

Efetividade no combate à desinformação no Brasil: O papel da Agência Lupa e o PL das Fake News¹

Flávia Thaysa do Carmo Vieira²
Universidade Federal do Ceará - UFC

RESUMO

A presente pesquisa analisa a atuação da Agência Lupa e do Projeto de Lei 2630/2020 (mais conhecido como “PL das Fake News”) como estratégias de combate à desinformação no Brasil. Investiga-se se essas abordagens operam de forma complementar ou conflituosa, com o objetivo de avaliar seus alcances e limitações, por meio de revisão bibliográfica e análise documental. A fundamentação teórica aborda o fenômeno das *fake news* e as formas de enfrentamento existentes. Os resultados indicam que, apesar das diferenças, ambas as iniciativas têm potencial de se complementar.

PALAVRAS-CHAVE: *fake news*; desinformação; *fact-checking*; PL 2630/2020; Agência Lupa

Introdução

O termo *fake news*, definido como “notícias frequentemente usadas para descrever uma história vista como prejudicial a uma agência ou entidade” (Merriam-Webster, 2017) ganhou intensa popularidade nos últimos anos e influenciou diversos eventos nacionais e mundiais. No Brasil, o fenômeno passou a ser amplamente debatido a partir, especialmente, das eleições presidenciais de 2018 e o surto da COVID-19, momentos em que a disseminação de desinformação teve impacto direto na opinião pública e nas decisões de eventos cruciais para os sistemas democráticos.

Com o advento das redes sociais, o compartilhamento de informações inverídicas ocorre de forma rápida e em larga escala, o que torna seus efeitos praticamente irreversíveis, visto que atingem milhões de pessoas em questão de segundos. Diante desse cenário, uma das estratégias adotadas para minorar a problemática foi a criação de agências de checagem de fatos, cuja função é analisar informações amplamente divulgadas, apurar a sua veracidade e então oferecer ao público conhecimentos embasados. Uma das agências pioneiras nesse trabalho, no Brasil, foi a Lupa, que se tornou referência no combate às *fake news*.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Desinformação, educação midiática e plataformas digitais, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 24 a 26 de junho de 2025.

² Estudante de Graduação 2º. semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará (UFC), email: thaysavieira@alu.ufc.br

Além disso, propostas legislativas foram pensadas na tentativa de prevenir a viralização das notícias falsas, como é o caso do Projeto de Lei 2360/2020, mais conhecido como “PL das Fake News”, que pretende, dentre outras medidas, definir o que se entende por desinformação e responsabilizar as plataformas que a propaguem.

O objetivo deste trabalho é apresentar como cada uma dessas abordagens atua para coibir o fenômeno das *fake news*, assim como elencar seu alcance e suas limitações. Ao final, questiona-se: essas estratégias operam em caminhos distintos e potencialmente conflitantes, ou seriam, na verdade, complementares na construção de um ambiente informacional mais confiável?

1 Papel da Agência Lupa

Fundada em 2015, a Agência Lupa se intitula como a primeira agência de *fact checking* do Brasil. No início de sua trajetória, atuou como uma agência de notícias especializada em checagem de fatos e posteriormente expandiu sua atuação para alertar sobre a desinformação e seus riscos. Atualmente, possui duas frentes de trabalho: A Lupa Jornalismo, que veicula reportagens, checagens e conteúdos especiais, e a Lupa Educação, que promove oficinas, treinamentos e ações de alfabetização midiática. Além disso, a agência acompanha o noticiário de política, educação, cidade, meio ambiente, economia, saúde e relações internacionais, com o intuito de corrigir informações imprecisas e divulgar dados corretos.

Para assegurar a credibilidade de suas checagens, a Lupa segue uma metodologia de trabalho própria, inspirada em processos eficazes implantados por agências de checagem, como a argentina *Chequeado* e a americana *PolitiFact*. Segundo o material institucional da agência, seu objeto de estudo são, primordialmente, declarações feitas por atores públicos e as informações potencialmente falsas que circulam nas redes, mas também abrangem anúncios publicitários, slogans e imagens, além de atestar a qualidade de produtos e serviços. A partir de maio de 2018, a Lupa passou a trabalhar com o chamado *debunking*, processo que verifica informações publicadas por fontes não oficiais. Ademais, é importante frisar que a Lupa não checa opiniões (à exceção de quando são contraditórias: nesse caso, levam etiqueta alertando para isso) ou conceitos amplos, nem faz previsões de futuro.

O processo inicia com a seleção das frases que podem vir a ser checadas e classificadas. Isso é feito a partir do que os jornalistas da Lupa observam diariamente, como

as falas ditas por políticos, líderes sociais e celebridades, em jornais, rádios, revistas, canais de TV e nas plataformas de redes sociais. Ao selecionar a frase potencialmente problemática, adotam-se três critérios: a) “quem fala”: dá preferência a afirmações feitas por figuras públicas de grande relevância, como políticos e líderes sociais que exercem influência sobre a opinião pública; b) “o que fala”: as checagens priorizam temas de interesse público, que afetam um grande número de pessoas, como políticas governamentais; c) “que barulho faz”: considera-se o alcance e a repercussão da informação. Declarações que viralizam na imprensa ou nas redes sociais são priorizadas, pois possuem maior potencial de desinformação.

Ao trabalhar para além da checagem de fatos, que, por si só, qualifica e aperfeiçoa o trabalho jornalístico, a escolha da Lupa por atuar em uma frente de educação midiática é essencial para a formação de cidadãos ativos e empoderados para lidar com a desordem informacional. Ao promover esse trabalho, forma-se um público mais crítico, que não é refém das informações que circulam nas redes sociais. Enquanto a checagem trabalha de forma posterior, ou seja, depois que a desinformação já produziu seus efeitos, a alfabetização midiática age de forma preventiva, capacitando os cidadãos a identificarem informações potencialmente inverídicas e agirem frente a elas. A abordagem da Lupa, portanto, une várias frentes para enfrentar o problema da desinformação de forma mais completa.

Uma vez decidida a frase a ser analisada, o repórter da Lupa faz um levantamento de “tudo” o que foi publicado sobre o assunto, em jornais, revistas e sites. Em seguida, se debruça sobre dados oficiais em busca de informações públicas. Não encontrando o que procura, o repórter recorre à Lei de Acesso à Informação (LAI) e/ou às assessorias de imprensa. Para concluir seu trabalho, o profissional pode, ainda, recorrer à análise de especialistas para contextualizar o assunto e garantir uma interpretação precisa dos dados. Com todas essas informações, o jornalista busca a posição oficial da pessoa ou entidade verificada, oferecendo tempo e oportunidade para esclarecimentos (no caso do *debunking*, essa etapa pode ser dispensada).

Ao cumprir as etapas de sua metodologia, a Lupa garante aos leitores um texto imparcial, com links que permitem refazer o percurso da checagem e compreender os resultados obtidos. Além disso, a agência não utiliza fontes anônimas em seu trabalho e disponibiliza os bancos de dados que usa para fazer suas checagens, pois acredita que o leitor deve checar o checador. De acordo com a plataforma, a agência “pretende ser um lugar ao

qual os brasileiros podem recorrer quando precisam tomar decisões – das mais simples às mais importantes” (Agência Lupa, 2015).

2 Propostas do PL 2630/2020

O Projeto de Lei 2630/2020, mais conhecido como o “PL das Fake News”, de autoria do senador Alessandro Vieira (CIDADANIA/SE), institui a Lei Brasileira de Liberdade, Responsabilidade e Transparência na internet. Seu principal objetivo é estabelecer normas que garantam a transparência das redes sociais e nos serviços de mensagens privadas, fortalecer o processo democrático por meio do combate à desinformação, responsabilizar provedores que disseminem informações inverídicas, regulamentar a veiculação de conteúdos patrocinados e desencorajar o uso de contas inautênticas, disseminadores artificiais e rede de disseminação artificial para a propagação de notícias falsas. Além disso, estipula penalidades para o descumprimento das regras estabelecidas.

A proposta considera como desinformação conteúdo falso ou enganoso, compartilhado de maneira intencional, em parte ou no todo, colocado fora de contexto, passível de verificação, manipulado ou forjado, com potencial de causar danos a terceiros, individuais ou coletivos, ressaltando-se as sátiras ou conteúdos de cunho humorístico.

Para efeitos do referido projeto, considera-se como conta inautêntica aquela criada com o objetivo de disseminar desinformação ou assumir identidade de terceira pessoa com o intuito de enganar o público; os disseminadores artificiais, por outro lado, são entendidos, de acordo com artigo 4º, inciso V, como “qualquer programa de computador ou tecnologia empregada para simular, substituir ou facilitar atividades de humanos na disseminação de conteúdo em aplicações de internet” (Brasil, 2020), enquanto a rede de disseminação artificial é entendida como um conjunto de disseminadores artificiais, conforme o mesmo artigo, inciso VI “cuja atividade é coordenada e articulada por pessoa ou grupo de pessoas, conta individual, governo ou empresa com fim de impactar de forma artificial a distribuição de conteúdo com o objetivo de obter ganhos financeiros e ou políticos”.

Outro ponto relevante do projeto é a identificação e rastreabilidade de mensagens encaminhadas em massa. O PL determina que aplicativos de mensagens privadas, como WhatsApp e Telegram, implementem mecanismos para limitar o encaminhamento de mensagens virais e armazenem registros temporários de grandes encaminhamentos, visando identificar a origem de conteúdos potencialmente enganosos. Ademais, o PL também

estabelece regras para o registro e autenticação de contas, exigindo que plataformas solicitem documentos ou números de telefone válidos para a criação de perfis, o que dificulta a atuação de bots e perfis falsos.

Outro aspecto importante é a responsabilidade das plataformas e as sanções. O projeto prevê que redes sociais e aplicativos de mensagens sejam responsabilizados por conteúdos impulsionados de maneira irregular e pela não remoção de desinformação comprovada. O descumprimento das regras pode resultar em multas elevadas e até na suspensão das atividades da plataforma no Brasil.

Por fim, o PL também prevê mecanismos de direito de resposta e correção de conteúdos falsos, garantindo que usuários possam contestar informações enganosas e solicitar retificações nas plataformas digitais. A proposta foi aprovada pelo Senado e encaminhada à Câmara dos Deputados em 2020. Contudo, após diversos impasses, o Presidente da Câmara, Arthur Lira, anunciou, em 2024, o arquivamento do projeto, sob a alegação de que este estava “fadado a não ir a canto nenhum” (Brito, 2024). Como alternativa, foi criado um grupo de trabalho para discutir a criação de um novo projeto de lei de regulamentação das redes, mas foi encerrado sem que os parlamentares realizassem sequer uma reunião (Barbiéri, 2024).

3 Alcance e limitações do fact checking e do PL 2630/2020

O *fact checking* realizado pela Lupa e outras agências é uma ferramenta fundamental no enfrentamento à desinformação; contudo, enfrenta desafios. Por sua natureza reativa, o trabalho de checagem responde a informações manipuladas que já circulam e produzem efeitos, o que torna difícil neutralizar seus impactos. Ademais, estudos mostram que as ditas “fake news” se espalham de forma mais rápida que informações verdadeiras. Segundo a pesquisa de Vosoughi, Roy e Aral (2018), o qual analisou 126.000 rumores compartilhados por cerca de 3 milhões de pessoas em mais de 4,5 milhões de tweets no Twitter³, entre 2006 e 2017, as notícias falsas levaram seis vezes menos tempo para atingirem 1500 pessoas e tiveram 70% mais chance de serem retweetadas que as verdadeiras. Esses dados revelam a rapidez com que a desinformação circula - e como pode ser difícil para as equipes de checagem atuarem de forma tempestiva.

Outro obstáculo relevante são as chamadas “bolhas de filtro”. O termo explica que os usuários tendem a consumir conteúdos que confirmam suas crenças preexistentes e pouco

³ A rede social Twitter passou a se chamar “X” após sua aquisição pelo empresário Elon Musk, em outubro de 2022, com a mudança oficial do nome ocorrendo em julho de 2023.

interagem com aqueles que as confrontam (Pariser, 2012). Considerando esse fato, percebe-se que as checagens podem ter alcance reduzido, uma vez que aqueles mais vulneráveis à desinformação são justamente aqueles que mais rejeitam ou desconfiam de iniciativas de verificação. Dessa forma, o impacto do *fact-checking* é limitado, pois suas correções podem não chegar ao público que mais necessitaria delas.

Por outro lado, o PL 2630/2020 propõe uma abordagem preventiva, interrompendo o fluxo da desinformação antes que ela atinja grandes proporções. Além disso, ao responsabilizar as plataformas digitais pelas informações veiculadas, desconstrói a crença de que a internet é “uma terra sem lei” e garante um maior compromisso destas com a verdade. No entanto, o projeto enfrenta obstáculos, como as preocupações com as possíveis violações à liberdade de expressão por parte dos críticos e a intensa necessidade de fiscalização, o que poderia comprometer sua efetividade.

A combinação dessas abordagens pode fortalecer o combate à desinformação. Enquanto o *fact-checking* promove a conscientização e a correção de informações falsas, a legislação pode estabelecer um ambiente digital mais seguro, inibindo a circulação de conteúdos manipulados em larga escala.

Considerações Finais

O combate à desinformação exige a atuação conjunta de diversas estratégias. A checagem de fatos, representada por iniciativas como a Agência Lupa, é uma ferramenta fundamental para atenuar o impacto da disseminação de conteúdo falso e educar o público sobre a importância da verificação das informações. Entretanto, sua atuação isolada não é suficiente para conter a propagação massiva de notícias falsas. O PL 2630/2020 surgiu como uma tentativa de estruturar uma resposta institucional para o problema, estabelecendo diretrizes capazes de reduzir a circulação de conteúdos enganosos nas redes, mas foi arquivado, deixando o país sem uma política clara de regulação das plataformas.

Fica evidenciado, portanto, que o estabelecimento de um ambiente informacional seguro depende de ações interdisciplinares, que coíbam o problema da desinformação de diferentes formas. Apesar dos desafios e limitações de ambas as abordagens apresentadas nesse estudo, a combinação entre iniciativas de verificação de fatos e uma regulamentação eficiente contribui para esse objetivo, garante a integridade do debate público e fortalece a democracia.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA LUPA. **Como fazemos nossas checagens**. 15 out. 2015. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/como-fazemos-nossas-checagens>. Acesso em: 20 fev. 2025.

BARBIÉRI, L. F. Após meses, grupo da Câmara sobre projeto das Fake News não sai do papel, e STF pode dar primeira resposta sobre redes. **G1**, 4 dez. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2024/12/04/apos-meses-grupo-da-camara-sobre-projeto-das-fake-news-nao-sai-do-papel-e-stf-pode-dar-primeira-resposta-sobre-redes.ghtml>

BRASIL. **Projeto de Lei nº 2630, de 2020**. Câmara dos Deputados, 2020. Disponível em: <https://www25.senado.leg.br/web/atividade/materias/-/materia/141944>. Acesso em: 20 fev. 2025.

BRITO, A. Câmara terá grupo de deputados para elaborar novo PL das redes sociais. **Correio Braziliense**, 9 abr. 2024. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/politica/2024/04/6834738-camara-tera-grupo-de-deputados-para-elaborar-novo-pl-das-redes-sociais.html#google_vignette

MERRIAM-WEBSTER. **The real story of “fake news”: the term seems to have emerged around the end of the 19th century**. 2017. Disponível em: <https://www.merriam-webster.com/wordplay/the-real-story-of-fake-news>. Acesso em: 18 jan. 2025.

PARISER, E. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você**. Tradução: Diego A.. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S.. The spread of true and false news online. **Science**, Washington, DC, v. 359, n. 6380, p. 1146–1151, mar. 2018. Disponível em: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aap9559>. Acesso em: 15 maio 2025.