadão e Folha de São Paulo participaram de forma acentuada das investigações realizadas pelo Comprova.

## CONSIDERAÇÕES

Consideramos que o Comprova oferece bons subsídios para que os cidadãos entendam os conteúdos analisados. Isso porque os resultados apresentam qual conteúdo foi investigado; a rede social onde foi publicado ou compartilhado; a conclusão do Comprova sobre o material; o alcance que a publicação teve até o momento da checagem; como foi realizada a verificação; por que o conteúdo foi investigado; outras checagens realizadas sobre o mesmo tema; e o posicionamento do responsável pela publicação nas situações em que ele pode ser contatado. Podemos dizer que as checagens cruzadas realizadas pelo Comprova oferecem todos os elementos necessários para que uma pessoa fique bem informada sobre aquele conteúdo analisado.

A partir disso buscamos pensar nas seguintes perguntas: A checagem cruzada realizada pelo Comprova ajuda a combater a desinformação? Ela é eficaz no enfrentamento à desinformação? Em relação ao primeiro questionamento, a resposta é um “Sim” porque o trabalho do Projeto demonstra excelência no que se propõe e os resultados das checagens podem ser repercutidos tanto pelos próprios veículos de comunicação como por qualquer cidadão em suas redes sociais digitais.

Para o segundo questionamento, respondemos um “Talvez”, mas o problema não está no Comprova. Uma das complexidades é esperar que as pessoas aceitem argumentos racionais e lógicos sobre uma questão porque vimos que o afeto e as emoções marcam presença no mundo da desinformação. Outra complexidade para a finalidade de eficácia, é que o trabalho que o Projeto realiza demanda tempo e uma produção textual explicativa acima do que as pessoas estão acostumadas a consumir para cada assunto nesse ambiente digital que é cada vez mais acelerado. Sobre o tempo, entre o recebimento de uma denúncia, a investigação, a verificação e apresentação do resultado, quantos outros conteúdos que causam desinformação terão sido postados e compartilhados nas redes sociais? Sob esse ponto de vista parece ser uma luta inglória.

De forma resumida, chegamos à conclusão de que iniciativas de checagem cruzada como o Projeto Comprova são significativas no combate à desinformação, mesmo com as ponderações apontadas. Inclusive, entendemos que a checagem cruzada já é uma etapa superior àquele processo de *fact-checking* que busca simplesmente definir se um conteúdo é verdadeiro ou falso. O *cross-check* oferece soluções mais

elaboradas pela contextualização que realiza e a partir dele podem ser pensadas novas ações com os mesmos objetivos.

## REFERÊNCIAS

BRITO, J. G. M.; FEITOSA, L. T. Mediação: uma ferramenta contra a desinformação em tempo de pós-verdade. **Informação@Profissões**, Londrina, v. 10, n. 3, p.137-156, set./dez. 2021. Disponível em: [https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/infoprof/article/view/44749/pdf\\_1](https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/infoprof/article/view/44749/pdf_1). Acesso em: 20 jan. 2024.

BRUNO, F.; ROQUE, T. A ponta de um iceberg de desconfiança. In: BARBOSA, Mariana (org.). **Pós-verdade e fake news: reflexões sobre a guerra de narrativas**. 1ª ed. p.13-23. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

COMPROVA. 2024. **Projeto Comprova**. Disponível em: <https://projecomprova.com.br>. Acesso em: 2 jan. 2024.

FOSSÁ, M. I. T.; MÜLLER, K. A. A checagem cruzada como estratégia de legitimação do campo jornalístico em reação às fake news. **Brazilian journalism research**, Brasília, Vol. 15, nº 3, p.452-475, dezembro de 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1196>. Acesso em 17 jan. 2024.

GOMES, W. S.; DOURADO, T. Fake news, um fenômeno de comunicação política entre jornalismo, política e democracia. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, vol.16, nº 2, Julho a Dezembro de 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/issue/view/2868>. Acesso em: 13 dez. 2023.

MARTINUZZO, J. A.; DARRIBA, V. A. Terrorismo, ciberterritórios, fake news e o fenômeno das massas "instrumentárias". **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, maio de 2023. Disponível em: <https://revista.ibict.br/liinc/article/view/6238/5956>. Acesso em 21 jan. 2024.

MELO, M. L. D.; SANTANA, S. R.. Projeto Comprova: informação, ética e responsabilidade social na sociedade em rede. **Informação em Pauta**, Fortaleza, v.7, p.1-15, 2022. Disponível em: <http://www.periodicos.ufc.br/informacaoempauta/article/view/60603/218093>. Acesso em 19 jan. 2024.

MORETZSOHN, S. D. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian journalism research**, Brasília, Vol. 15, nº 3, p.574-597, dezembro de 2019. Disponível em: [https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/1188/pdf\\_1/5383](https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/download/1188/pdf_1/5383). Acesso em: 27 dez. 2023.

RECUERO, R.; GRUZD, A. Cascatas de Fake News Políticas: um estudo de caso no Twitter. **Galaxia**, São Paulo, n. 41, mai-ago., 2019, p. 31-47. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Kvvg4btPzLYdxXk77rGrmJS/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 8 set. 2023.

SILVA, F. C. C. A sociedade da desinformação. **LOGEION: Filosofia da informação**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 143-161, set. 2022/fev. 2023. Disponível em: <https://revista.ibict.br/fiinf/article/view/5953>. Acesso em: 29 nov. 2023.