

Fake news: estudo de caso a partir de conteúdos com múltiplas camadas de sentido¹

Lucas Kominkiewicz da Graça²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos - UNISINOS

RESUMO

Este resumo expandido parte dos resultados do Trabalho de Conclusão de Curso “FATO OU FAKE: Um estudo de caso do serviço de checagem do Grupo Globo durante o 2º turno das eleições de 2022”, desenvolvido pelo autor, sob orientação da Profª. Dra. Beatriz Sallet³, cujo problema de pesquisa visou elucidar como o Fato ou Fake combateu as fake news disseminadas no período. Combinando o estudo de autores relevantes à análise das checagens do serviço, identificamos padrões de conteúdos construídos a partir da sobreposição de diversas camadas de sentido, tais como textos, fotografias, fotomontagens, capturas de tela, dentre outras.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo online, fake news, fact-checking, camadas de sentido, plataformas digitais.

1. INTRODUÇÃO

É imprescindível ressaltarmos que o que é aqui colocado sobre a monografia supracitada, se trata apenas de uma ínfima parte de um longo processo de pesquisa, reflexão e orientação, que ultrapassa as barreiras da academia. A trajetória para a elaboração do Trabalho de Conclusão de Curso é tão somente uma contextualização para os caminhos que se abrem a partir dele para pesquisas futuras no campo da Comunicação e do Jornalismo, sobretudo no que se refere aos formatos de conteúdos desinformativos com múltiplas camadas de sentido, que buscamos seguir descortinando e problematizando, bem como a atuação do Jornalismo profissional diante deles.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT17SU - Produção de sentido na mídia digital, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Graduado em Jornalismo pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: kominkiewicz98@gmail.com.

³ Professora da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Doutora em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). E-mail: bsallet@unisinos.br.

Como jornalistas, aprendemos desde o primeiro dia de formação a buscar lançar luz sobre os fatos. Hoje sabemos da inexistência de uma verdade absoluta, mas objetivamos, com base na apuração e na confrontação de informações, estabelecer um ambiente onde predomine a verdade.

O advento da era digital e suas ferramentas — a internet, as redes sociais, os aplicativos de mensagens e outras plataformas — faz com que nós, jornalistas, sejamos desafiados a todo instante a disputar a verdade dos fatos em um ambiente dominado pelas fake news, por conteúdos falsos, inverídicos e/ou falaciosos, que, além de tudo, são compartilhados em massa, instantaneamente.

Constituímos um universo de pesquisa visando contribuir para tornar o ambiente virtual, dominado por essas ferramentas, mais seguro. Tentamos mostrar como o Jornalismo tem trabalhado nesse sentido, olhando para o fact-checking como ferramenta. Assim, baseando-se em diferentes pontos de vista, em fatos verificados, em debates, a imprensa não objetiva simplesmente estabelecer uma verdade, mas sim um ambiente propício à busca por ela, para o desenvolvimento de um interesse coletivo no consumo de informações verdadeiras.

2. METODOLOGIA

Como ponto de partida, nos debruçamos sobre o problema proposto para a monografia: como o núcleo de fact-checking Fato ou Fake, do Grupo Globo, combateu as fake news, baseadas em conteúdos com diversas camadas de sentido, disseminadas no período do 2º turno das eleições presidenciais de 2022 no Brasil?

Buscando saber o *modus operandi* do Fato ou Fake na captação e análise de conteúdos que circulam nas redes sociais, foi possível atualizar o que passaram a ser buscas mais específicas, as quais transitam ao redor do objeto de pesquisa. De modo que o objetivo geral foi mapear como o serviço de checagens atuou no combate à desinformação difundida através de fake news disseminadas durante o período de estudo, com base nos tipos de conteúdo observados, baseados em camadas de texto, fotografia, fotomontagem, capturas de tela, dentre outras.

Para elucidarmos a forma como se deu a pesquisa, apresentamos os percursos metodológicos, onde trabalhamos o objeto como um estudo de caso, uma vez que focamos na série de recortes mencionada anteriormente. Buscamos sempre manter a

organização da pesquisa em pastas no Google Drive e respeitar o cronograma de execução, bem como realizar reuniões de orientação semanais para o mapeamento do progresso do trabalho.

Na sequência estão a análise do campo e a catalogação dos conteúdos checados em tipos. A observação da amostra, em conjunto com as leituras realizadas, se complementam e auxiliam na compreensão e explanação do objeto de pesquisa. Ainda contamos com um instrumento metodológico que se mostrou bastante relevante: uma entrevista em profundidade com uma fonte diretamente relacionada ao objeto, que trouxe uma perspectiva interna do veículo G1, do Grupo Globo, onde o núcleo de fact-checking Fato ou Fake, o serviço de checagens, é apresentado como mais uma de suas editorias, assim como Cultura ou Economia.

Desde o princípio, tínhamos como objetivo observar a checagem de conteúdos que envolvessem fotografias, fotomontagens, figuras retiradas de contexto e com diversas camadas de sentido, o que nos auxiliou a delimitar ainda mais o corpus, chegando às 31 checagens que o constituem. Realizamos, primeiramente, buscas mais teóricas, fazendo uso da noção de verificar o estado da arte, buscando trabalhos, livros e sites, que nos auxiliam e nos embasam, e contribuem com nossos objetivos ao apontarem caminhos possíveis para a resposta ao problema de pesquisa que colocamos. Há um grupo de autores, aqui relacionados, que debatem a questão da desinformação, da checagem de fatos, do papel do Jornalismo e da importância de todos esses elementos dentro das democracias.

O percurso adotado ao longo da construção da monografia possibilita que ampliemos o nosso escopo de interesse sobre mais veículos, como por exemplo, mais núcleos de fact-checking. Assim poderemos observar como uma série de veículos estão tratando os tipos de conteúdo que tanto nos chamaram a atenção, e que passam a estar no cerne de qualquer estudo futuro.

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Tal construção de sentido, já foi abordada por autores contemporâneos como D'Andrea e Henn (2021), citando Soares e colaboradores, ao apontarem postagens que: “possuem algum tipo de sobreposição textual na imagem/vídeo ou são reproduções de

capturas de tela (prints) de elementos textuais (como tweets ou manchetes de reportagens)” (D’Andrea; Henn, 2021, p. 8).

Esse enfoque em conteúdos construídos a partir da sobreposição de diferentes camadas é a principal motivação para este resumo expandido, pois trata-se de uma pergunta que precisamos responder. Qual o nome dado, hoje, a tais conteúdos? Trata-se de um tema que, como podemos ver, já foi percebido por pesquisadores contemporâneos da Comunicação, mas ainda é pouco abordado num contexto geral.

Além disso, há que se ressaltar que boa parte desses conteúdos, encontrados no processo de pesquisa, se fazem parecer com matérias jornalísticas, notícias e reportagens, emulando, normalmente, as características de layout de veículos tradicionais de imprensa. Por que isso ocorre? Podemos inferir que se deva ao amparo da credibilidade jornalística o fato de que os produtores de fake news se utilizam dos dispositivos credenciados pela imprensa séria para se fazerem passar por credíveis. Mas precisamos seguir desvendando essa problemática que envolve, também, “veículos” fakes, ou seja, sites que, sem o menor respaldo, se anunciam como sendo portais jornalísticos. Algo que não esteve dentre os pontos problematizados no Trabalho de Conclusão.

Desenvolvemos uma fundamentação teórica que convida autores pesquisados a compreensão sobre o estado da arte que compõe o objeto de pesquisa. Trabalhamos com um corpus de pesquisa propriamente dito, dialogando com diferentes perspectivas, todas se complementando para uma melhor compreensão do nosso objeto.

Partimos da abordagem do Jornalismo na era das redes e plataformas digitais, com Saad (2021), D’Andréa e Henn (2021), Miguel (2019), Lelo (2021), dentre outros; seguimos com a busca pelos tipos de conteúdos que circulam nas redes sociais, a evolução das fake news no mundo e no Brasil nos últimos anos, o fact-checking como uma ferramenta jornalística que auxilia no combate às fake news, às agências e serviços de fact-checking que mais se destacam no Brasil, e, finalmente, chegando ao Fato ou Fake, serviço de checagens que escolhemos para realizar o nosso estudo de caso.

Os autores consultados nos auxiliam na compreensão desse campo ainda pouco explorado da pesquisa em comunicação: os tipos específicos de conteúdos desinformativos disseminados em plataformas online, possibilitados pelas tecnologias modernas como as redes digitais, os programas de edição de imagens, dentre outras.

Aqui cabe ressaltar que focamos na literatura atual existente sobre os temas de nosso interesse, e como bem sabemos, algumas décadas são pouca coisa no que se refere a pesquisa. Portanto, o problema de pesquisa por nós proposto suscita ainda muitas questões que podem ser levantadas e originarem estudos mais aprofundados.

4. ANÁLISE E/OU PRINCIPAIS RESULTADOS E/OU CONTRIBUIÇÕES DA PESQUISA

Ao adentrarmos efetivamente no campo de pesquisa, realizamos uma análise e uma descrição detalhada do objeto Fato ou Fake, no qual fizemos nosso **primeiro recorte**, o nosso “local” de observação. Na sequência apresentamos o nosso **segundo recorte**: o 2º turno das eleições presidenciais brasileiras de 2022, período temporal em que se deu a nossa análise. Partimos, então, para os tipos de conteúdo, aqueles construídos com diversas camadas: *texto, fotografia, fotomontagem, capturas de tela*, dentre outras – que representam o nosso **terceiro recorte**. Ao realizarmos este movimento, já trazemos, concomitantemente, o modo como o Fato ou Fake trabalha ao realizar e apresentar suas checagens.

Nos deparamos com 75 checagens feitas pelo serviço, e, em seguida, recortamos as 31 checagens que compõem o corpus da pesquisa. Os recortes explicitados foram de suma importância para que conseguíssemos executar o cronograma de trabalho com a precisão e a pontualidade necessárias.

Passamos a discorrer, de maneira detalhada e objetiva, sobre o conteúdo das 31 checagens selecionadas do corpus. Descortinamos uma a uma das figuras apresentadas. Por fim, realizamos uma série de problematizações sobre nossos achados, com a intenção de compreendermos um pouco como este serviço trabalhou neste período específico: como o serviço Fato ou Fake realizou tais checagens, como as apresentou, quais são os tipos de conteúdo construídos para enganar, e como o serviço as desmentiu.

A constatação de que esses conteúdos ainda são pouco explorados na pesquisa já é, por si só, um grande resultado, uma vez que ela nos mostra que não só os meios produtores de fake news, de conteúdos desinformativos em geral, estão se apropriando das mesmas ferramentas que o Jornalismo, como estão se apropriando de forma melhor, mais eficientemente e eficazmente do que o Jornalismo. Assim, a desinformação segue

circulando em maior quantidade e com maior agilidade. Inclusive, por vezes, emulando, se passando, por conteúdo jornalístico.

5. CONCLUSÃO

O olhar sobre o modus operandi do serviço de checagens já não está no cerne de nosso interesse. Poderíamos, inclusive, pensar na possibilidade de analisar conteúdos publicados por diversos núcleos de checagens, que se enquadrem nas categorias por nós propostas. Seria uma possibilidade de expandir a pesquisa sobre fake news dentro dos moldes da monografia.

Tendo em vista os achados que conseguimos extrair de nossas problematizações, feitas a partir dos resultados obtidos em nossa caminhada, pontuamos o que foi possível perceber do Jornalismo e do fact-checking ante o cenário atual da desinformação na sociedade contemporânea, colocando, assim, nossas expectativas para o futuro.

Descortinar a mentira e reforçar a verdade é algo imperativo hoje no Jornalismo, mais do que em qualquer outra área. Torna-se necessário, até mesmo, explicitar o que é ironia, pois, em um ambiente tomado pela desordem informativa ou desordem informacional — conceito abordado por nossos autores convidados (Saad, 2021; Segabinazzi, 2020; D'Andréa; Henn, 2021) — em que se desconfia das instituições tradicionais como a ciência, o Estado, a escola e a imprensa, é preciso, muitas vezes, explicar o óbvio.

Nossa pesquisa buscou, então, contribuir neste sentido para o estabelecimento de um cenário em que predomine não apenas a verdade, mas também o interesse da sociedade em consumir conteúdo checado e, mais do que isso, em questionar os conteúdos que recebe diariamente.

Percebemos que contemporaneamente, as imagens, entre as quais para fim de nosso estudo, consideramos a fotografia, a fotomontagem e a captura de tela, possuem um potencial informativo bastante considerável, ou seja, as informações nelas contidas são melhor aceitas pelo receptor pelo fato de serem o que são, imagens.

Como resultado de nossa pesquisa, mais do que o cumprimento de um dever formal para o encerramento da graduação em Jornalismo, chegamos com a certeza de estarmos contribuindo de alguma forma para com o cenário atual da Comunicação e do Jornalismo como um todo. Através de interesses, pesquisas, leituras, muitas reflexões e

debates para orientação, fomos capazes de construir um trabalho sólido que, tendo o tema das fake news como pano de fundo, esperamos que possa representar mais um avanço rumo a um mundo melhor, em que a informação com base nos fatos seja priorizada, e aqueles que têm em sua vocação o trabalho como jornalistas sejam mais valorizados.

A monografia foi um primeiro passo na direção da pesquisa em Comunicação. Focada em apenas um núcleo de checagens, e num período específico e conturbado da nossa história recente, o que também justifica o nosso interesse, ela abre portas para novos olhares sobre os conteúdos produzidos com diversas camadas de sentido e como o Jornalismo está os abordando atualmente, e como pode vir a abordá-los no futuro. Conclui-se que, até o momento, ampliando o nosso campo, e consequentemente o corpus de pesquisa, se fará possível a realização de análises mais completas e complexas, que nos permitirão observar com maior precisão os padrões envolvidos em tais conteúdos.

REFERÊNCIAS

- D'ANDRÉA, Carlos; HENN, Ronaldo. Desinformação, plataformas, pandemia: um panorama e novos desafios de pesquisa. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, 23 (2): 2-13, maio/agosto 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23786/60748715>. Acesso em: 24 ago. 2023.
- G1. G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos. G1, 30 jun. 2018. Rio de Janeiro, 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>. Acesso em: 22 out. 2023.
- LELO, Thales Vilela. A expansão do fact-checking no Brasil: entre o ideal da participação e os dilemas da plataformização. In: *ANAIS DO 30º ENCONTRO ANUAL DA COMPOS*, 2021, São Paulo. Anais eletrônicos. Campinas, Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2021/trabalhos/a-expansao-do-fact-checking-no-brasil-entre-o-ideal-da-participacao-e-os-dilemas?lang=pt-br>. Acesso em: 24 set. 2023.
- MIGUEL, Luis Felipe. Jornalismo, polarização política e a querela das fakenews. *Revista EJM*, v. 16, n.2, p. 46-58, novembro 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2019v16n2p46>. Acesso em: 19 mai. 2023.
- SAAD, Elizabeth. Reflexões sobre ontologias jornalísticas no contexto de desinformação e crises sistêmicas. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*, 23 (2): 58-72, maio/agosto 2021. Disponível em:

<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22583/60748719>. Acesso em: 05 set. 2023.

SEGABINAZZI, Tiago. Facada news: percorrendo a pós-verdade, a desordem informativa e as notícias falsas no twitter sobre a facada em Bolsonaro. 2020. 191f. Dissertação (mestrado) Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, 2020.

SOARES, Felipe Bonow; BONOTO, Carolina; VIEGAS, Paula; SALGUEIRO, Igor; RECUERO, Raquel. Infodemia e Instagram: como a plataforma é apropriada para a produção de desinformação sobre a hidroxicloroquina?. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, 23 (2): 89-103, maio/agosto 2021. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/22581/60748721>. Acesso em: 12 set. 2023.