

A Pandemia da (Des)Informação: o *fact-checking* no combate à desinformação sobre a Covid-19

Mara Cunha Garcia

Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo

Maio 2022

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a orientação científica da Professora Doutora Dora Santos Silva.

Agradecimentos

Aos meus pais, que mesmo sem terem a possibilidade de prosseguir os estudos e nem sempre entenderem o propósito de realizar um mestrado, nunca me cortaram as asas. Sem vocês, nunca teria conseguido obter as duas décadas de educação que tenho hoje.

À minha irmã mais nova, que ainda pergunta em que ano escolar estou, mas é a primeira a mostrar-se feliz pelas minhas conquistas acadêmicas e profissionais.

Aos meus amigos mais próximos e ao meu namorado, que se orgulham de ter uma amiga aspirante a jornalista. Obrigada pelo apoio constante e por nunca duvidarem das minhas capacidades, mesmo quando eu própria duvidei. Um obrigado aos meus colegas (e amigos) de estágio, que partilham comigo a paixão pelo jornalismo, e que partilharam comigo os primeiros passos nesta aventura.

À minha orientadora, Dora Santos Silva, por toda a ajuda na realização deste relatório de estágio. Um exemplo de pessoa completamente apaixonada pelo que faz, o ensino e o jornalismo, uma mentora dedicada e com um conhecimento que parece não ter fim.

Aos profissionais da SIC com quem tive o prazer de cruzar caminho e que durante três meses de estágio foram a minha casa. Um obrigado por todo o conhecimento transmitido e por me terem feito sentir parte desta equipa. Um agradecimento especial ao Pedro Miguel Costa e à Teresa Canto Noronha, por toda a paciência e conselhos dados na revisão de cada peça. Obrigada por me mostrarem o bom profissionalismo no jornalismo.

À minha faculdade de sempre, desde a licenciatura ao mestrado, a NOVA FCSH, por ter fomentado o bichinho pelas línguas e pelo jornalismo.

A Pandemia da (Des)Informação: o *fact-checking* no combate à desinformação sobre a Covid-19

Mara Garcia

Resumo

O fenómeno da desinformação e das *fake news* não é recente. Porém, nos primeiros meses de 2020, surgiu um novo foco de desinformação: a pandemia provocada pelo surto de um novo vírus, a Covid-19, que instaurou o medo e o caos devido à escassez de informação sobre a doença. Pelo mundo, surgiam dúvidas sobre a origem do vírus, as formas de contágio, os sintomas e as medidas restritivas impostas na esperança de conter a sua propagação. Com a facilidade de difusão de informação na era digital, assistiu-se à partilha massiva de conteúdo, nem sempre verdadeiro, sobre o tema nas redes sociais – uma infodemia, segundo a Organização Mundial de Saúde. Essenciais no combate à desinformação, os jornalistas tornaram-se agentes de saúde pública, e as organizações de *fact-checking* focaram-se na verificação de factos das informações relacionadas com a pandemia.

O presente relatório tem como objetivo analisar a estratégia editorial do Polígrafo na realização do *fact-checking* sobre a pandemia. Para tal, procedeu-se à análise de conteúdo de 209 *fact-checks* sobre a Covid-19, compreendidos entre março e maio de 2020. A análise dos dados abrangeu a origem da informação verificada, as avaliações atribuídas, os temas e as fontes utilizadas na verificação, assim como outras variáveis de análise como a política de correção. Foram ainda realizadas quatro entrevistas a jornalistas do Polígrafo para complementar a análise dos dados recolhidos.

Concluiu-se que o pico de *fact-checks* sobre a Covid-19 se deu em abril de 2020, influenciado pela evolução da pandemia, e que a vasta maioria da informação verificada tem origem nas redes sociais, especialmente no Facebook. Por falta de informação científica sobre o novo vírus no início da pandemia, as principais fontes utilizadas na verificação de factos foram outros veículos jornalísticos, organizações de *fact-checking* internacionais e especialistas de saúde.

Palavras-Chave: Desinformação; *Fake News*; *Fact-checking*; Pandemia; Covid-19; Coronavírus; Saúde Pública; Polígrafo

Pandemic of (Dis)Information: fact-checking in the fight against Covid-19 disinformation

Mara Garcia

Abstract

The phenomenon of disinformation and fake news is not recent. Nevertheless, in the first months of 2020, a new disinformation focus emerged: the pandemic caused by the outbreak of a new virus, Covid-19. The Covid-19 pandemic created an unprecedented global panorama and established the feeling of fear and chaos caused by the lack of information about the disease. Throughout the world, doubts arose about the origin of the virus, the forms of contagion, the symptoms, and the imposition of restrictive measures in prospect of containing its transmission. With the ease of disseminating information in the digital era, there was a massive share of content related to Covid-19 on social networks – an *infodemic*, accordingly to the World Health Organization. Crucial in the fight against disinformation, journalists became public health agents, and fact-checking organizations focused on the verification of false information related to the pandemic.

The main aim of this report is to analyze Polígrafo's editorial strategy in their fact-checking process about the pandemic. To this end, it was carried out an analysis of 209 fact-checks about Covid-19 between March and May of 2020. The analysis of the data comprised the origin of the verified information, the evaluation of the fact-checks, the themes chosen, and the sources used in the fact-checking, as well as other editorial criteria such as the correction policy. It was concluded that the peak of publications about Covid-19 was in April 2020, influenced by the evolution of the pandemic, and that most of the information verified comes from social networks, especially Facebook. Due to the lack of scientific studies on Covid-19 in the beginning of the pandemic, the main sources used in the fact-checking process were other journalistic vehicles, international fact-checking organizations, and health experts.

Keywords: Disinformation; Fake News; Fact-checking; Pandemic; Covid-19; Coronavirus; Public Health; Polígrafo

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I: Estágio	4
1. A SIC	4
2. O estágio	6
Capítulo II: Revisão de Literatura	16
1. <i>Fake News</i>: o conceito que se tornou viral	16
1.1. Contextualização	16
1.2. A origem das <i>fake news</i> e desinformação	17
1.3. A desinformação	20
2. A (Des)Infodemia	24
2.1. O escalar da Covid-19	24
2.2. A overdose de notícias e o aumento de audiências	25
2.3. Desinformação sobre a Covid-19	28
2.3.1. Temas da desinfodemia	32
2.4. O outro lado da moeda: a confiança no jornalismo	35
3. <i>Fact-checking</i> no combate à desinformação	37
3.1. Definição de <i>fact-checking</i>	38
3.2. Primórdios e desenvolvimento do <i>fact-checking</i>	39
3.3. Fazer <i>fact-checking</i>	43
3.3.1. Temas dos <i>fact-checkers</i>	44
3.3.2. Métodos utilizados	45
3.3.3. Financiamento	47
3.4 <i>Fact-checking</i> durante a pandemia	48
Capítulo III: Investigação e Metodologia	50
1. Objetivo e pertinência do tema	50
2. Questões de investigação	50
3. Metodologia	51

3.1. <i>Corpus</i>	51
3.2. Variáveis de análise	52
Capítulo IV: Resultados e Discussão	54
1. O Polígrafo: o primeiro jornal de <i>fact-checking</i> português	54
1.1. Código de princípios	56
1.2. Escala de avaliação	57
2. Estratégia editorial do Polígrafo	57
2.1. Escolha do conteúdo	57
2.1.1. Escolha do conteúdo no Polígrafo SIC	60
2.2. O processo de <i>fact-checking</i>	60
2.3. Tempo da verificação de factos	62
2.4. Conteúdos diários publicados	62
3. Análise dos <i>fact-checks</i>	63
3.1. Meses com maior número de <i>fact-checks</i>	63
3.2. Dias com mais <i>fact-checks</i> publicados	65
3.3. Origem dos <i>fact-checks</i>	70
3.3.1. Parceria com o Facebook e com a Direção Geral de Saúde	73
3.3.2. Critério da viralidade	74
3.4. Temas dos <i>fact-checks</i> em análise	75
3.5. Avaliação dos <i>fact-checks</i>	78
3.6. Fontes citadas nos <i>fact-checks</i>	80
3.7. Outros critérios	84
3.7.1. Política de correção	84
3.7.2. Relevância dos temas	86
4. Discussão de resultados	89
Conclusão	96
Referências bibliográficas	101
Anexos	108

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentagem da escolha de conteúdo segundo o Diretor do Polígrafo

Gráfico 2 – Número de *fact-checks* sobre a Covid-19 em 2020 e 2021

Gráfico 3 – Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em março de 2020

Gráfico 4 – Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em março de 2020

Gráfico 5 – Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em abril de 2020

Gráfico 6 – Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em abril de 2020

Gráfico 7 – Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em maio de 2020

Gráfico 8 – Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em maio de 2020

Gráfico 9 – Número e percentagem da origem do total de *fact-checks* sobre a Covid-19

Gráfico 10 – Número e percentagem de *fact-checks* cuja origem foram redes sociais

Gráfico 11 – Número e percentagem de *fact-checks* com parceria com o Facebook, DGS ou sem parceria

Gráfico 12 – Número e percentagem relativo ao critério da viralidade dos *fact-checks* sobre a Covid-19

Gráfico 13 – Número e percentagem dos temas do total de *fact-checks* sobre a Covid-19

Gráfico 14 – Classificação de *fact-checks* sobre a Covid-19 nos meses de março, abril e maio de 2020

Gráfico 15 – Número e percentagem das classificações atribuídas ao total de *fact-checks* sobre a Covid-19

Gráfico 16 – Principais fontes citadas nos *fact-checks* sobre a Covid-19

Gráfico 17 – Principais órgãos de comunicação social citados como fonte

Gráfico 18 – Principais plataformas de verificação de factos citadas como fonte

Tabela 1 – Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados entre março e maio de 2020

Tabela 2 – Categorias e origens dos *fact-checks* sobre a Covid-19 entre março e maio de 2020

Tabela 3 – Número e percentagem dos temas de *fact-checks* sobre a Covid-19 nos meses de março, abril e maio de 2020

Figura 1 – Captura de ecrã do artigo com a nota de correção no título

Figura 2 – Captura de ecrã do artigo com a nota editorial de atualização

Figura 3 – Captura de ecrã do artigo de 22 de março de 2020

Figura 4 – Captura de ecrã do artigo de 4 de abril de 2020

Figura 5 – Captura de ecrã do artigo de 14 de abril de 2020

Figura 6 – Captura de ecrã do artigo de 15 de abril de 2020

Figura 7 – Captura de ecrã do artigo de 21 de maio de 2020

Figura 8 – Captura de ecrã do artigo de 29 de março de 2020

Figura 9 – Evolução de novos casos de Covid-19 entre março e junho de 2020 (Fonte: Público)

DGS – Direção-Geral de Saúde

IFCN – *International Fact-Checking Network*

OMS – Organização Mundial de Saúde

Introdução

Nos últimos anos, o tema da desinformação tem sido fortemente discutido no campo mediático, onde se tem sentido um aumento de desinformação impulsionado pela facilidade de difusão de informação com as novas tecnologias.

Em dezembro de 2019, em Wuhan, na China, o mundo viu-se confrontado com o surgimento de um novo vírus – o novo Coronavírus – que depressa deu origem a uma pandemia – a Covid-19. Com uma excessiva quantidade de informação acerca de um vírus desconhecido e sem precedentes, assistiu-se a um aumento veloz de desinformação acerca da doença. As *fake news*, como são vulgarmente conhecidas, tornaram-se um problema global, impelidas pelas redes sociais que permitem a difusão de novas ideias através de partilhas que não são controladas.

Assistiu-se a uma pandemia em plena era digital, o que, consequentemente, alertou para a existência de uma infodemia, definida pela Organização Mundial de Saúde como “um volume elevado de informação, incluindo informação falsa ou enganosa, em ambientes digitais e físicos, durante um surto de uma doença. Causa confusão e comportamentos de risco que podem prejudicar a saúde. Também pode levar à desconfiança nas autoridades de saúde e prejudicar a resposta da saúde pública”¹ (OMS). A desinformação é agora considerada uma epidemia, isto é, uma “pandemia de desinformação”.

A desinformação acerca da Covid-19 pôs em evidência o seu impacto na saúde pública e na credibilidade de figuras de autoridade e de órgãos de comunicação social. Não obstante, a pandemia mostrou-se a oportunidade perfeita para o jornalismo de qualidade retomar o destaque como meio de informação credível e confiável. A população virou-se para os jornais, para as televisões e para as redes sociais de modo a manter-se informada sobre o que se passava no mundo, mas foi no jornalismo tradicional que encontrou a segurança necessária. A confiança no jornalismo aumentou exponencialmente em deterioramento da confiança nas redes sociais, e os jornalistas voltaram a ter um papel de destaque. Motivados pela preocupação em tornar o jornalismo

¹ Tradução própria. No original: “An infodemic is too much information including false or misleading information in digital and physical environments during a disease outbreak. It causes confusion and risk-taking behaviours that can harm health. It also leads to mistrust in health authorities and undermines the public health response”.

numa forma de orientação da população, os jornalistas tornaram-se fulcrais no combate à pandemia e à desinformação a ela associada, facilitando a comunicação sobre saúde.

Os projetos de *fact-checking* são hoje absolutamente necessários devido à natureza do ecossistema (Oliveira, 2020). Com o fenómeno da desinformação a intensificar-se, nos últimos anos, o *fact-checking* encontrou nas eleições o palco para brilhar e múltiplas plataformas de verificação de factos surgiram com o propósito de verificar conteúdo político. Porém, se a desinformação durante as eleições põe em causa a democracia, a desinformação relacionada com a pandemia põe em causa a saúde pública. Por essa razão, o *fact-checking* surgiu como uma resposta imediata ao problema da desinformação e as organizações de *fact-checking* internacionais concentraram os seus esforços em verificar conteúdo relacionado com a Covid-19, intensificando o seu papel no combate aos riscos da desinformação que circulam nos meios digitais.

O Polígrafo, primeiro jornal de *fact-checking* português, surgiu em 2018 com o objetivo do “exercício diário de escrutínio da verdade no espaço público” (Polígrafo) e é atualmente uma das únicas duas plataformas de *fact-checking* creditadas pela *International Fact-Checking Network* em Portugal, juntamente com o jornal Observador. Em abril de 2019, o jornal realizou uma parceria com a SIC para um programa de *fact-checking* com periodicidade semanal, o Polígrafo SIC. Com o início da pandemia, em 2020, o Polígrafo começou a realizar o importante trabalho de verificação de notícias relativas à Covid-19, tendo realizado uma parceria com a Direção Geral de Saúde, organismo máximo de saúde pública em Portugal, com o objetivo de combater a desinformação acerca do novo vírus.

Ao longo deste estudo, procurou-se responder à seguinte pergunta de investigação: “como é realizado o *fact-checking* do Polígrafo?”, relacionando-o com o tema da pandemia, e às seguintes subperguntas: “Quais são as características editoriais das peças sobre a Covid-19 publicadas no Polígrafo?” e “Que estratégias editoriais são usadas durante o processo de escolha das peças e verificação de *fact-checking*?”. Para tal, procedeu-se à análise de conteúdo sobre a Covid-19, publicado no Polígrafo, entre março e maio de 2020, e à realização de entrevistas a profissionais do jornal.

Após uma breve descrição da experiência de estágio, num segundo momento realiza-se uma revisão de literatura e contextualização sobre desinformação e *fake news* e a pandemia de Covid-19. O segundo capítulo explica, então, o conceito e a origem das *fake news* e da desinformação, a origem e o escalar dos casos de coronavírus e da

infodemia, bem como a desinformação sobre a Covid-19. Trata-se ainda o tema do *fact-checking* no combate à desinformação, explicando o conceito e os primórdios da verificação de factos, assim como o processo de *fact-checking*. No terceiro capítulo, aborda-se o objetivo e pertinência do tema, as questões de investigação deste estudo e a metodologia utilizada. No quarto capítulo, são apresentados os resultados e discussão deste estudo, realizando uma análise dos *fact-checks* do Polígrafo dedicados à Covid-19 entre março e maio de 2020. Neste capítulo, procura-se compreender a estratégia editorial do jornal e perceber como funciona o *fact-checking* no combate à desinformação com cariz de saúde.

Este estudo permitiu concluir que o número de *fact-checks* sobre a Covid-19 aumentou de acordo com a evolução da pandemia, tendo atingindo o pico em abril de 2020. Entre as principais conclusões, destaca-se o facto da maioria da informação verificada ser avaliada como falsa, e ter origem nas redes sociais, sobretudo o Facebook. Além disso, entende-se que o Polígrafo utilizou outros órgãos de comunicação social, organizações de *fact-checking* e especialistas de saúde como principais fontes na verificação de factos sobre saúde.

Capítulo I: Estágio

1. A SIC

No dia 6 de outubro de 1992, às 16h30, fez-se história. Foi o dia em que nasceu o primeiro canal de televisão privado em Portugal. Nasceu a Sociedade Independente de Comunicação, mais conhecida por SIC.

Foi Francisco Pinto Balsemão, fundador do grupo Impresa, que fez a apresentação da primeira transmissão: “Meus senhores e minhas senhoras, a SIC está no ar”. Um milhão e cem mil espectadores assistiram à transmissão, apresentada pela jornalista Alberta Marques Fernandes, daquela que viria a tornar-se a estação líder de audiências.

Tinha apenas uma emissão de oito horas, com início às 16h30 exceto ao fim de semana, altura em que os portugueses poderiam assistir ao canal a partir das 14h00. Até então, a RTP, criada em 1957 pelo Estado, era a única televisão a emitir em Portugal. A inauguração da SIC simbolizava a independência da informação e marcava o “início do fim” dos 35 anos de monopólio e liderança televisiva da RTP. No espaço de três anos, em 1995, a SIC alcançou a liderança nas audiências ao apostar fortemente nos programas de informação, entretenimento, documentários e programas de ficção falados em português. Contudo, a sua maior aposta, que se destacou claramente no panorama televisivo, foi a informação².

Regidos pelo mote da inovação, em 1997 é criada a SIC Internacional a pensar na vasta comunidade portuguesa residente na Europa, África e Estados Unidos da América. Mas foi em 2001 que a SIC fez novamente história. Nasceram os canais temáticos transmitidos através da TV Cabo: a SIC Notícias, o primeiro canal português exclusivamente dedicado à informação 24 horas por dia, e a SIC Radical, destinada a um público essencialmente jovem. Nesse mesmo ano, a SIC marca a sua presença no online através da criação do primeiro site www.sic.pt, que juntava informação e entretenimento. Em 2003, no Dia Internacional da Mulher, surge um novo canal, a SIC Mulher, dedicado ao público feminino. Em 2009, a SIC inicia a internacionalização dos canais temáticos.

Um crescimento sem igual que não parou até hoje, a SIC conta atualmente com oito canais. São eles a SIC generalista, SIC Internacional, SIC Notícias, SIC Radical, SIC

² Segundo o Estatuto Editorial da SIC, “a SIC é a empresa concessionária de um canal privado de televisão, de âmbito nacional, cujo principal objeto é a difusão de uma programação de qualidade e rigor informativo, independente do poder político ou económico e de qualquer doutrina ou ideologia”.

Mulher, SIC K, SIC Caras e SIC Internacional África. Este universo integra o Grupo Impresa, a empresa de comunicação social portuguesa com o maior número de canais de televisão a emitir além-fronteiras. No total, os canais SIC alcançam 12 países e foram, dentro dos grupos de canais portugueses, os mais vistos em 2021.

O ano de 2019 foi também um marco para a SIC. Após 26 anos de história em Carnaxide, a SIC mudou-se para o moderno edifício em Paço de Arcos, desenhado especificamente para albergar o Grupo Impresa. As redações do Expresso e da SIC, os dois maiores meios de informação em Portugal, uniram-se numa só redação. Marcados pelos espaços inovadores e pela nova tecnologia, doze anos e meio depois, a SIC volta a reconquistar as audiências e torna-se a estação líder em Portugal. Pioneira na área da comunicação, em novembro de 2020, durante a pandemia de Covid-19, a SIC decide apostar numa plataforma *streaming* com um serviço pago e conteúdos exclusivos. Nasce então a *OPTO*, uma “nova forma de ver a SIC”.

Desde a criação da SIC, foram três os rostos que pertenceram à Direção de Informação. Emídio Rangel foi o primeiro a assumir o cargo, que exerceu entre 1992 e 2001, sendo seguido por Alcides Vieira entre 2001 e 2016. À data da redação deste relatório, em janeiro de 2022, o Conselho de Administração é presidido por Francisco Pedro Balsemão e o Diretor de Informação do canal é Ricardo Costa, acompanhado pelos Diretores Adjuntos José Gomes Ferreira e Bernardo Ferrão. Marta Brito dos Reis e Patrícia Moreira constam como Subdiretoras de Informação.

A redação da SIC, o coração deste canal, afirma reger-se pela qualidade e rigor informativo. Encontra-se organizada por editoriais – *Desporto, Economia, Sociedade, Cultura, Política e Internacional* –, bem como por equipas – a equipa do *Primeiro Jornal* e do *Jornal da Noite*, da SIC generalista, e a equipa da *Edição da Manhã*, *Edição do Meio Dia*, *Edição da Tarde* e *Edição da Noite*, da SIC Notícias. Existe ainda a equipa dedicada ao *Online*.

O *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite*, os dois jornais da SIC, são constituídos por equipas. Os jornalistas dividem-se entre vários horários de entrada, nomeadamente a equipa das 8h, a das 9h e a das 10h da manhã, e a equipa do 12h. Os jornalistas que integram as equipas das 8h e das 9h por norma redigem apenas peças para o *Primeiro Jornal*, que tem início à 13h. Os jornalistas das 10h integram o *Primeiro Jornal* e, se necessário, o *Jornal da Noite*. Os restantes trabalham essencialmente para o *Jornal da Noite*, que tem início às 20h. Contudo, a vasta maioria dos jornalistas iniciam o dia de

trabalho mais cedo, visto que para redigirem peças é frequentemente necessário sair para o terreno em reportagem.

A SIC foi a minha primeira opção de estágio. O seu pioneirismo em Portugal enquanto primeiro canal de televisão privado contribuiu para a independência da informação, e a sua forte aposta na inovação fez-me crer que seria a escolha acertada para a primeira experiência profissional na área. Os tempos que correm lembraram-nos da importância do jornalismo e do poder (e peso) dos que transmitem a informação e a SIC foi a prova viva de que a qualidade de informação ainda existe. Foi desta qualidade jornalística que desejei fazer parte, de forma a aprimorar os meus conhecimentos e preparar-me para o mundo do trabalho.

2. O estágio

Os primeiros dias

Foi no dia 25 de outubro de 2021, pelas dez horas da manhã, que iniciei o que viria a ser a minha vida nos três meses seguintes. Aguardei na entrada do edifício do Grupo Impresa pela responsável dos Recursos Humanos. Apenas cerca de dez dias antes, no dia 14 de outubro, esperava no mesmo local pela minha entrevista de estágio com o José Gomes Ferreira. Nesse dia, fomos três estagiárias a entrar para o departamento da Direção de Informação da SIC. No dia 1 de novembro, juntar-se-iam a nós mais dois estagiários. Após uma breve *tour* pelo edifício, fomos encaminhadas para a redação, onde nos esperava a Ana Marisa Silva, gestora da redação. Fui informada que iria integrar a equipa de *line producers* - responsáveis pelas frases (oráculos) que aparecem no jornal. Esta função foi criada exclusivamente pela SIC em 2007.

Porém, primeiramente seria necessário ver o funcionamento da redação. Por isso, nos dois primeiros dias, acompanhei a jornalista Raquel Loureiro, do *Primeiro Jornal* (doravante PJ). Contudo, aprendi de imediato que os jornalistas nem sempre têm tempo para acompanhar os estagiários, sobretudo de manhã, visto que têm peças para terminar até à 13h, hora em que o PJ entra no ar. Nestes dois dias, aprendi que o *Master* é o centro da redação. É nele que todos os dias seguem o alinhamento das peças que sairão nos respetivos jornais da SIC e da SIC Notícias, e os jornalistas encarregues de as fazer. É lá, também, que os jornalistas escrevem diretamente as suas peças. O *Planning* é também

importante de consultar: é onde se reúnem todas as saídas ao terreno do dia e os respetivos repórteres de imagem que nos irão acompanhar.

Ao terceiro dia, passei a ser acompanhada por um jornalista “sénior” da SIC, Pedro Miguel Costa, que foi uma enorme ajuda durante todo o estágio. No primeiro dia com ele, enviou-me com um repórter de imagem até ao Campo Grande, onde realizamos algumas filmagens que integrariam uma reportagem especial de investigação. Nesta fase, ensinou-me algumas bases para trabalhar com os dois programas comuns a toda a redação: o AP ENPS, destinado à produção de notícias, e o SONY XPRI (HIVE), usado na edição de imagem/vídeo. Aprendi também a trabalhar com o *Invenio*, um programa que permite a pesquisa de imagens em Arquivo. Sempre que tive dúvidas, o Pedro fazia questão de as esclarecer. Motivou-me a começar a escrever as minhas peças sozinhas e a editá-las, e mostrou-se disponível para me ajudar a dar voz às peças.

Esta primeira semana ficou marcada pela discussão do Orçamento de Estado e pela crise política após o seu chumbo no dia 28 de outubro. Ficou ainda marcada pela erupção do vulcão nas Canárias e o acidente de Alec Baldwin. Já a segunda semana ficou marcada pela Cimeira do Clima (COP26) em Glasgow, pela Websummit em Lisboa, assim como pela crise política em Portugal.

O Pedro Miguel Costa pediu-me para treinar algumas peças de internacional. Para isso, o meu trabalho passava por analisar as principais páginas online de notícias internacionais, neste caso a *Reuters*, a maior agência internacional de notícias no mundo e a *APTN*, um programa de notícias da televisão canadense. São as duas páginas mais utilizadas para acompanhar o que ocorre no estrangeiro e estão integradas nos programas utilizados na redação, sendo possível receber em tempo real notificações das notícias relevantes de última hora. Ao longo do dia, era também importante estar atenta aos emails que são enviados para toda a redação com atualizações de notícias que poderão ser relevantes.

Durante esta semana, tive a oportunidade de estar três vezes nas *régies*. Uma vez na *Edição da Tarde* da SIC Notícias com a coordenadora Joana Nabais e Filipa Ramos, e duas vezes na régie do Primeiro Jornal, coordenado pelo André Antunes. Aqui pude compreender o diferente funcionamento entre a SIC generalista e a SIC Notícias. Numa das vezes em que assisti ao PJ, tive a oportunidade de acompanhar duas *line producers*, que me explicaram o que consistia o seu trabalho.

Estes primeiros dias fizeram-me perceber um dos pontos a melhorar no estágio: a chamada “dança das cadeiras”. Sendo estagiários, não temos lugares marcados na redação, o que facilmente se torna incómodo e confuso. Todos os dias temos que ter em atenção quem são os jornalistas que estão de folga para nos pudermos sentar nos seus lugares e trabalhar.

A rotina no Primeiro Jornal

A terceira semana ficou marcada pela detenção dos comandos suspeitos de tráfico de droga, ouro e diamantes e pela detenção de Mário Machado, um extremista de direita. Nesse âmbito, no dia 8 de novembro fui enviada para a minha primeira entrevista sozinha com um repórter de imagem. O meu trabalho foi obter algumas declarações do advogado de Mário Machado para uma peça para o *Primeiro Jornal*. Já no dia 10 de novembro, o meu dia foi passado a acompanhar os diretos do jornalista Diogo Martins no Tribunal de Instrução Criminal de Lisboa, no Campus da Justiça, no dia em que seriam conhecidas as medidas de coação dos comandos detidos.

No dia 11 de novembro, às 15h, reuni-me com a Patrícia Moreira, coordenadora das *line producers*, para definirmos melhor o meu percurso de estágio. Fui informada de que a ideia seria então passar pela equipa de *line producers*, como me disseram desde início. Assim, a coordenadora criou um falso alinhamento do *Primeiro Jornal*, com algumas notícias que já tinham sido emitidas, como pequeno teste. O meu trabalho seria ler as notícias feitas pelos jornalistas e criar as “frases-tópico” que passam no jornal. Todavia, a coordenadora não chegou a rever o meu trabalho e continuei a trabalhar no PJ.

A penúltima semana de novembro, a minha quarta semana de estágio, foi atarefada. Foi a primeira semana em que me senti realmente uma jornalista da SIC. Nesta semana, o coordenador do PJ marcou-me saídas para o terreno todos os dias, sem um jornalista a acompanhar, apenas um repórter de imagem.

No dia 16 de novembro, terça-feira, fiz a minha primeira reportagem³⁴ para passar no PJ. Tratou-se de uma ação de limpeza de praia em Paço de Arcos, onde vários alunos se reuniram para comemorar o Dia Nacional do Mar. A iniciativa teria início às 10h, mas

³ <https://www.msn.com/pt-pt/video/sic/alunos-assinalam-dia-do-mar-a-limpar-a-praia/vi-AAQOqtb>

⁴ Devido ao ataque informático sofrido na SIC, as reportagens não estão disponíveis no site oficial. Doravante partilharei os links das notícias publicadas na plataforma do MSN.

com alguns atrasos, só consegui acabar a reportagem e regressar à redação por volta do meio-dia. A cerca de uma hora do início do PJ, teria ainda que redigir a peça e editá-la. Foi aqui que me apercebi de uma das maiores falhas relativas ao estágio. Sendo estagiária, não podemos dar voz às nossas próprias peças. Temos que encontrar alguém disponível para rever os nossos textos e dar voz, para depois podermos ir às ilhas de edição pedir a um editor que pinte a nossa peça. O problema é que praticamente todos os jornalistas estão ocupados com as suas próprias peças e não têm tempo para rever o trabalho dos estagiários. Com o tempo a escassear, a minha peça acabou por se atrasar e só foi possível passar no dia seguinte.

Na quarta e quinta-feira seguintes, assisti e participei em duas conferências de imprensa, no Ministério da Educação e na FENPROF, acerca de um dos temas que marcou a semana – a falta de professores em Portugal. Já no dia 19 de novembro, realizei novamente uma reportagem⁵, desta vez sobre a iniciativa “Há Art no Esgoto” das Águas do Tejo Atlântico em parceria com a Câmara Municipal de Lisboa cujo objetivo era alertar para a importância do saneamento. Foi a primeira peça que foi para o ar no mesmo dia em que a realizei.

O meu horário não era certo. Aparecia na redação entre as 9h30 e as 10h e saía por volta das 16h, caso não tivesse mais trabalho. No caso do *Primeiro Jornal*, as peças tinham que estar prontas até às 13h para passarem no ar, e a maioria dos jornalistas chegava à redação por volta das 9h.

Na semana de 22 a 26 de novembro, a redação esteve num ritmo frenético - nem tanto para os estagiários. Com a estreia da CNN Portugal no dia 22 as preocupações com audiências faziam-se sentir. Era preciso fazer mais e melhor. As equipas andaram em constantes reuniões, as linhas no *Master* multiplicaram-se, os jornalistas praticamente duplicaram o trabalho. Assim, não houve tanta disponibilidade para acompanhar ou dar trabalho aos estagiários. Mesmo assim, saí uma vez para entrevistar um comando da PSP acerca de descatos de adeptos alemães no Bairro Alto e saí a acompanhar pela primeira vez uma reportagem com a jornalista Bárbara Lima. Tratou-se de uma peça para o fim de semana sobre a época da Trufa Branca, e fomos a dois restaurantes muito requisitados da

⁵<https://www.msn.com/pt-pt/noticias/videos/tampas-de-esgoto-transformadas-em-obras-de-arte-em-lisboa/vi-AAQUniu>

zona de Lisboa - o Eleven e o Come Prima - para entrevistar os *chefs* e assistir ao empratamento dos menus com trufa.

Um dos pontos que tenho, infelizmente, a criticar, é a situação de estagiar como *line producer*. Nunca cheguei a obter qualquer *feedback* da coordenadora e não sabia se o meu percurso de estágio iria manter-se igual. Já contava com praticamente metade do estágio quando decidiram oficializar que estava na equipa do PJ.

Na primeira semana de dezembro, entrei, finalmente, na rotina do *Primeiro Jornal*. Nesta semana, o coordenador do PJ confiou-me sempre peças e pude ganhar o ritmo do pesquisar informação, sair para o terreno, redigir a peça, pedir a um jornalista para a rever e dar voz e, finalmente, editá-la. Foi, também, a primeira semana em que tive que integrar a equipa de fim de semana, no qual tive a oportunidade de fazer peças tanto para o *Primeiro Jornal* como para o *Jornal da Noite*.

Este mês ficou sobretudo marcado pela demissão de Eduardo Cabrita, pela busca e detenção de João Rendeiro, assim como a detenção de Manuel Pinho. Ficou ainda marcada pelo aparecimento de uma nova variante de Covid-19, a Ómicron, e pelas novas medidas restritivas a contemplar a quadra festiva. O início da vacinação das crianças dos 5 aos 11 anos foi igualmente uma notícia de destaque.

Durante estas semanas, o coordenador deu-me peças para o PJ todos os dias. Fiz múltiplas peças sobre greves, entre elas a greve de transportes rodoviários privados⁶, da autoridade tributária⁷, da Caixa Geral de Depósitos⁸ e da fundação INATEL⁹. Fiz, também a minha primeira reportagem mais longa. Portugal sagrou-se campeão mundial de Hip Hop¹⁰ em duas categorias e tratei de marcar entrevistas com a escola de dança que participou no mundial da modalidade. Realizei várias entrevistas entre professora e alunos e foi, sem dúvida, a peça que mais tive gosto em fazer.

⁶ <https://www.msn.com/pt-pt/noticias/video/greve-do-transporte-rodovi%C3%A1rio-privado-motoristas-pedem-aumento-do-sal%C3%A1rio-para-705-euros/vi-AARoic3>

⁷ <https://www.msn.com/pt-pt/video/sicnoti/greve-de-cinco-dias-da-autoridade-tribut%C3%A1ria-com-expressiva-ades%C3%A3o/vi-AARupdl>

⁸ <https://www.msn.com/pt-pt/noticias/elections/trabalhadores-da-cgd-iniciam-greve-ao-trabalho-extraordin%C3%A1rio/vi-AARLCs2>

⁹ <https://www.msn.com/pt-pt/video/sicnoticias/trabalhadores-da-funda%C3%A7%C3%A3o-inatel-protestam-junto-%C3%A0-sede/vi-AARSBwp>

¹⁰ <https://www.msn.com/pt-pt/video/automoveis/portugal-%C3%A9-campe%C3%A3o-mundial-de-hip-hop-em-duas-categorias/vi-AARH1sf>

No dia 15 de dezembro, fiz a peça em que tive maior dificuldade. Tratava-se de uma peça de economia, nomeadamente um estudo do INE de estatísticas acerca do impacto da pandemia nas finanças das famílias portuguesas. Sendo uma peça com alguns números e percentagens, o mais sensato seria introduzir grafismo para uma compreensão mais fácil por parte do público. Contudo, nunca me ensinaram a fazê-lo e já não havia tempo para pedir ao grafismo para o realizar. Além disso, foi a primeira peça que fiz cujas imagens se tratavam apenas de imagens de arquivo. Para além de ser difícil procurar imagens com base nos temas das peças, é preciso ter atenção de as adequar aos tempos que correm – neste caso, as imagens devem ser alusivas à pandemia.

No dia 28 de dezembro, fiz uma peça de internacional sobre o calor e a neve¹¹ nos Estados Unidos para o PJ. Pela primeira vez, pediram-me que refizesse a peça para passar também no *Jornal da Noite*. Depois de a peça estar finalizada, recebi uma chamada a informar que a peça continha um erro de informação¹² e que não poderia ser transmitida assim. Foi desanimador pois a peça já tinha sido revista por dois jornalistas no PJ, e à noite foi revista pela própria editora de internacional da SIC. O problema é que não me informaram do erro como crítica construtiva, mas sim em forma de repreensão. Enquanto estagiária, surpreendente seria se nunca cometesse erros. É por essa razão que somos obrigados a pedir aos jornalistas para reverem as nossas peças – para evitar que sejam transmitidas no jornal com erros. Isto traz de volta um ponto a que já fiz referência: existe, por vezes, uma falta de atenção para com o trabalho dos estagiários.

Na última semana de dezembro, fiz uma peça mais divertida para a quadra festiva. Um casal português fez uma paródia de um anúncio da Ferrero Rocher e tornou-se viral nas redes sociais. O coordenador do PJ sugeriu que planeasse uma breve entrevista com os protagonistas com o objetivo de fazer uma peça¹³ e mostrar o vídeo ao público. No dia 31 de dezembro, último dia de PJ, saí em reportagem para acompanhar os preparativos para a passagem de ano. Foi a primeira vez em que tive de interpolar várias pessoas para

¹¹ <https://www.msn.com/pt-pt/noticias/ultimas/tempestade-de-neve-obriga-ao-encerramento-de-estradas-nos-eua/vi-AAScJLj>

¹² Segundo o pivô, com quem estive em chamada, não podia dizer que “Seattle costuma ter temperaturas mais amenas nesta altura do ano” (dezembro de 2021) quando comparado com o frio que estava a bater recordes. Neste sentido, o erro de informação tratou-se do uso da expressão “temperaturas amenas”, uma vez que Seattle é um dos estados mais frios dos Estados Unidos.

¹³ <https://www.msn.com/pt-pt/video/newsnational/casal-recria-famoso-an%C3%BAncio-de-natal-e-faz-sucesso-nas-redes-sociais/vi-AAShCUK>

as entrevistar (fazer *vox-pops*) enquanto estavam a fazer compras em supermercados e em pastelarias locais, sendo que muitas recusavam falar para a televisão.

Para todos os efeitos, estive dois meses na equipa do *Primeiro Jornal*. Gostava de ter aproveitado mais o primeiro mês de estágio se não fosse pela situação de espera relativamente ao percurso de estágio enquanto *line producer*. Todavia, foi uma experiência incrível e, sobretudo, enriquecedora. Durante estes meses, fiz mais de vinte peças para o PJ. Na grande maioria tive a oportunidade de sair em reportagem, embora tenha feito também várias peças de internacional na redação. Entre as peças que fiz, destaque, sem dúvida, a reportagem do mundial de Hip Hop.

A passagem pela Edição da Tarde

Até ao dia 25 de janeiro, o plano inicial seria integrar a equipa da *Edição da Tarde* da SIC Notícias até ao final do estágio. O meu horário seria agora entre o 12h30 e as 20h da noite, quando termina a edição. Porém, o novo ano trouxe um grande problema: a SIC foi alvo de um ataque informático.

No dia 3 de janeiro, primeiro dia de regresso à redação após as escalas de Natal e de Ano Novo, a redação não voltou à rotina que esperava. O Grupo Impresa fora alvo de um ataque informático e não só perdera acesso ao site e a algumas redes sociais, como acesso a tudo na redação. Tornou-se impossível fazer *login* nos computadores e aceder aos emails da empresa, e ficámos sem acesso aos programas essenciais para o funcionamento da redação – o ENPS para aceder ao *Master* e ao *Planning*, e o HIVE para ver as imagens e editar as peças. Nesse dia, os estagiários foram para casa pois não havia trabalho para fazer. Os pivôs não tinham teleponto e tiveram que recorrer a folhas de papel, e os jornalistas escreveram peças à mão ou no telemóvel, caso os editores conseguissem aceder às imagens para montar a peça.

Metade da emissão do *Primeiro Jornal* e do *Jornal da Noite* passou a ser diretos, pois tornou-se impossível fazer o número de peças habitual. Os coordenadores, a produção e os editores recorreram a portáteis pessoais para conseguirem trabalhar. As peças que passavam já não podiam ser editadas pelos próprios jornalistas, visto que não tinham acesso a imagens e ao programa, e as peças já não podiam ser emitidas através da régie – eram os editores que as punham no ar. O ataque informático foi um acontecimento histórico, nunca antes visto no mundo da comunicação social, e mostrou a resiliência de

todos os que fazem parte da SIC. A SIC teve de recuar décadas. Alinhamentos de telejornal escritos à mão era algo que não se fazia há mais de 50 anos em Portugal.

Quanto aos estagiários, é de referir que foram semanas perdidas de trabalho e de aprendizagem. No dia 5 de janeiro, o trabalho que me foi atribuído foi o de tratar dos convidados que iriam estar presentes em estúdio na *Edição da Tarde* da SIC Notícias. Existiam várias falhas de comunicação entre os convidados, a produção, a coordenadora e eu, o que acabou por dificultar este processo. Muitas vezes não me informavam da chegada dos convidados e não sabia a que horas é que tinham de entrar em estúdio.

No resto da semana, foi esse o trabalho destinado a todos os estagiários. Tivemos que nos dividir entre as várias edições, a *Edição da Manhã*, a *Edição do Meio Dia*, a *Edição da Tarde* e a *Edição da Noite*, para garantir que estivesse sempre alguém encarregue dos convidados. Num cenário normal, este seria um trabalho da produção, não dos estagiários ou dos jornalistas. Posto isto, senti que o meu estágio em jornalismo estagnou por completo.

As últimas semanas de estágio

Após uma semana fazer o horário da *Edição da Tarde*, sem qualquer trabalho, a gestora da redação colocou todos os estagiários de volta ao horário de PJ. Contudo, pediram-nos que nos organizássemos para continuar o único trabalho que nos competia agora – o acompanhamento de convidados a estúdio. Assim, continuámos a rodar entre as várias edições apenas para tratar dos convidados. Foram assim as últimas três semanas de estágio que me restavam.

Pouco a pouco, a redação foi conseguindo obter acesso aos telefones e aos e-mails da empresa. Já era possível, também, utilizar alguns computadores que já tinham acesso à Web, mas esses eram sobretudo usados por coordenadores e os poucos jornalistas que tinham peças destinadas. Os restantes trabalhavam maioritariamente com computadores pessoais. Quanto aos programas da redação, não existia previsão para o regresso do seu funcionamento. Durante estas semanas, foram lançados sites provisórios da SIC e da SIC Notícias.

No fim de semana de 15 e 16 de janeiro, estive a trabalhar na equipa do *Primeiro Jornal*. Nestes dias, a esperança de voltar a fazer uma peça era elevada visto que existiam menos jornalistas a trabalhar durante o fim de semana. No sábado, tive a oportunidade de

fazer uma pequena peça sobre o apelo ao voto do presidente da Assembleia da República, Eduardo Ferro Rodrigues, para o PJ. Foi a primeira e única peça que fiz após o ataque informático. O texto da peça foi escrito num documento *word* e sem imagens de arquivo, a solução foi realizar filmagens do apelo, publicado no site da Assembleia, num computador da redação enquanto sublinhava algumas ideias-chave. Além da rotina que anteriormente tinha de ser feita, quando terminada a peça foi necessário enviar o texto por e-mail para o Arquivo, para o Online e para a produção (*News Desk*). As frases-tópico foram enviadas para as *lines producers*. No domingo, infelizmente, não tive qualquer trabalho. O fim de semana foi marcado sobretudo pelas campanhas eleitorais dos partidos e não houve muito espaço para outros temas.

Nos últimos dias de PJ, tive a oportunidade de fazer mais três peças, o que não acontecia desde dezembro. No dia 20 e 21 de janeiro fiz, respetivamente, uma peça sobre o cancelamento do Carnaval de Torres Vedras¹⁴ e uma peça sobre a morte do cantor Meat Loaf. No que toca à primeira, fui eu que sugeri o tema ao coordenador e tratei de arranjar contactos para uma breve entrevista que, por ser em cima da hora, foi a primeira que fiz através de videochamada. Por não termos acesso a imagens de arquivo, as imagens utilizadas foram exclusivamente retiradas do *Youtube*. No penúltimo dia de estágio, dia 24 de janeiro, fiz a minha última peça. Tratou-se de uma peça sobre a seca na barragem do Roxo¹⁵, no Alentejo, realizada com imagens e entrevistas enviadas pela correspondente da SIC de Évora.

Retrospectiva

Em retrospectiva, o estágio na SIC teve os seus pontos fortes e fracos, como qualquer outra experiência de vida. Como fui referindo ao longo da experiência, sou forçada a notar que nem sempre existe um bom acompanhamento durante o estágio. Muitos jornalistas não têm disponibilidade para ajudar e os estagiários são deixados um pouco à deriva. Com quem mais devíamos aprender, os jornalistas seniores, são por vezes os mais ríspidos a falar connosco. A questão de não podermos dar voz ou assinar as peças é também prejudicial para os estagiários. Não só não somos minimamente reconhecidos

¹⁴ <https://www.msn.com/pt-pt/video/medical/carnaval-de-torres-vedras-cancelamento-equivale-a-perdas-de-10-milh%C3%B5es-de-euros/vi-BB1dJcJk>

¹⁵ <https://www.msn.com/pt-pt/noticias/ultimas/seca-est%C3%A1-a-preocupar-os-agricultores-alentejanos/vi-AAT5IRk>

pelo nosso trabalho, como também não há ninguém que se disponha a ajudar-nos a dar voz.

Além da falta de disponibilidade que impacta a qualidade de aprendizagem dos estagiários, é de notar que a SIC revela uma falta de recursos humanos na redação, tanto nas equipas do *Primeiro Jornal* e *Jornal da Noite* como nas edições da SIC Notícias. Entre dezembro de 2021 e janeiro de 2022, com os casos de COVID-19 a aumentar, a redação foi ficando despida e não havia pessoas suficientes para trabalhar na redação. A maioria dos jornalistas do PJ fez horas extraordinárias para garantir peças para o JN. Da mesma forma, alguns jornalistas fizeram horários intermédios entre as 15h e a meia-noite para ajudar em simultâneo no *Jornal da Noite* e na *Edição da Noite*.

Não obstante, foi, sem dúvida, uma experiência enriquecedora que me deu as bases necessárias para iniciar a minha vida profissional. Levo comigo inúmeros conhecimentos e pessoas que nunca hesitaram em ajudar-me. Aprendi muito, todos os dias, não só com os jornalistas, mas também com os repórteres de imagem e com os editores. As saídas ao terreno deram-me alguma desinibição que precisava para fazer entrevistas. Sinto que melhorei muito a minha escrita ao fazer peças, sobretudo porque nunca tinha escrito para televisão. O estágio foi uma constante aprendizagem, principalmente com os pequenos erros que fui cometendo. Apesar de cada jornalista ter o seu toque pessoal de escrita, cada vez que me reviam uma pela absorvi diversas dicas que me ajudaram a encontrar o meu próprio estilo de escrita. Em geral, o estágio na SIC foi particularmente um desafio pessoal, um auto teste para provar a mim mesma se gostaria realmente de fazer jornalismo televisivo. Estes três meses provaram que sim.

Capítulo II: Revisão de Literatura

1. *Fake News*: o conceito que se tornou viral

Neste primeiro capítulo, faz-se uso do termo *fake news*, traduzido em português como notícias falsas, uma vez que a expressão é amplamente difundida pela internet na língua inglesa, não sendo, por isso, necessária tradução na língua materna.

1.1. Contextualização

A era digital, considerada como uma “era dourada” para o jornalismo, transformou a informação em armamento, simplificando a manipulação de conteúdo, ampliadas posteriormente pelas redes sociais que as divulgam em massa. Como refere Shu et al. (2020), a abertura das plataformas de redes sociais facilita que a desordem da informação se propague rapidamente para um grande número de pessoas, o que traz desafios sem precedentes. Lazer et al. (2018) corrobora esta ideia de que a internet não só providencia um meio para publicar *fake news*, como oferece as ferramentas necessárias para promover ativamente a sua disseminação.

Quando em 1990 surge o primeiro navegador, o *World Wide Web* (WWW), não se imaginava que a comunicação iria alterar-se desta forma, e que os contactos, assim como o consumo de informação, passariam a ser feitos através das redes sociais. No início da década de 2000, Traquina (2002) já fazia referência ao facto de o campo jornalístico ser constantemente abalado pela inovação tecnológica. A inovação e o digital contribuíram para a aceleração do jornalismo, mas também abriram portas a vozes alternativas – as plataformas digitais deram espaço para qualquer pessoa publicar no novo espaço mediático e ter uma audiência. Assim, a audiência passou a assumir um papel ativo na seleção e partilha de conteúdos, interagindo através de caixas de comentários nos sites e redes sociais, e a partilhar, comentar e interpretar notícias. Outrora, “essa tarefa ficava, quase na totalidade, reservada aos jornalistas, editores e produtores dos órgãos de comunicação social” (Ferreira, 2021, p.7).

A desinformação encontrou, no ambiente digital, um espaço capaz de a reproduzir e disseminar em larga amplitude e velocidade. A velocidade da informação, aliada ao

efeito de popularidade e de arrastamento¹⁶ (Esteves e Sampaio, 2019), não permite que as pessoas disponham tempo para confirmar a credibilidade e a origem de todas as informações que recebem. Assim, a desinformação facilmente se dissemina, exponenciada pelo número de partilhas e visualizações, ou por influência de amigos e familiares que também as partilham. A desinformação ganhou força e muitas *fake news*, criadas por um utilizador individual comum, acabam por ser partilhadas e alcançar mais leitores do que notícias credíveis de órgãos de comunicação social fidedignos (Ferreira, 2021).

As redes sociais e a audiência participante resultaram na presente “desordem da informação” em que vivemos, uma consequência do *boom* informacional promovido pelos avanços tecnológicos dos séculos XX e XXI, e que está a promover a emergência de um mundo pós-verdade. Distinguida como palavra do ano de 2016 pelo Dicionário Oxford, o termo “pós-verdade” significa que os factos objetivos são agora menos influentes na formação da opinião pública do que os apelos à emoção e crença pessoal. A Era pós-verdade tem características como a intencionalidade prévia, a padronização, a massificação da informação e a supervalorização do conhecimento do senso comum em detrimento do conhecimento técnico-científico (Silva, 2018).

O “pós-” transmite precisamente a ideia de que a verdade ficou no passado, tendo sido sobreposta por convicções falaciosas que manipulam o público: “O principal objetivo da pós-verdade é desorientar o leitor no seu processo de formulação de conhecimento e de formação de opinião. As *fake news*, nesse sentido, têm um relacionamento intrínseco com a pós-verdade” (Paula et al., 2018, p.96). Como explica Alimamade (2020), a Era pós-verdade coloca em ameaça a democracia, graças à produção e ao consumo de conteúdos noticiosos falsos, à falta de literacia para os *media* e à própria falta de rotinas de verificação da veracidade daquilo que é publicado.

1.2. A origem das *fake news* e desinformação

Nos primórdios da imprensa escrita, os jornais não tinham a responsabilidade de garantir a precisão e a factualidade dos conteúdos publicados. Acredita-se que as *fake news* sempre existiram, sobretudo em tempos de guerra. Não obstante, embora não seja

¹⁶ Tendência em dedicar uma maior atenção e em acreditar em conteúdos populares, baseados no número de partilhas, ou por influência de amigos e familiares.

consensual, a origem das *fake news* pode ser encontrada no movimento do *yellow journalism*¹⁷ do século XIX (Meneses, 2018). O *yellow journalism* foi um estilo de jornalismo que fazia uso de notícias sensacionalistas com o objetivo de atrair leitores e aumentar a circulação de jornais. Como explica Gullason (1959), “algumas das características do *yellow journalism* eram a dependência dos aspetos familiares do sensacionalismo – as notícias sobre crimes, escândalos e fofocas, divórcios e sexo, bem como reportagens sobre desastres e desporto”¹⁸ (p.202). Além disso, este estilo de jornalismo recorria frequentemente ao uso de fotografias falsas, bem como de entrevistas e histórias falsificadas para atrair leitores (Gullason, 1959).

Ao enfatizar o sensacionalismo em detrimento dos factos, o *yellow journalism* foi um dos fatores que incentivou a guerra entre os Estados Unidos e a Espanha devido ao território de Cuba e das Filipinas (Samuel, 2016). Este género jornalístico marcou as relações estrangeiras norte-americanas e evidenciou o poder da imprensa em captar a atenção dos leitores e influenciar a opinião pública relativa a eventos internacionais. Por outro lado, demonstrou também o poder da desinformação publicada. Com a chegada do século XX, os leitores passaram a exigir fontes de notícias mais objetivas e confiáveis e foi criado o primeiro código de ética da imprensa. O *yellow journalism* acabou por desaparecer, mas algumas das suas marcas sensacionalistas são ainda hoje visíveis, nomeadamente nas *fake news*. Como notam Esteves & Sampaio (2019):

Os jornais de referência estabeleceram um compromisso com os leitores, responsabilizando-se pela veracidade e pelo rigor de notícias que publicavam. Foi essa relação de compromisso que limitou o fenómeno das *fake news* durante mais de um século, até à presente época de desordem informativa em que os jornais (e estações de rádio e televisão com o mesmo nível de credibilidade) deixaram de ser a principal fonte de informação dos cidadãos (p.15).

Porém, o termo *fake news*, eleita palavra do ano em 2017 pelo dicionário Collins, apenas se popularizou mundialmente com a eleição presidencial norte-americana de Donald Trump em 2016, tendo sido disseminada e vulgarizada pelo próprio nas redes sociais para se referir a notícias que considerava desfavoráveis à sua imagem, classificando-as como “notícias falsas”. Como explica Tandoc et al. (2017), “*fake news*

¹⁷ O termo *yellow journalism* inspirou o termo português “imprensa cor-de-rosa” ou no português do Brasil “imprensa marrom”, que se referem a notícias geralmente sensacionalistas, focadas no quotidiano e em celebridades.

¹⁸ Tradução própria do autor. No original, “Some of the features of yellow journalism were a dependence on “the familiar aspects of sensationalism-crime news, scandal and gossip, divorces and sex, and stress upon the reporting of disasters and sports” (Gullason, 1959, p.202).

tornou-se um termo em voga, especialmente depois das eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos, um exercício democrático marcado pela desinformação e notícias falsas”¹⁹ (p.147). Nas referidas eleições, o candidato disseminou múltiplas informações e estatísticas sem fundamentos através das redes sociais, geralmente relacionadas com a segurança pública e o terrorismo, para prejudicar os seus adversários. Fazia apelo direto às emoções da população, sobretudo ao sentimento de revolta e insegurança, e uma vasta maioria dos americanos acreditou nas afirmações de Trump, tendo-o eleito presidente dos Estados Unidos da América.

Não obstante, segundo Kovach & Rosenstiel (2004), o primeiro compromisso dos jornalistas é para com a verdade. Sendo que para ser considerado uma notícia, é preciso ser verdadeira, a designação *fake news* torna-se incorreta, uma vez que não existem “notícias falsas”, existem apenas mentiras. Neste sentido, o termo *fake news* é um oxímoro que prejudica a credibilidade do jornalismo de qualidade que publica notícias verificáveis de interesse público (UNESCO, 2019). Existem apenas narrativas falsas que, mesmo sendo designadas por notícias, revelam incoerência e falsidade, sendo criadas e divulgadas apenas com o intuito de obter lucro e causar dano e alvoroço social, sendo consideradas autênticas ameaças ao bem-estar comum (ERC, 2019).

As *fake news* inserem-se, então, num movimento mais vasto que marca a internet nesta segunda década do século XXI: a desinformação (Meneses, 2018), termo correto para descrever este fenómeno. A desinformação “inclui todas as formas de informação falsa, imprecisa ou enganosa concebida, apresentada e promovida para causar intencionalmente danos públicos ou para fins lucrativos”²⁰ (ERC, 2019, p.2).

O termo desinformação, derivado do russo, começou a ser utilizado durante a Guerra Fria para fazer referência à propaganda falsa utilizada para prejudicar os inimigos. Porém, a desinformação que hoje conhecemos, potencializada pela audiência participante e pelas redes sociais, apenas se manifestou durante as eleições norte-americanas de 2016. Nas eleições anteriores, marcadas pela vitória de Barack Obama em 2009, ainda não existia uma universalização do uso de redes sociais como existe atualmente: o Facebook, criado em 2004, apenas se popularizou como maior rede social do mundo em 2012. O

¹⁹ Tradução própria do autor. No original, “Fake news has become a buzzword, especially after the 2016 presidential elections in the United States, a democratic exercise marked by loads of misinformation and false news” (Tandoc et al, 2017, p. 147).

²⁰ Tradução própria do autor. No original, “includes all forms of false, inaccurate or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit” (ERC, 2019, p.2).

Twitter foi apenas criado em 2006, o WhatsApp (uma das redes mais utilizadas para difundir desinformação) em 2009 e o Instagram em 2010. O estudo das *fake news* e das suas consequências na sociedade só ganhou relevância, portanto, após a eleição de Trump como presidente dos EUA.

No entanto, apesar do termo *fake news* se ter popularizado na internet, é necessário ressaltar que Donald Trump usava-o como forma de desacreditar os meios de comunicação social, acusando-os de denegrirem a sua imagem com narrativas falsas. Assim, foi essencial alertar para o facto de o termo ser pejorativo para o jornalismo. Em 2018, a Comissão Europeia dirigiu-se ao fenómeno das *fake news* como desinformação, termo correto a utilizar: “a desinformação é informação comprovadamente falsa ou enganosa, apresentada e divulgada para ganho económico ou para enganar intencionalmente o público”²¹ (Comissão Europeia, 2018). Como refere a Comissão Europeia em *Tackling Online Disinformation*, a propagação da desinformação pode ter diversas consequências, tais como a ameaça da democracia e pôr em causa a segurança e saúde dos cidadãos. Em março de 2019, foi publicado o primeiro plano de ação europeia contra a desinformação, alertando para a gravidade do fenómeno. Deste modo, justifica-se o facto de se ter utilizado primeiramente o termo *fake news* e só posteriormente o termo desinformação.

1.3. A desinformação

Tandoc et al. (2017) definem desinformação como publicações virais feitas por contas fictícias de forma a parecerem-se com artigos jornalísticos produzidos com a intenção de manipular e confundir o leitor, normalmente com motivações políticas ou financeiras. Os autores explicam que a produção de desinformação tem sobretudo dois grandes motivos: financeiros e ideológicos: “Por um lado, histórias escandalosas e falsas que se tornam virais – precisamente porque são escandalosas – fornecem aos produtores de conteúdo cliques que são convertíveis em receitas de publicidade. Por outro lado, outros produtores de *fake news* produzem notícias falsas para promover ideias ou pessoas que apoiam, frequentemente desacreditando outras”²² (p.2).

²¹ Tradução própria. No original, “Disinformation is verifiably false or misleading information created, presented and disseminated for economic gain or to intentionally deceive the public”.

²² Tradução própria do autor. No original, “On one hand, outrageous and fake stories that go viral – precisely because they are outrageous – provide content producers with clicks that are convertible to

Ramonet (2002) alerta para dois conceitos do excesso de informação importantes para compreender o fenómeno da desinformação. São eles o mimetismo mediático, que consiste na urgência dos media em cobrir um acontecimento, e a hiper emoção, que se refere ao exagero da emoção que contagiou os meios de comunicação e os conduziu a mediatizações excessivas de notícias. De facto, são fatores emocionais que estão muitas vezes na origem das reações e partilhas de desinformação, que levam à sua viralização. A maioria da desinformação faz “uso do apelo à emoção e sentimentos atávicos para conseguirem espalhar-se nas redes sociais – seja através de títulos sensacionalistas, ou de histórias ostensivamente falsas, ou de imagens escandalosas” (Moura, 2018, p.44).

Como é referido em *Jornalismo, Fake News & Desinformação* da UNESCO (2019), o termo desinformação é comumente usado para se referir a tentativas deliberadas para confundir ou manipular pessoas por meio de transmissão de informações desonestas, isto é, informações falsas apresentadas como notícias factuais com a intenção de enganar o público (PEN America, 2017). Estas incluem mitos, rumores, teorias da conspiração e conteúdo falso partilhado nas redes sociais (intencionalmente ou não). A desinformação pode então ser definida como informação deliberadamente fabricada que circula com o intuito de desinformar e enganar através de factos não verificados, ou qualquer informação que mimica notícias verdadeiras, mas contém conteúdo falso.

A desinformação é, portanto, um processo, uma sequência de atos concebidos por alguém com o objetivo de manipular as convicções do maior número possível de pessoas (Pena, 2019), que pode ser dividida em três grupos: o primeiro trata-se da *misinformation* (informação incorreta), que consiste na informação falsa divulgada, independentemente da intenção de enganar ou desinformar. Em segundo lugar, deparamo-nos com a *disinformation* (desinformação), isto é, a informação falsa deliberadamente partilhada para ganho pessoal ou para prejudicar uma pessoa, um grupo social, organização ou país. A desinformação acarreta motivações ideológicas ou financeiras, sendo uma fonte de rendimento impulsionada pela criação e disseminação de informações falsas que assentam na quantidade de partilhas de conteúdos sensacionalistas nas redes sociais (Júnior et al., 2020). Por último, existe a *malinformation* (má-informação) que consiste em informação baseada na realidade, mas cujo propósito é causar danos e prejudicar. Pode tratar-se também de alguns vazamentos de informação, assédio e discurso de ódio

advertising revenue. On the other hand, other fake news providers produce fake news to promote ideas or people that they favor often by discrediting others” (Tandoc et al., 2017, p.2).

(UNESCO, 2019). Em conjunto, estes três conceitos formam a denominada “desordem da informação” (UNESCO, 2019, p.48), caracterizada pela disrupção da informação nos ambientes de comunicação digital.

Além dos três tipos de desordem da informação, que Derakhshan & Wardle (2017) também mencionam, os autores dividem ainda o processo de informação em três fases: criação, produção e distribuição. Alimamade (2020) corrobora esta ideia, considerando que as *fake news* passam por um processo de três fases: a criação do conteúdo; a produção, onde esse mesmo conteúdo é transformado num produto mediático; e a distribuição do conteúdo para o público.

A desinformação pode ainda ser categorizada de acordo com a sua tipologia: distingue-se a sátira ou paródia, que apresenta pouca intenção do autor em deturpar e manipular. O conteúdo enganador – com uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo –, o conteúdo impostor – quando fontes genuínas são imitadas –, e o conteúdo fabricado, destinado a enganar e a prejudicar. Além disso, existe a denominada conexão falsa, quando as manchetes, imagens ou legendas não são compatíveis com o conteúdo. Por último, o contexto falso – quando conteúdo genuíno é compartilhado com informações contextuais falsas –, e o contexto manipulado, quando informações ou imagens genuínas são manipuladas para enganar (UNESCO, 2019).

Por outro lado, Tandoc et al. (2017) desconstroem o termo em seis definições distintas: sátira de notícias, paródia de notícias, fabricação, manipulação, publicidade e propaganda. A sátira refere-se a programas humorísticos de notícias, que usam o humor e o exagero para apresentar notícias (baseadas em notícias verdadeiras) às audiências. Já a paródia de notícias, apesar de usar igualmente o humor como forma de atrair a audiência, utiliza informação não factual ao mimicar os meios de comunicação tradicionais. A terceira definição de *fake news* – fabricação – refere-se a artigos sem base factual que são publicados como artigos de notícia com o objetivo de criar legitimidade. Ao contrário da paródia, não existe a compreensão implícita entre o autor e o leitor de que o conteúdo é falso. A manipulação refere-se às fotos e vídeos alterados para criar uma falsa narrativa, uma nova forma de criar *fake news* impulsionada pelos desenvolvimentos tecnológicos. O termo também é usado para descrever a publicidade que se assemelha a notícias verdadeiras com o objetivo de vender ou promover um produto, companhia ou ideia. Por último, a propaganda refere-se sobretudo às notícias criadas por uma entidade

política de modo a influenciar a opinião pública e beneficiar uma figura, organização ou governo.

A internet cria a desinformação pela facilidade de publicação, pela desregulação, pela abundância de informações, pela facilidade de confundir verdadeiro e falso e pela facilidade de obter retorno financeiro através da publicidade (Silva, 2019). Com a demanda pelo imediatismo, as migrações dos meios de comunicação para as redes sociais incluem também uma maior probabilidade da desinformação se tornar viral, um fenómeno que tem ganho espaço nas redações com a fragilização e precarização da profissão jornalística (Moura, 2018). Antes da era digital, os órgãos de comunicação social agiam como “porteiros” (*gatekeepers*) da informação, sendo responsáveis pela filtragem das notícias de acordo com os critérios jornalísticos.

Mas, se outrora a desinformação passava obrigatoriamente pelo *gatekeeping* jornalístico antes de ser estabelecida como verdadeira e legítima, atualmente não existe um “portão que trave a desinformação antes dela chegar ao público” (Moura, 2018, pp.68-69). Os produtores de *fake news* acabam por ser frequentemente colocados ao mesmo nível dos meios de comunicação social tradicionais, manipulando as mesmas notícias publicadas: “As fake news mais eficazes e virais partem frequentemente de uma informação verdadeira, posteriormente manipulada ou distorcida em função de um qualquer objetivo” (Esteves, 2019, p.97).

Com cada vez menos tempo para investigar, os jornalistas têm agora a tarefa de produzir conteúdo para múltiplas plataformas simultaneamente e muitos optam por utilizar métodos de *clickbait*²³ com títulos enganosos e sensacionalistas apenas pela procura de publicações virais em detrimento da qualidade e precisão jornalística. Também a moda do *copy-paste* do século XXI contribuiu para o aumento de erros e de *fake news* propagadas pelos próprios meios de comunicação social. O jornalismo de baixa qualidade e as redes sociais como meio informativo de fácil acesso acabam por alimentar este vírus, visto que uma grande maioria das pessoas não tem meios económicos para aceder a jornalismo de qualidade, tornando-se especialmente vulneráveis à desinformação (UNESCO, 2019).

²³ Termo que se refere a conteúdo (título, imagem, etc.) da internet, geralmente de carácter sensacionalista, polémico ou chamativo, apresentado com o propósito de atrair cliques em determinada hiperligação e incentivar a sua partilha nas redes sociais.

2. A (Des)Infodemia

“Não estamos apenas a combater uma epidemia; estamos a combater uma *infodemia*. As *fake news* propagam-se rapidamente e mais facilmente do que este vírus e são tão perigosas quanto ele”²⁴ (Organização Mundial de Saúde, 2020).

2.1. O escalar da Covid-19

A 31 de dezembro de 2019, em Wuhan, na China, confirmaram-se os primeiros casos de um novo vírus desconhecido que chamou a atenção do mundo. Desde então, os casos começaram a propagar-se rapidamente pelo mundo. Nos dias 13, 15 e 20 de janeiro, respetivamente, já havia relatos na Tailândia, no Japão e na Coreia do Sul. No dia 23 de janeiro, os primeiros casos chegaram aos Estados Unidos (Brito, 2020). O vírus ficou conhecido como novo Coronavírus, SARS-CoV-2 e Covid-19, o nome mais utilizado. Em poucos meses, o vírus já marcava presença em 114 países e a 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde declarou a Covid-19 uma pandemia. Foi a primeira vez que uma pandemia foi decretada devido a um coronavírus, sendo que já existiam 118 mil casos e mais de 4 mil mortes (Nações Unidas, 2020). Como explica Brito (2020): “A pandemia da COVID-19 representa o maior desafio global deste século XXI até agora. É a primeira vez que um vírus alcança proporções alarmantes, acometendo todos os continentes” (p.59).

O coronavírus, inicialmente isolado em 1937, ficou conhecido em 2002 e 2003 por causar uma síndrome respiratória aguda grave denominada SARS (Brito, 2020). A epidemia foi responsável por múltiplos casos na China, no Canadá e nos Estados Unidos, mas foi rapidamente controlada. Assim, até 2019, existiam pelo menos seis espécies de coronavírus causadores de doenças humanas – 229E, OC43, NL63, HKU1, SARS-CoV e MERS-CoV – associadas a doenças com síndromes respiratórias que causaram mortes em 2003 e 2012²⁵. Contudo, a descoberta do novo coronavírus, o SARS-COV-2, evidenciou que este tem uma taxa de contágio superior às restantes. A Covid-19 é uma

²⁴ Tradução própria. No original, “We’re not just fighting an epidemic; we’re fighting an infodemic. Fake news spreads faster and more easily than this virus and is just as dangerous” (Organização Mundial de Saúde, 2020).

²⁵ O MERS-CoV, vírus causador da Síndrome Respiratória do Médio Oriente, surgiu em 2012 na Arábia Saudita. Foram reportados mais de 1 milhão e meio de casos em 26 países e mais de 500 mortes. A maioria dos casos foram no Médio Oriente, tendo sido registado também um surto na Coreia do Sul, em 2015.

doença infectocontagiosa causada pelo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-COV-2) que teve a sua origem motivada sobretudo pelo consumo de animais selvagens pelo ser humano como forma de alimentação. Todos os coronavírus tiveram origem zoonótica, nomeadamente os morcegos e os ratos (Brito, 2020).

As primeiras declarações das autoridades portuguesas sobre a Covid-19 remontam a 15 de janeiro de 2020, quando a Diretora-Geral da Saúde, Graça Freitas, afirmou aos jornalistas que “não há grande probabilidade de chegar a Portugal: mesmo na China o surto foi contido, para o vírus chegar cá seria necessário que alguma pessoa tivesse vindo da cidade afetada para Portugal” (Pereirinha, 2020). No dia 24 de janeiro confirmam-se os primeiros dois casos em França e nas semanas seguintes, agrava-se a situação europeia, sobretudo em Itália. A 2 de março, foram confirmados os dois primeiros casos de infeção em Portugal. A 11 de março, a Organização Mundial de Saúde declara a doença uma pandemia e, no dia seguinte, o Primeiro-Ministro António Costa decreta estado de alerta. No dia 18 do mesmo mês, o Presidente da República Marcelo Rebelo de Sousa declara o primeiro estado de emergência, que viria a terminar a 2 de maio (Antena Livre, 2020).

2.2. A overdose de notícias e o aumento de audiências

As epidemias foram sempre alvo de cobertura jornalística, sendo que o HIV/SIDA foi a primeira a obter uma cobertura jornalística sistemática e global. Contudo, nunca um tema foi tão escrutinado como a Covid-19. Como explica Cunha et al. (2021): “A comunicação sobre a pandemia tornou-se uma preocupação para as instituições internacionais e nacionais no sentido de fornecer informação adequada aos decisores políticos com vista à implementação de medidas sanitárias de contenção. Os media (*mainstream* e redes sociais) assumiram relevante papel de mediadores/comunicadores entre os vários atores sociais” (p.191).

Assim que os primeiros casos de Covid-19 foram confirmados, o consumo de notícias alterou-se um pouco por todo o mundo: o jornalismo entrou em modo *breaking news* (J&Cia, 2020), isto é, toda a informação passou a ser considerada “notícias de última hora” relevantes para o público, nomeadamente os números de infetados no país e no mundo, e as decisões e medidas impostas pelas autoridades de saúde e líderes políticos. Assim, ver notícias passou a ser a atividade que as pessoas mais exerceram em casa.

A cobertura noticiosa da pandemia roubou o holofote a todas as outras temáticas e é possível dividi-la em três momentos iniciais: um primeiro momento a partir de 20 de janeiro, quando o Governo chinês confirmou o surto de Covid-19 no país; o aumento de casos que atingiu o pico a 31 de janeiro; e a partir de 23 de fevereiro, com os casos de Covid-19 a aumentar drasticamente em países como a Itália, um dos epicentros da pandemia, até 12 de março, dia em que a Organização Mundial de Saúde declarou pandemia.

No caso português, como referem Cunha et al. (2020), o serviço *Telenews* da *MediaMonitor* registou, na primeira semana do estado de emergência, um total de 1059 notícias e 42 horas de emissão sobre o tema da Covid-19. Além disso, no mês de abril, a RTP1, a SIC e a TVI emitiram mais de 286 horas de informação regular, mais 8,5% do que no mês anterior e mais 19,2% do que se verificou no mesmo período em 2019. As notícias diziam respeito, sobretudo, ao balanço do número de infetados e de mortes, aos planos de confinamento e desconfinamento, aos testes à Covid-19, medidas sanitárias, orientações da DGS, hospitais e equipamentos, bem como à crise económica e social.

Segundo o CovidCheck.pt, projeto do *MediaLab* do ISCTE que resulta de uma parceria com o Centro para a Formação de Jornalistas, o pico de publicações no *Facebook* sobre a Covid-19 aconteceu no mês de março, quando se descobriram os primeiros casos em Portugal. No total, entre 1 de março e 29 de julho de 2020 foram publicados, pelas páginas de Facebook portuguesas, 493 mil conteúdos com referências à pandemia, os quais geraram 69 milhões de interações, repartidas entre gostos, comentários e partilhas. No Twitter, o panorama mostrou-se semelhante visto que o pico de publicações se deu no início do mês de abril. No conjunto dos cinco meses entre 1 de março e 29 de julho, o Twitter português publicou 141 935 *tweets* sobre a Covid-19. Entre estas milhares de publicações, uma percentagem elevada tratou-se de desinformação.

Por todo o mundo, não foi surpreendente a intensificação da procura pelo termo coronavírus ou Covid-19. Segundo a *Google Trends* (2020), os cinco países que apresentaram maior quantidade de procura do termo pertencem todos à Europa, nomeadamente a Espanha, França, Itália, Reino Unido e Irlanda. O primeiro pico de procura pelo termo “coronavírus” ocorreu na semana de 26 de janeiro a 1 de fevereiro, devido à declaração de emergência de saúde pública pela OMS a 30 de janeiro de 2020. O próximo pico de interesse ocorreu entre 23 e 29 de fevereiro, quando foram

confirmados novos casos fora do continente europeu e asiático, e entre 8 e 14 de março, quando a OMS declarou pandemia (Júnior et al., 2020).

Quanto mais grave se tornava o panorama e a incerteza, maior era o volume e a frequência do consumo de notícias: de acordo com a *Edelman*, os três países cujas populações mais consumiam notícias sobre a doença em março eram exatamente os três mais afetados depois da China, nomeadamente a Itália, a Coreia do Sul e o Japão (J&Cia, 2020). Quando Itália se tornou o epicentro da pandemia, 93% da sua população procurava informar-se sobre o assunto pelo menos uma vez por dia e 67% admitiram gastar mais tempo a assistir notícias. Nos Estados Unidos, 92% dos adultos consumiam ativamente notícias acerca do vírus, comparado com os 8% que apenas consumiam notícias esporadicamente (Casero-Ripollés, 2020). Durante o início do surto, o consumo de notícias aumentou 62%, especialmente entre as pessoas menos informadas e os mais jovens. Em Espanha, o consumo televisivo do grupo mais jovem foi de 59.6% e de 72% relativamente aos meios de comunicação digitais (Casero-Ripollés, 2020).

Entre meados e fim de março, viveu-se, então, o auge da cobertura sobre a Covid-19, considerado o pico de cobertura de notícias pela imprensa: em França, foram publicadas mais de um milhão de citações entre março e maio, e as audiências aumentaram 50%, triplicando o acesso aos canais digitais. Na Alemanha, segundo dados da *Deloitte*, a audiência televisiva subiu de 67% para 76%, enquanto o uso das redes sociais aumentou de 40% para 53% (J&Cia, 2020). A BBC, exemplo do poder do jornalismo de qualidade, foi uma das que mais brilhou durante a pandemia, atingindo picos de 30 milhões de visitantes únicos quando a sua média diária era de 12,5 milhões (J&Cia, 2020).

Já no caso português, o *Público*, um dos principais jornais portugueses, registou, entre janeiro e novembro de 2020, um aumento significativo de leitores que representou quase o triplo em relação ao mesmo período do ano anterior, tendo sido mais acentuado entre março, quando registou 45 milhões de visitas, e maio (Público, 2020). Assim, o aumento de audiências nos meios de comunicação tradicionais agiu como um “travão” ao consumo de desinformação disseminada nas redes sociais. Cabrera et al. (2020) explicam que é possível compreender que os portugueses aumentaram notavelmente o consumo de informação e que, perante a necessidade de se manterem informados acerca de um tema desconhecido de cariz sanitário e à desconfiança face à desinformação, atribuíram maior

credibilidade ao jornalismo tradicional como fonte fidedigna, ao contrário das redes sociais.

De facto, a televisão – outrora considerada “morta” –, voltou ao panorama de destaque, sendo a segunda fonte de notícias mais recorrente durante a pandemia, segundo dados da *Statista* e da *Reuters* (J&Cia, 2020). Nas primeiras semanas do surto, estima-se que o consumo televisivo nos Estados Unidos tenha aumentado cerca de 60%, enquanto em Espanha rondou os 37.8%. Conforme o agravamento da pandemia, a audiência atingiu o pico registado desde 1992 (Casero-Ripollés, 2020). No Reino Unido, a televisão tornou-se a principal fonte de informação para 36% dos britânicos e para 41% na Irlanda (Newman et al., 2021). Como nota Cunha et al. (2020), em plena pandemia a televisão adquiriu centralidade nos lares em todo o mundo, retomando a função de elo social e assumindo, de novo, o papel de janela para o mundo. Em Portugal, o eclodir da Covid-19 fez com que o consumo televisivo aumentasse, respetivamente, 23% e 33% nos dois primeiros meses de confinamento (Cunha et al., 2020).

2.3. Desinformação sobre a Covid-19

A sociedade tem vindo a procurar cada vez mais informação online acerca do panorama atual de pandemia e o aumento de conteúdo falso fez-se pronunciar nas redes sociais, levando a um consumo elevado de desinformação. Em Portugal, cerca de 60% dos portugueses utilizam a Internet para consumir notícias, sendo que 47,7% utilizam o Facebook para o efeito (Cardoso et al., 2021). Como nota Pena (2019):

Cada vez mais pessoas, em todo o mundo, recebem a sua informação pelas redes sociais. Muitas delas escolhem o que vêm de acordo com as fontes da sua preferência, sejam jornais, rádios ou canais de televisão, *sites* que consideram dignos de confiança. Muitas outras abrem apenas as notícias que lhes parecem interessantes, seja por terem um título chamativo que despertou a sua curiosidade ou porque diz algo que concordam [...] Numa era digital, em que mais e mais pessoas se informam a cada segundo, é fundamental sabermos distinguir uma notícia de um boato, bem como termos capacidade de avaliar criticamente a informação que recebemos. (p.20-21).

As plataformas de redes sociais são consideradas “solos férteis” (ERC, 2019, p.41) para a generalização da desinformação devido à simplicidade de navegabilidade e rápida distribuição de mensagens.

A disseminação da Covid-19 viu-se acompanhada de rumores e “notícias falsas” cujo principal objetivo é provocar emoções na população, explorando o medo, de modo a atrair atenção e encorajar à partilha de conteúdo (Schulmand & Siman-Tov, 2020). Como explica Cardoso et al. (2021): “a pandemia trouxe consigo novas formas de desinformação, cuja propagação é potenciada não só pelas redes sociais tradicionais como o Facebook e Instagram, mas também pelas apps de mensagens como o WhatsApp ou o Facebook Messenger” (pp.52-53).

Em 2020, 52,1% dos portugueses dizem ter-se deparado com informação falsa ou parcialmente incorreta sobre a Covid-19 e mais de 7 em cada 10 portugueses dizem-se preocupados com a circulação de conteúdos desinformativos relacionados com a pandemia nas redes sociais. No seio das redes sociais, o Facebook é a fonte que mais preocupa os portugueses, respetivamente 37,9% (Cardoso et al., 2021), visto que aqueles que usam as redes sociais estão mais propensos a consumir desinformação acerca da Covid-19. Efetivamente, os utilizadores queixam-se de ter visto mais “notícias falsas” sobre a Covid-19 do que sobre política (Newman et al., 2021). A nível global, as preocupações sobre a desinformação aumentaram para 58% face aos 56% registados em 2019, com o Brasil a ocupar o primeiro lugar entre os países mais preocupados (82%), e a Alemanha a ocupar o último (37%) (Newman et al., 2021).

A situação de incerteza causada pela pandemia revelou-se um ambiente propício para o desenvolvimento rápido da desinformação. Desde curas preventivas a teorias da conspiração acerca da Covid-19, diversos estudos recentes apontam que a vasta maioria da partilha de desinformação tem sido acerca do vírus. Como explica Montesi (2020): “Durante a crise sanitária da Covid-19, as *fake news* foram disseminadas num contexto de uma grande carga emocional de incerteza que gerou uma necessidade acrescida de informação como mecanismo para compreender e adaptar a um evento ameaçador e sem precedentes”²⁶ (p.3).

Mesmo antes da pandemia, diversas publicações virais nas redes sociais revelavam milagres de medicina, técnicas para eliminar dores crónicas, alimentos com superpoderes ou outras técnicas revolucionárias. Só em Portugal existem quarenta sites

²⁶ Tradução própria do autor. No original “During the Covid-19 health crisis, fake news has been spread in a context of great uncertainty emotional load that has generated a heightened need for information as a mechanism for understanding and adapting to an unprecedented and threatening event” (Montesi, 2020, p.3).

de “notícias falsas”, que chegam a mais de 2,5 milhões de pessoas. Entre os mais conhecidos, ressaltam-se páginas como os *Bombeiros 24*, *Direita Política*, *Luso Jornal 2015*, *Lusopt.pt* – dicas e curas milagrosas relacionadas com a saúde –, *Magazine Lusa*, *Notícias.com.pt*, *Tuga Press* e *Vamos Lá Portugal* (Esteves & Sampaio, 2019).

De facto, a velocidade de disseminação do novo vírus foi acompanhada pela velocidade de disseminação de desinformação: no fim de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde dirigiu-se ao mundo para clamar pelo combate ao que classificou de infodemia (J&Cia, 2020), uma epidemia de desinformação que agrava a ameaça à saúde pública. Schulman & Siman-Tov (2020) explicam que os “rumores refletem uma necessidade humana de receber informação sobre um fenómeno desconhecido e que desperta ansiedade. A informação inclui relatos sobre a disseminação da doença mesmo em locais onde nenhum caso foi identificado, rumores falsos sobre tratamentos para o vírus, falsas alegações sobre como se dissemina, e a esperança de que o vírus enfraquecerá no verão ou que um líder inimigo tenha sido infectado”²⁷ (pp.1-2).

Entre janeiro e março de 2020, a União Europeia tinha apenas encontrado 110 casos de desinformação associados à Covid-19. Já em abril, a Comissão Europeia detetou mais de 2700 exemplos de informação falsa disseminada sobre o vírus diariamente (Pequenino, 2020). A desinformação cresceu proporcionalmente ao crescimento da informação e a desinformação sobre a pandemia chegou a representar mais de 50% do volume de desinformação online produzido. No caso de Itália, um dos países mais afetados pela Covid-19, o tema da pandemia chegou a representar mais de 60% de todas as informações online (J&Cia, 2020).

A estes números, juntar-se-iam ainda milhões de publicações falsas ou enganosas encontradas nas redes sociais. Os utilizadores das redes sociais foram os que mais viram *fake news* sobre a Covid-19, sendo também os mais propensos a acreditar em teorias conspiratórias e a não seguir regras de isolamento social. O Facebook, em abril de 2020, sinalizou cerca de 50 milhões de publicações relacionadas com a Covid-19, enquanto a Google bloqueou cerca de 18 milhões de e-mails fraudulentos por dia no Gmail. De forma semelhante, o Twitter atuou contra mais de um milhão de utilizadores por disseminarem

²⁷ Tradução própria dos autores. No original, “rumors reflect a human need to receive ample information about a phenomenon that is unknown and arouses deep anxiety. The information includes reports on the spread of the disease even in places where no cases have been identified, false rumors about treatments for the virus, false claims regarding how it spreads, and wishful thinking that the virus will weaken in the summer or that an enemy leader has been infected” (Schulman & Siman-Tov, 2020, pp.1-2).

informações falsas no mesmo mês (J&Cia, 2020). No Youtube, mais de 25% dos vídeos sobre o coronavírus publicados continham informação enganadora, chegando a atingir audiências de 62 milhões de visualizadores.

Efetivamente, a utilização das redes sociais como estratégia de líderes políticos mundiais disparou a desinformação acerca da pandemia (J&Cia, 2020), fomentando teorias da conspiração acerca da Covid-19. Como explicam Esteves e Sampaio (2019): “Descontrolo. Emoção. Ansiedade. Compulsão. Habitualmente é uma – ou várias – destas expressões que está na origem da partilha maciça de teorias de teorias da conspiração através da Internet (...) [que] criou um espaço altamente atractivo para o surgimento de ideias alternativas e anti-sistema” (p.173).

Vários órgãos de comunicação social considerados credíveis, portugueses e internacionais, noticiaram que a Organização Mundial de Saúde teria confirmado que utilizar máscara na rua não protege contra a infeção por Covid-19, sendo possível encontrar títulos como “OMS confirmou que utilizar máscara na rua para evitar infeção não é eficaz” (Monteiro, 2020). Todavia, é falso que a OMS tenha confirmado que as máscaras não protejam quem as utilize para evitar a infeção pelo novo coronavírus. O que acontece é que os órgãos de comunicação social em causa, no corpo das notícias, apresentam com maior detalhe a informação divulgada, mas preferiram escolher títulos enganadores que podem servir como desinformação.

Posetti & Bontcheva (2020) distinguem quatro formatos principais da *desinfodemia* provocada pela Covid-19. As construções de narrativas e *memes* emotivos, que consistem em falsas alegações com narrativas textuais que misturam uma linguagem muito emocional com mentiras e/ou com informações incompletas e opiniões pessoais; os *sites* e identidades oficiais fabricados, que incluem fontes falsas, bases de dados contaminados, falsos *sites* governamentais ou corporativos, assim como páginas da internet que publicam informações aparentemente plausíveis, como casos falsos de Covid-19; imagens e vídeos fraudulentos, fabricados ou descontextualizados usados para criar confusão e desconfiança generalizada ou evocar emoções fortes; e, por último, infiltração da desinformação e campanhas orquestradas. Estas visam semear a discórdia em comunidades online e o ganho monetário por meio de *spam* e propagandas de curas falsas.

A disseminação de desinformação acerca da Covid-19 tem tido um evidente impacto negativo na sociedade. Ao contrário do contexto político, onde as “notícias

falsas” têm como finalidade vantagens políticas e económicas, na saúde a disseminação de desinformação instaura o medo e o caos na sociedade (Júnior, 2020), o que acarreta consequências graves. Como notam Esteves & Sampaio (2019): “Na internet, a saúde é um mercado global e multimilionário que se alimenta de mitos e especulações suscetíveis de provocar danos graves a quem neles acredita” (p.188). A desinformação alimentou múltiplos movimentos contra as medidas impostas pelas autoridades de saúde – confinamento, uso de máscara, distanciamento social –, e assistiu-se a um crescimento de teóricos de conspiração e grupos antivacina. No caso das máscaras, quando a sua utilização passou a ser obrigatória em espaços públicos, transportes e estabelecimentos comerciais, surgiram mensagens virais nas redes sociais que alertavam para o perigo da utilização de máscara durante longos períodos de tempo, uma vez que poderia provocar hipoxia (redução do oxigénio no sangue e intoxicação por dióxido de carbono) (Traqueia, 2020).

Posto isto, a desinformação prejudica a ação das autoridades de saúde no combate ao vírus, incentivando ao desrespeito às normas impostas. Antes da existência da vacina contra a Covid-19, 31% dos britânicos já demonstravam hesitação em tomá-la (J&Cia, 2020). Por essa razão, o Facebook limitou o alcance das mensagens que apelam à antivacinação, classificadas pela OMS como uma das dez maiores ameaças à saúde pública.

2.3.1 Temas da desinfodemia

Posetti & Bontcheva (2020) distinguem nove temas essenciais da *desinfodemia* sobre a Covid-19. O primeiro tema consiste na desinformação acerca das origens e propagação da Covid-19. Embora os cientistas tenham identificado os primeiros casos num mercado de animais em Wuhan, na China, diversas teorias da conspiração disseminaram a informação de que o vírus tinha sido criado propositadamente pelos chineses ou culpavam a rede 5G. Em segundo lugar aparecem as estatísticas falsas e equivocadas, que são frequentemente vinculadas a informações sobre a incidência da doença e taxas de mortalidade. Em terceiro, os impactos económicos incluem a disseminação de informações falsas sobre os prejuízos económicos e sanitários da pandemia e sugestões de que o isolamento social não se justifica economicamente.

De seguida, a desacreditação de jornalistas e veículos de notícias fidedignos é também apresentada como uma desinformação frequente, ocupando o quarto lugar, e tem

o objetivo de enfraquecer a confiança nas notícias verificadas e de interesse público. Em quinto lugar aparece o tema da ciência médica, que inclui desinformação sobre sintomas, diagnóstico e tratamento da Covid-19, tais como informações de que gargarejar com água e sal previne a infecção. Este tema consiste sobretudo num perigo para a saúde pública pois prejudica a prevenção e o tratamento da doença. Em sexto, os impactos na sociedade e no meio ambiente consistem em informações falsas divulgadas, como o suposto reaparecimento de golfinhos nos canais de Veneza devido ao confinamento. A politização ocupa a sétima posição e trata-se de tipos de desinformação destinados a enganar para obter vantagens políticas. Caso disso foi a desinformação de que a Covid-19 era equiparável a uma gripe e afirmações falsas sobre a disponibilidade de testes e equipamentos médicos. O oitavo tema de *desinfodemia* trata-se do conteúdo impulsionado para ganho financeiro fraudulento. Por último, é apresentada a desinformação cujo foco são as celebridades, nomeadamente “notícias falsas” sobre famosos que foram alegadamente diagnosticados com Covid-19.

No cenário brasileiro, um dos países mais afetados pela Covid-19 na América do Sul e no mundo, a desinformação foi maioritariamente veiculada nas redes sociais, sobretudo no WhatsApp – um meio de comunicação promovido pelo presidente Jair Bolsonaro –, fomentando comportamentos contrários às orientações das autoridades de saúde. O primeiro caso de Covid-19 foi confirmado no território brasileiro no dia 26 de fevereiro de 2020, umas semanas antes de ser confirmado em Portugal. Por essa razão, entre 26 de fevereiro e 13 de março, deu-se o pico de procura pelo termo “coronavírus” no Brasil: “Essa alta quantidade de buscas sobre o termo do “coronavírus” deve-se à procura de maiores informações da população pelo tema e, assim, muitos tipos de notícias são lidas e compartilhadas, entre elas, informações que não são verídicas, mas criadas para disseminar desinformação, medo e caos à população, as chamadas *Fake News*.” (Júnior et al., 2020, p.339).

Entre notícias como “água quente é capaz de matar o vírus” e “ao estourar plástico bolha, lembre-se de que o ar vem da China” (Júnior et al., 2020, p.339), o Ministério da Saúde brasileiro procedeu à criação de uma página online destinada exclusivamente ao esclarecimento de factos relativos à Covid-19 e disponibilizou um número via WhatsApp com o propósito de combater a disseminação de informações falsas e, consequentemente, o medo e o caos na sociedade. Nesta página, no dia 20 de março de 2020 já se contabilizavam 58 “notícias falsas”, entre elas notícias relacionadas com a utilização do

álcool gel e ingestão de bebidas quentes, como chás, para prevenir a contração do coronavírus e a existência de um “suplemento mineral milagroso” (Júnior et al., 2020, p.340), uma informação falsa que poderia prejudicar a saúde.

De forma semelhante, Matos (2020) realizou também uma análise da desinformação divulgada entre janeiro e abril no programa *saúde sem fake news* do Ministério da Saúde do Brasil. No total foram encontradas 79 *fake news* em que uma vasta maioria pertence ao grupo da terapêutica (34 notícias), que consiste em notícias sobre métodos preventivos ou curativos acerca da Covid-19. Como resultado, foi possível compreender que, entre 84 notícias sobre a Covid-19, apenas 5 (6%) foram classificadas como verdadeiras (Matos, 2020), o que demonstra um número alarmante de desinformação num momento particularmente crítico. Embora fosse possível encontrar múltiplas notícias que desincentivam o uso de máscaras ou de álcool gel por alegadamente não terem utilidade ou prejudicarem a saúde, descredibilizando as autoridades de saúde, as notícias associadas a possíveis formas preventivas da Covid-19 são as mais comuns, como a ingestão de chás medicinais para prevenir a contração do vírus ou a indicação do uso de medicamentos como a cloroquina e a hidroxicloroquina como tratamento eficaz ao coronavírus (Matos, 2020).

No caso de Espanha, Montesi (2020) procedeu à análise de 242 “notícias falsas” retiradas da *Maldita website*, um projeto que integra a *International Fact-Checking Network Initiative*, nas quais os temas dominantes são a sociedade (43.1%), a política (26.4%) e a ciência (23.6%). A 6 de abril de 2020, quando iniciaram a análise da desinformação relativa à pandemia, o site já continha 393 notícias acerca da crise sanitária. No fim de abril, o número aumentou para mais de 500 notícias (Montesi, 2020). De forma semelhante às restantes análises, entre os principais exemplos de desinformação, destacam-se os remédios caseiros para o tratamento e prevenção da Covid-19, explicações acerca da origem do vírus, vacinas, recomendações acerca de máscaras e procedimentos higiénicos para evitar infeções (Montesi, 2020). Entre os exemplos de desinformação apresentados pela autora, é notória a presença frequente de linguagem ofensiva ou coerciva, bem como a ausência de identificação de fontes, que muitas vezes não existem ou são falsificadas.

2.4. O outro lado da moeda: a confiança no jornalismo

A Covid-19 foi um tema que trouxe as pessoas de volta ao jornalismo, uma vez que se transformou num “eixo comunicacional fundamental para ajudar a compreender a evolução da pandemia, bem como para possibilitar uma compreensão mais concreta por parte das audiências sobre os impactos da pandemia no dia-a-dia” (Cardoso, 2021, p.15).

Como resultado, em 2020, a confiança nas notícias cresceu globalmente, sendo que 44% das pessoas dizem confiar no jornalismo (Newman, 2021). Portugal não foi exceção. A confiança nas notícias atingiu os 61% face aos 56% registados em 2019 (Cardoso, 2021), fazendo de Portugal o segundo país onde a confiança nas notícias é mais elevada, com a Finlândia a ocupar o primeiro lugar. Este aumento pode ser sobretudo explicado pelo papel preponderante dos meios de comunicação social na ajuda à interpretação e compreensão da pandemia. Efetivamente, foi criado um “estado de emergência” na cobertura informativa da pandemia pela sensibilidade do tema, bem como pelos rumores e mentiras que se misturavam com as notícias e que ameaçam a credibilidade dos media.

A pandemia Covid-19 criou uma disrupção no sistema mediático mundial (Cabrera et al., 2020), promovendo condições para um jornalismo de responsabilidade cívica e cidadã, particularmente na Europa e em Portugal, essencial ao combate à desinformação. Como nota J&Cia (2020): “O coronavírus é a maior pauta da história do jornalismo. A maior crise da história do jornalismo. E pode trazer as maiores oportunidades para o futuro do jornalismo” (p.2). Para além de ter acelerado mudanças que já se encontravam em curso no setor dos meios de comunicação, como a digitalização, a migração para as plataformas digitais e a competição por audiência nas redes sociais (J&Cia, 2020), a pandemia consagrou a imagem do jornalismo como fonte confiável e relembrou a sua importância na sociedade no momento em que a informação de qualidade era vista como uma “questão de vida ou morte” (J&Cia, 2020, p.8).

O jornalismo, em crise há algumas décadas, reassumiu um papel de destaque na cobertura do surto de Covid-19, recuperando a sua centralidade social. Os *media* têm um papel fundamental no entendimento público da saúde e da doença (Lopes, 2020), uma vez que têm o poder de promover mudança de atitudes e de comportamentos preventivos, sendo, portanto, centrais na forma como as doenças são percebidas e endereçadas à sociedade (Lopes, 2020). Deste modo, a informação relativa à Covid-19 deve ser alvo de reflexão por parte do jornalista pois contribui diretamente para que os cidadãos se auto

protejam e se mantenham em segurança. Apresentá-la de forma sensacionalista, uma das principais características que pode resultar em desinformação, pode prejudicar o processo social de lidar com a doença.

Com a proliferação de desinformação e de múltiplos mitos acerca da Covid-19, os jornalistas ajudaram a adotar atitudes que promovessem a saúde e evitassem cadeiras de contágio – o “fique em casa” replicou-se em permanência pelos meios de comunicação social (Lopes, 2020). Como refere o autor: “92,2% dos jornalistas declararam terem tido uma preocupação permanente em orientar comportamentos, uma escolha nunca vista no Portugal democrático depois do 25 de abril de 1974” (Lopes, 2020, p.221).

Na cobertura jornalística da Covid-19, notou-se a crescente proeminência do papel dos pivôs (Cunha et al., 2020), que se tornaram importantes na forma como introduzem e apresentam os dados de forma a orientar os espectadores. Frequentemente iniciavam os noticiários com textos pessoais, emocionais e apelativos, com o objetivo de tocar o público, mas também adotaram um tom didático, no sentido de apoiar as diretivas das organizações de saúde sobre os comportamentos a adotar face à pandemia. Além disso, os canais televisivos introduziram infografias para ajudar à compreensão da temática, que contavam com os totais de infetados, mortos, recuperados, isolados, cuidados intensivos, e ainda com o risco de transmissibilidade da doença (RT).

Houve, assim, “um forte investimento por parte das marcas na garantia de transparência e clareza informativa. Formatos como o jornalismo de dados, com base em informação estatística complexa e em permanente atualização, viram desenvolvimentos muito significativos” (Cardoso, 2021, pp.14-15). Fomentaram, ainda, a intervenção de comentadores e especialistas em saúde, tais como infectologistas, imunologistas, epidemiologistas e diretores de serviços hospitalares. Como explica Cunha et al. (2020): “Esta estratégia televisiva objetivou acrescentar mais informação e encontrar fontes de informação alternativas, de forma a evitar que as notícias se restringissem à informação oficial e ficassem dependentes das fontes primárias governamentais e dos compromissos assumidos com a DGS” (p.202).

3. *Fact-checking* no combate à desinformação

A principal função do jornalismo é “A principal finalidade é fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p.16). Segundo o Eurobarómetro, apenas 48% dos portugueses admitem conseguir identificar “notícias falsas”, uma percentagem que Bruxelas classificou como preocupante, pois está abaixo da média da União Europeia, situada nos 58% (Esteves & Sampaio, 2019).

Tendo em conta o seu papel de desserviço à sociedade (Júnior et al., 2020), a *(des)infodemia* alertou para a urgência da literacia mediática²⁸ na população, uma vez que capacita o público a discernir o que é notícia, desinformação e informação incorreta (UNESCO, 2019) através do desenvolvimento de um ceticismo saudável à informação que consomem diariamente. Esteves & Sampaio (2019) explicam que “a literacia mediática serve como elemento de prevenção, ajudando a identificar as fontes credíveis da informação e as não credíveis ou a distinguir entre factos e opinião, notícias e ficção” (p.41), parecendo ser a única solução eficiente a longo prazo contra a desinformação.

Não obstante, apesar de ser fundamental saber distinguir uma notícia de um boato e ter capacidade de avaliar criticamente a informação que se recebe (Pena, 2019), o *fact-checking* ou verificação de factos, em português, surge como uma resposta imediata ao problema da desinformação, fazendo esse trabalho de distinção entre o que é verdadeiro e as chamadas “notícias falsas”. Como notam Esteves & Sampaio (2019): “a verificação de factos serve como antídoto pós-exposição ao vírus, ajudando a conferir se a informação é verdadeira ou falsa, rigorosa ou imprecisa, objetiva e imparcial ou contaminada por motivações políticas, adulterada ou enganadora” (p.42).

Apesar de não ser uma técnica de trabalho recente nem uma novidade nas redações, a vulgarização do uso da internet e a rápida difusão de informação criou a necessidade de uma nova verificação de factos. O ambiente mediático diversificado e complexo do século XXI exige cada vez mais aos indivíduos uma capacidade de aceder, analisar, avaliar e criar conteúdos críticos, de modo a não estarem expostos a determinados perigos. Deste modo, com o fenómeno da desinformação a agravar-se nos

²⁸ O conceito de literacia mediática está associado não só as capacidades de leitura e escritas tradicionais como, também, à utilização de materiais audiovisuais. Trata-se de um conjunto de capacidades que interligam a oralidade, o visual e o digital (Alimamade, 2020).

últimos anos, surgiram diversos projetos *fact-checking* cujo objetivo é agir como “travões” para a circulação de conteúdo falso.

3.1. Definição de *fact-checking*

A verificação dos factos (*fact-checking*) corresponde à forma de combater a desinformação, sendo uma conduta realizada tanto por profissionais e instituições, sobretudo por jornalistas e investigadores (Alimamade, 2020). Especialmente no jornalismo, as ferramentas de verificação de factos tornaram-se importantes no combate à desinformação que se espalha rapidamente nas redes sociais. Segundo Graves (2016), o *fact-checking* refere-se aos esforços em investigar afirmações que estão presentes nas notícias ou nas redes sociais

As organizações de *fact-checking* estão fortemente enraizadas no jornalismo, uma vez que vários *fact-checkers* estão afiliados com órgãos de comunicação social. Estas organizações procuram aumentar o conhecimento público ao relatar e pesquisar factos verificáveis de declarações feitas por políticos ou qualquer outra pessoa cujas palavras tenham impacto na vida da sociedade. O *fact-checking* é caracterizado pela ausência de partidarismo, advocacia e retórica (Nissen et al., 2022) e os seus ideais passam sobretudo pela independência e pela transparência.

O *fact-checking* é usado por pesquisadores, jornalistas, cidadãos ou políticos (Nissen et al., 2022) e o seu objetivo é providenciar informação clara e verificada aos consumidores para que possam usar os factos para fazer escolhas acertadas nas suas atividades diárias (Alimamade, 2020). Pode dizer-se que a verificação de factos é um jornalismo de denúncia (Bigot, 2017), em que os *fact-checkers* se comprometem com a verdade, divulgando erros, independentemente da sua origem. O fenómeno do *fact-checking* pode ser visto como a resposta do jornalismo profissional aos desafios colocados pela proliferação de informações online, especialmente nas redes sociais (Graves, 2013). As organizações de *fact-checking* produzem verificações de factos que apresentam elementos como uma afirmação, uma análise, um veredicto e uma lista de fontes (Nissen et al., 2022).

Dentro da prática de verificação de factos, existem três categorias, como explica Oliveira (2020): existe o *fact-checking* político, que verifica reivindicações e declarações de figuras públicas e/ou políticas; a verificação centrada em rumores e boatos que

circulam nas redes sociais; e a verificação de factos específicos. Quanto às técnicas de verificação de factos, existem duas: *a priori* e *a posteriori*, sendo que a verificação de factos anterior à publicação responde à necessidade de eliminar mentiras e permite uma defesa contra as queixas quotidianas do público. As práticas de verificação de factos *a priori* foram sempre um método muito utilizado dentro das redações de *magazines*, visto que sempre tiveram mais tempo para realizar a edição de cada número. A *Time Magazine* terá sido a primeira redação a implementar, dentro do processo editorial, a verificação de informação (Oliveira, 2020).

No que concerne aos projetos de *fact-checking*, para serem considerados uma plataforma de *fact-checking*, são necessários alguns parâmetros: é necessário ter em conta todos os factos e partes, isto é, estar disposto a ouvir tudo e todos de forma igualitária, havendo imparcialidade; ter em conta as reivindicações para se chegar a específicas conclusões; rastrear promessas políticas; ser transparente nas fontes e nos métodos; e, por último, divulgar tudo o que diz respeito a financiamentos e afiliações (Alimamade, 2020).

Além disso, os projetos de *fact-checking*, têm diferentes origens – jornalístico, político ou académico (Oliveira, 2020) – e a maioria das organizações de *fact-checking* segue a mesma prática jornalística: busca por declarações relevantes para verificação; contactar a fonte original e ouvir a sua explicação; pesquisar outras fontes e contactar especialistas; contextualizar a declaração; classificar a mesma em categorias; discutir, dentro da redação, sobre a classificação; e contactar uma última vez a fonte original antes da publicação (Souza Vieira, 2019). Sempre que possível, os verificadores de factos utilizam dados governamentais oficiais visto que são considerados imparciais. No que toca ao *fact-checking* político, o recurso a especialistas é evitado, uma vez que podem recorrer facilmente a partidarismos.

3.2. Primórdios e desenvolvimento do *fact-checking*

O aparecimento do *fact-checking* contemporâneo nos Estados Unidos da América deve-se ao colapso da objetividade no jornalismo tradicional, à mudança das normas e práticas jornalísticas, à diminuição do papel de *gatekeeping* dos media tradicionais e à diminuição de oportunidades de debate público devido ao cenário fragmentado dos *media* (Graves, 2016). Segundo Graves (2013), os verificadores de factos apareceram, pela primeira vez, em jornais periódicos norte-americanos no início do século XVIII. Os “revisores” tinham a função de verificar o rigor da informação das notícias antes de serem

publicadas. Contudo, a maioria dos intelectuais defende que o *fact-checking* surgiu nos anos 90, embora só se tenha realmente desenvolvido no início do século XXI.

O *fact-checking* faz parte da rotina jornalística há décadas, contudo, nos últimos anos vários meios de comunicação começaram a desenvolver equipas editoriais específicas para verificar e validar conteúdos e afirmações, sobretudo políticas. As eleições políticas providenciaram um solo fértil para a emergência do *fact-checking*, uma das novas formas e práticas jornalísticas da era digital. A verificação de factos tornou-se o novo género jornalístico, especialmente com o surgimento das organizações de *fact-checking* políticas que tem como principal objetivo educar o público, melhorar o comportamento político e o próprio jornalismo (Nissen et al., 2022).

As origens dos sites de verificação de factos podem então ser traçadas a 1980 nos Estados Unidos durante a presidência de Ronald Reagan (Lowrey, 2015). Com a popularidade da internet a aumentar no final dos anos 90, surgiram múltiplos blogues orientados para a vertente política que começaram a verificar declarações proferidas pelos candidatos políticos e agências de notícias tradicionais. Em 1991, durante as eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, Brooks Jackson, jornalista americano da CNN, ficou encarregue de recuperar as informações dos anúncios políticos de televisão e verificar a veracidade dos discursos dos candidatos. Para tal, foi formada a primeira equipa de jornalistas especializados em verificação de factos de campanhas eleitorais nos EUA, a *Ad Police*, que faziam o que se chamava de *ad watching journalism*. Em 2003, o mesmo jornalista desenvolveu o *factcheck.org*, que se tornou o primeiro site independente de *fact-checking* do discurso político.

No entanto, o *Snopes.com*, um site de verificação de factos, já existia no país desde 1995. Inicialmente investigava lendas urbanas e folclore, mas começou a investigar também afirmações políticas. Em 2007, surgiram o *PolitiFact* e o *Fact Checker* do *The Washington Post*. Juntos, são hoje os projetos mais conhecidos e com mais prestígio dos Estados Unidos da América. Em 2008, começaram a surgir esforços de iniciativas de *fact-checking* em França e na Holanda (Graves & Cherubini, 2016) com o lançamento de um dos mais proeminentes *fact-checkers* franceses, o *Libération's Désintox*. Em 2009, foi criado o *Les Décodeurs*, do jornal *Le Monde*.

O Reino Unido seguiu o exemplo americano e francês e em 2009 foi criado o site independente *Full Fact*. Antes das campanhas eleitorais de 2015, a BBC lançou igualmente uma plataforma de *fact-checking*, o *Reality Check*, com o objetivo de cobrir

o referendo *Brexit*²⁹. Outros jornais notáveis, como o *The Telegraph*, realizaram parcerias com o *Full Fact* (Graves & Cherubini, 2016) na mesma altura. Durante o *Brexit*, os verificadores de factos do *Full Fact* colaboraram com o *Financial Times*, o *The Sun* e outros jornais para a cobertura de temas relacionados com o *Brexit*.

A crise de desinformação durante as eleições presidenciais norte-americanas de 2016 fez com que o público se preocupasse cada vez mais com a circulação de conteúdo falso nas redes sociais. Este surto de desinformação resultou, assim, no surgimento de várias iniciativas de *fact-checking* e fez com que o Facebook se aliasse a organizações de *fact-checking* para combater a desinformação partilhada na rede social (Mena, 2018). De facto, durante as eleições, mais de 50 operações de *fact-checking* estiveram no ativo nos Estados Unidos. Além disso, três dos principais sites de *fact-checking* norte-americanos – *PolitiFact*, *FactCheck.org*, e o *Fact Checker* do *The Washington Post* atingiram números de tráfego sem precedentes durante o processo eleitoral (Mena, 2018).

Ao longo dos anos, os projetos de *fact-checking* multiplicaram-se por todo o mundo. Na última década, as organizações de *fact-checking* independentes emergiram em mais de 50 países, abrangendo todos os continentes (Graves & Cherubini, 2016). Em 2017, existiam já 114 organizações de *fact-checking*, segundo um estudo da *Reuters Institute* e da Universidade de Oxford. Em 2019, o número quase duplicou: segundo um estudo da Universidade Duke, existiam 210 sites ativos dedicados à verificação de factos, espalhados por 68 países (Oliveira, 2020). Neste ano, atingiu-se o pico do registo de novas plataformas de verificação de factos no mundo, com 72 novos sites. Em 2020, a pandemia criou entraves ao desenvolvimento de novas organizações. Por essa razão, o crescimento do *fact-checking* abrandou significativamente, com apenas 36 novas iniciativas nesse ano. Os dados mais recentes da *Duke Reporters' Lab* indicam que, em 2021, existiam 341 projetos de *fact-checking*, distribuídos em pelo menos 102 países.

Para além das já referidas anteriormente, exemplos de organizações de *fact-checking* englobam a *Pagella Politica*, fundada em 2012 em Itália; *Ellinika Hoaxes*, fundada em 2013 na Grécia; *Correctiv*, fundada em 2014 na Alemanha; *StopFake*, fundada em 2014 na Ucrânia; *Faktograf*, fundada em 2015 na Croácia; *FactCheckNI*, fundada em 2015 na Irlanda do Norte; *Lead Stories*, fundado em 2016 nos Estados

²⁹ O referendo *Brexit* – termo resultante da junção das palavras inglesas *Britain* (Bretanha) e *Exit* (saída) – ocorreu a 23 de junho de 2016 com o intuito de decidir a permanência do Reino Unido na União Europeia. O Reino Unido deixou de ser um Estado-Membro da UE no dia 31 de janeiro de 2020.

Unidos; e a *Newtral*, fundada em 2018 em Espanha. Vale a pena ressaltar igualmente organizações como a *Africa Check*, fundada em 2012 no Senegal; a *Agência Lupa*, fundada em 2015 no Brasil; e o *Chequado*, fundado em 2018 na Argentina.

As organizações de verificação de factos expandiram-se de tal modo que resultaram na criação de grandes infraestruturas digitais de *fact-checking*, como a *International Fact Checking Network* (IFCN). Ligada ao *Poynter Institute* e criada em 2015, a IFCN estabeleceu princípios de verificação de factos que os membros devem seguir. São eles: o compromisso com o não partidarismo e com a justiça; o compromisso com a transparência das fontes; o compromisso com a transparência do financiamento e organização; o compromisso com a transparência da metodologia; e o compromisso com correções abertas e honestas. Na sua maioria, as plataformas de *fact-checking* são projetos independentes originários da América do Norte e da Europa, e focam-se sobretudo na verificação de factos políticos.

Em 2017, a *Google* decidiu estender aos países europeus o seu programa de *fact-checking* originalmente implementado nos Estados Unidos. O programa foi desenvolvido em parceria com a IFCN e a Universidade Duke, e permite que a ferramenta de pesquisa adicione um rótulo de “Fact Check” aos artigos de notícias credíveis para aumentar a sua visibilidade.

Em abril de 2018, a União Europeia criou uma estratégia para conter a desinformação denominada *Tackling Online Disinformation* – a base para o desenvolvimento do Código de Práticas para a Desinformação. Em dezembro, anunciaram finalmente um Plano de Ação contra a Desinformação. O código de práticas, que visa capacitar os utilizadores a aceder a informação verdadeira mais facilmente através do uso de ferramentas tecnológicas, foi assinado por plataformas online como o Facebook, a Google e o Twitter. No total, 35 grupos de *fact-checking* de 27 países assinaram o código em 2016 (Graves & Cherubini, 2016).

Apesar do código de práticas não exigir que as plataformas excluam ou impeçam o acesso a conteúdo falso, estas plataformas reduziram efetivamente a distribuição de conteúdo classificado como falso ou enganador (Cavaliere, 2020). O Facebook explicou que o conteúdo enviado aos *fact-checkers* para revisão pode incluir publicações públicas e interessantes do Facebook e do Instagram, incluindo artigos, fotos ou vídeos, e que os verificadores de factos avaliam o conteúdo de acordo com uma das nove classificações possíveis: falso (factualmente impreciso), parcialmente falso, verdadeiro, título falso

(quando as afirmações principais do conteúdo do artigo são verdadeiras, mas a afirmação principal dentro do título é factualmente imprecisa), não elegível (a alegação não é verificável ou só era verdadeira no momento da redação), sátira, opinião ou partida (Cavaliere, 2020).

A Google e o Facebook aderiram também à iniciativa *FactCheck EU*, liderada pela IFCN, durante as eleições para o Parlamento Europeu em 2019. A iniciativa reuniu cerca de 20 organizações de diferentes países europeus com o objetivo de fornecerem *fact-checks*, e compreende vários órgãos de comunicação social como o *Le Monde* de França, e sites de *fact-checking* independentes como o *Pagella Politica* de Itália e o *Lead Stories* dos EUA.

3.3. Fazer *fact-checking*

Como o próprio nome indica, “viral” é algo que se espalha como um vírus. Quando a informação acerca de um vírus se torna o próprio vírus, é necessário combatê-lo. Porém, o processo de verificação de informação é uma tarefa que requer tempo e dinheiro, e até que os factos corrigidos sejam publicados, a informação falsa já foi publicada milhares de vezes nas redes sociais.

Fazer fact-checking é cada vez mais importante nos dias de hoje uma vez que contribui para a instrução do público, o aperfeiçoamento do comportamento dos jornalistas e o aumento da credibilidade do jornalismo (Amazeen, 2017). De facto, a maioria dos *fact-checkers*, apesar de advirem de uma diversidade de contextos, identificam-se sobretudo como jornalistas e descrevem a missão de verificar factos como um veículo para informar o público. Vários associam até o *fact-checking* a uma reportagem de investigação jornalística (Graves, 2016).

Efetivamente, os indivíduos que se deparam com uma desinformação, mas que de seguida encontram a verificação de factos, apresentam uma maior tendência para desacreditar a desinformação, o que revela a eficácia do *fact-checking*. Contudo, isto requer que o público procure ativamente e leia verificações de factos, o que nem sempre acontece, sobretudo para quem consome apenas redes sociais. Além disso, o *fact-checking* pode falhar devido às crenças e convicções das pessoas visto que tendem a atribuir credibilidade a uma determinada fonte que representa, segundo as suas próprias crenças, uma verdade universal (ERC, 2019).

No combate à desinformação, as redes sociais – Facebook, Twitter, Google, Instagram, WhatsApp³⁰ –, sob pressão da opinião pública e das autoridades de vários países, realizaram esforços na promoção de conteúdos fidedignos (Esteves & Sampaio, 2019). Zuckerberg investiu em parcerias com organizações de *fact-checking* que verificam a desinformação assinalada por utilizadores do *Facebook*. Em 2019, o *Facebook* contava com 21 parcerias com sites de verificação de factos acreditados pela *International Fact-Checking Network* (IFCN) e, apesar do conteúdo falso não ser eliminado, a sua distribuição acabou por ser reduzida a 80%.

3.3.1. Temas dos *fact-checkers*

A maioria das organizações de *fact-checking* na Europa limitam-se à verificação de factos de tópicos específicos, sendo que a política é o mais comum. Segundo Graves & Cherubini (2016), 90% das organizações indicam que verificam regularmente afirmações feitas por políticos, sendo que verificam outras figuras públicas ou até mesmo jornalistas ocasionalmente. A *Pagella Politica*, de Itália, a *15min* da Lituânia e a *Newtral* de Espanha, citando alguns exemplos, apenas verificam afirmações feitas por políticos. De forma semelhante, o *TheJournal.ie* verifica afirmações de figuras públicas e o *Faktograf* da Croácia foca-se primeiramente nas afirmações políticas (Cavaliere, 2020). No entanto, o *StopFake* da Ucrânia, por exemplo, foca-se quase exclusivamente no conteúdo dos meios de comunicação social, e sites como o *Full Fact*, o *Faktabaari* da Finlândia, o *FactCheckNI* da Irlanda do Norte e o *Vistinomer* da Macedónia verificam sistematicamente as notícias publicadas pelos meios de comunicação.

O *Les Décodeurs* de França tem uma abordagem mais abrangente, uma vez que verifica afirmações de personalidades e figuras públicas, assim como rumores que circulem online, particularmente em redes sociais. O *Ellinika Hoaxes*, da Grécia, compreende diferentes tópicos como política, ciência, tecnologia, fenómenos das redes sociais, xenofobia e antissemitismo, e direito. O *FactCheckNI* da Irlanda do Norte foca-se também em temas diferenciados como a economia, a educação, eleições, Europa (e *Brexit*), saúde, imigração, direito e processos de paz.

³⁰ O *WhatsApp* revela-se cada vez mais uma rede social propícia à disseminação de conteúdos falsos, pela dificuldade em combater a desinformação em contextos de mensagens fechadas.

A *Full Fact* do Reino Unido, uma das mais conhecidas organizações de *fact-checking* europeias, verifica histórias que combinem características importantes, influentes e interessantes, e que sejam potencialmente prejudiciais ou se difundem rapidamente. A *Correctiv* da Alemanha olha igualmente para indicadores como a viralidade da afirmação, o valor de notícia, e a potencialidade de ser prejudicial ou espalhar ódio. A *Lead Stories*, dos Estados Unidos, foca-se nas afirmações que sejam virais e que tenham impacto emocional nos leitores. Por outro lado, o *Les Observateurs* de França trabalha num âmbito diferente, focando-se em histórias e imagens reunidas por amadores ou jornalistas cidadãos. (Cavaliere, 2020).

No que toca à escolha de tópicos a serem verificados, trata-se de um trabalho que envolve muita leitura de jornais, comunicados de imprensa, discursos políticos, rádio e televisão, assim como propaganda, debates, entrevistas e, sobretudo, redes sociais. Contudo, embora a maioria escolha os factos serem verificados de acordo com o interesse do público e a relevância do assunto no momento, alguns projetos de *fact-checking* oferecem a possibilidade ao leitor de propor um facto a ser verificado, como é o caso do *Polígrafo*, em Portugal.

3.3.2. Métodos utilizados

A forma mais tradicional de se verificar os factos corresponde à revisão manual de textos, programas mediáticos, vídeos, gravações, entre outro tipo de conteúdos. Todavia, as tecnologias podem ser vistas como uma ferramenta facilitadora para este fim, tendo já sido elaborados projetos neste âmbito (Alimamade, 2020). A organização britânica *Full Fact* começou a fazer *fact-checking* automático desde 2013, respondendo à necessidade de acelerar o processo de verificação de factos. Posto isto, as tecnologias acabam por ter um duplo papel, uma vez que tanto podem ajudar a combater os conteúdos falsos como também podem facilitar a propagação dos mesmos.

Todavia, a automatização do processo de *fact-checking* traz consigo dúvidas: o papel complexo dos *fact-checkers* passa por ajudar o público a compreender a informação na sua totalidade, passo a passo, até chegarem a uma avaliação final. Num *fact-checking* automático, a classificação será, certamente, binária, o que não transmite a complexidade da verificação de factos nem ajudará o leitor a entender como se chegou a esta conclusão.

Já o projeto de *fact-checking* do jornal *Le Monde* criou, em 2017, uma extensão para navegadores *Chrome* e *Firefox* que permite perceber rapidamente se a informação do site aberto no navegador é verdadeira ou falsa. Outros projetos como o *Factmata* utiliza um sistema de Inteligência Artificial para identificar e verificar factos estatísticos, o *Claimbuster*, desenvolvido por académicos de forma a determinar a probabilidade de uma frase conter factos passíveis de serem verificáveis (Oliveira, 2020).

As organizações de *fact-checking* trabalham com diferentes metodologias ao avaliarem uma informação. Em 2007, quando o jornalista Bill Aldair criou o *PolitiFact*, decidiu usar uma escala de avaliação com um termómetro da verdade e medidores de mentira – *Truth-O-Meter* – para facilitar a interpretação do público. Neste caso, as escalas de avaliação são *true* (verdadeiro), *mostly true* (maioritariamente verdadeiro), *half true* (meia-verdade), *mostly false* (maioritariamente falso), *false* (falso) e *pants on fire* (traduzido literalmente como “calças a arder”, significa mentiroso). Já o *Fact Checker* do jornal *The Washington Post* atribui até 4 “pinóquios” dependendo do grau de inexatidão.

O *Snopes.com* apresenta uma escala de avaliação de 17 níveis: *true* (verdadeiro), *mostly true* (maioritariamente verdadeiro), *mixture* (mistura de elementos verdadeiros e falsos), *mostly false* (maioritariamente falso), *false* (falso), *unproven* (não provado), *outdated* (desatualizado), *miscaptioned* (mal legendado), *correct attribution* (atribuição correta de material citado à pessoa que o proferiu), *legend* (lenda, eventos improváveis), *misattributed* (atribuição incorreta do discurso), *scam* (fraude), *legit* (legítimo), *labeled satire* (rotulado como sátira), *originated as satire* (originalmente uma sátira), *recall* (lembança) e *lost legend* (lenda perdida, eventos incomuns e misteriosos). A *Agência Lupa*, por exemplo, apresenta 9 etiquetas para avaliar a informação verificada. São elas verdadeiro; verdadeiro, mas; ainda é cedo para dizer; exagerado; contraditório; subestimado; insustentável; falso; e de olho (na qual ainda estão a monitorizar a informação).

Porém, existem muitas organizações de *fact-checking* que não trabalham com escalas de avaliação definidas, como é o caso da *Full Fact* e do *FactCheck.org*. As escalas de avaliação entre “falso” e “verdadeiro” são consideradas redundantes em certos contextos e nem sempre conseguem comunicar os resultados de investigação. Por esta razão, as organizações optam por apresentar a alegação e a verificação passo a passo, sem apresentarem um veredicto final.

Apesar das diferentes metodologias usadas pelos projetos de *fact-checking* mundiais, existem diversos fatores que dificultam ou comprometem a eficácia da verificação de factos. De acordo com Traquina (2002), as redações não têm elementos suficientes na equipa para acompanhar, de forma contínua, as fontes de informação. Entre a pressão para evitar o escrutínio de determinadas reivindicações políticas, a procura por uma produção massiva de conteúdos e a redução da equipa nas redações, a vertente financeira é também um problema para a realização do *fact-checking*, uma vez que os verificadores de factos precisam de ser pagos pelos serviços prestados e tem custos elevados para os órgãos de comunicação social. Não obstante, o maior desafio prende-se com o tempo necessário para a realização da verificação de factos, dado que geralmente são precisos vários dias para verificar uma notícia (e a mesma vai perdendo importância com o passar do tempo).

3.3.3. Financiamento

As duas principais formas de organização das iniciativas de *fact-checking* são o modelo associado com meios de comunicação social existentes e o modelo que opera de forma independente. É possível encontrar ambos os modelos no mesmo país, embora seja possível verificar mais *fact-checkers* ligados a meios de comunicação social na Europa Ocidental e *fact-checkers* independentes na Europa Oriental (Graves & Cherubini, 2016). Neste sentido, as organizações de *fact-checking* europeias dependem maioritariamente de duas âncoras financeiras: a indústria dos *media* e fundações de caridade. Muitos projetos, sobretudo os independentes, solicitam também doações de indivíduos e realizam campanhas de angariações de fundos.

Os *fact-checkers* ligados a órgãos de comunicação social tem mais vantagem em termos de alcance e recursos, sendo que conseguem reunir audiências que facilmente ultrapassam a maioria das organizações de *fact-checking* independentes (Graves & Cherubini, 2016). Isto é particularmente evidente nas organizações ligadas a televisões de sucesso. Exemplo disso são os segmentos de *fact-checking* no *El Objetivo*, um programa semanal altamente visto na televisão espanhola *La Sexta*, com cerca de 1 milhão e meio a 2 milhões de espectadores em cada domingo – uma das audiências mais altas dedicadas a uma operação de *fact-checking* na Europa. *Virus*, um programa semanal italiano em parceria com o site *Pagella Politica*, tinha uma audiência de um milhão de espectadores (Graves & Cherubini, 2016).

Como referem Graves & Cherubini (2016), é importante notar que muitas organizações de *fact-checking* se envolvem com meios de comunicação para assegurarem parcerias valiosas e promoverem o seu trabalho. Contudo, a maioria das organizações de *fact-checking* operam de forma independente, fora dos meios de comunicação tradicionais, e por isso têm falta de recursos editoriais e audiências. Por outro lado, os *fact-checkers* independentes estão livres de constrangimentos editoriais e de negócios ditados pelos media.

3.4. *Fact-checking* durante a pandemia

Com o surgimento da pandemia Covid-19, as organizações de *fact-checking* tiveram de lidar com as expectativas de intensificarem o seu papel no combate aos riscos da desinformação. Uma das principais formas de atuação passou precisamente pela promoção da informação divulgada pelas autoridades de saúde nacionais e especialmente pela Organização Mundial de Saúde. A pandemia dominou o conteúdo da maioria das plataformas de *fact-checking* mundiais: em 2020, já existiam pelo menos cinco plataformas de verificação de factos dedicadas à área da saúde e medicina, porém, a pandemia transformou praticamente todas as operações de *fact-checking* numa equipa de jornalistas de saúde (Ferreira, 2021).

Entre janeiro e março de 2020, o número de *fact-checks* sobre a Covid-19 aumentou mais de 900% (Krause et al., 2020). Assim, também as plataformas de redes sociais responderam à crise da desinformação ao ajustarem as suas políticas de moderação: em maio de 2020, o Twitter introduziu um rótulo e mensagem de aviso para contextualizar *tweets* que pudessem conter desinformação relacionada com a Covid-19 (Cavaliere, 2020). Já o TikTok usou etiquetas e notificações para redirecionar os utilizares para informação proveniente de fontes seguras como as organizações de saúde. O Facebook cooperou com as autoridades de saúde internacionais no intuito de aumentar a sensibilização do público para a eficácia e segurança das vacinas. A Google, para além de priorizar o conteúdo proveniente de fontes seguras, continuou a trabalhar com as autoridades de saúde pública para prestar informações sobre locais de vacinação no *Google Search* e *Maps*, uma funcionalidade disponível na França, Polónia, Itália, Irlanda e Suíça. A Microsoft alargou a sua parceria com a *NewsGuard*, uma extensão que alerta para sites que propagam desinformação (Comissão Europeia).

Múltiplas organizações de verificação de factos concentraram os seus esforços em verificar apenas conteúdo relacionado com a Covid-19. Além disso, surgiram também várias iniciativas durante a crise sanitária que procuraram englobar várias organizações de *fact-checking*, de modo a trabalharem em conjunto e acompanharem o conteúdo falso que circula nos meios digitais. Foi o caso da *CoronaVirusFacts Alliance* da IFCN e do *Latam Chequea Coronavirus*, que reúne 34 organizações de *fact-checking* de 17 países latino-americanos e de Espanha (J&Cia, 2020). A Organização Mundial de Saúde criou o website *Journal of Risk Research* dedicado aos mitos relacionados com a Covid-19, e o Centro de Controlo e Prevenção de Doenças criou o *Stop the Spread of Rumours*, encorajando a população a esclarecer os factos sobre a doença (Krause et al., 2020). Por todo o mundo, a maioria dos órgãos de comunicação social criaram igualmente uma secção exclusivamente dedicada ao tema da Covid-19 com o objetivo de contribuir para o conhecimento público.

Para auxiliar o trabalho dos *fact-checkers* e dos jornalistas, em 2022 a Google criou uma ferramenta de *fact-checking* automático – o *Google Factcheck Explorer & Markup Tool* –, que apresenta uma afirmação e a resposta proveniente de uma fonte legítima.

Durante a pandemia de Covid-19, a desinformação sobre saúde foi efetivamente o ponto em que se focaram as organizações de *fact-checking* (Nissen et al., 2022). Cerca de 100 organizações contribuíram para o *fact-checking* sobre a Covid-19 através da IFCN, enquanto 50 contribuíram para a Google. A maior parte da desinformação é difundida nas redes sociais, provenientes de diversas fontes, sendo que quase metade do conteúdo verificado pela IFCN é baseado em afirmações publicadas no Facebook (42.6%), seguido de afirmações publicadas em outras redes sociais (21%) (Nissen et al., 2022).

Capítulo III: Investigação e Metodologia

1. Objetivo e pertinência do tema

Nos últimos anos, o tema da desinformação foi fortemente discutido na esfera política, sobretudo em época de eleições. A desinformação relacionada com a política foi o exemplo perfeito do impacto que este fenómeno pode ter na democracia e na influência nas escolhas da população, sendo, por isso, uma forte ameaça. Com o surgimento da Covid-19, a desinformação passou para uma nova esfera: a social. A quantidade de informação acerca de um vírus sem precedentes depressa deu lugar à desinformação, que aumentou exponencialmente e ameaçou a saúde pública. Foi necessário, mais do que nunca, desmentir rumores e esclarecer a desinformação que circula online, para diminuir a confusão semeada na população. Para o efeito, as plataformas de *fact-checking* dedicaram-se exclusivamente à pandemia.

Embora o tema da desinformação e do *fact-checking* não seja recente, em Portugal a maioria das explorações académicas centram-se no conteúdo político feito pelas plataformas de *fact-checking*. A escolha deste tema prende-se com a atualidade: nos últimos dois anos, a desinformação esteve fortemente ligada à Covid-19, tema que monopolizou a agenda mediática. O Polígrafo, um dos dois jornais de *fact-checking* portugueses que têm estatuto editorial, tornou-se uni temático de modo a combater diretamente a desinformação através dos mecanismos de *fact-checking*.

Posto isto, o presente relatório tem como objetivo realizar uma análise das peças de *fact-checking* do Polígrafo acerca da Covid-19. Neste estudo, procura-se identificar e analisar as estratégias editoriais no processo de verificação de factos do Polígrafo, e as características editoriais das peças de Covid-19 no que diz respeito à sua origem, género (temas) e as fontes utilizadas, entre outras variáveis de análise.

2. Questões de investigação

Para responder ao objetivo enunciado, estabeleceu-se a seguinte pergunta de partida: como é realizado o *fact-checking* do Polígrafo sobre a Covid-19? Este estudo envolve ainda duas subperguntas de investigação que permitem compreender melhor esta problemática:

1. Quais são as características editoriais dos *fact-checks* sobre a Covid-19 publicadas no Polígrafo?
2. Que estratégias editoriais são usadas durante o processo de escolha dos *fact-checks* e verificação de *fact-checking*?

3. Metodologia

Para a realização desta investigação, a metodologia adotada é mista – quantitativa e qualitativa –, e dividida essencialmente em duas partes. Numa primeira parte, procedeu-se à análise do conteúdo do Polígrafo, da secção de *fact-checks* sobre a Covid-19, mais precisamente entre março e maio de 2020, meses em que foram publicados um maior número de *fact-checks* (N= 209). Numa segunda parte, a análise de conteúdo foi complementada com entrevistas semiestruturadas realizadas a quatro profissionais que trabalham no Polígrafo, de forma a entender o processo por detrás da verificação de factos. Foram realizadas as seguintes entrevistas:

- Fernando Esteves, diretor do Polígrafo, realizada no dia 8 de março de 2022, com uma duração de cerca de 40 minutos via Zoom.
- Salomé Martins Leal, jornalista do Polígrafo, realizada no dia 22 de março de 2022, com uma duração de cerca de 30 minutos via Zoom.
- Sara Beatriz, jornalista do Polígrafo, realizada no dia 14 de abril de 2022, com uma duração de cerca de 30 minutos via Zoom.
- Marina Ferreira, jornalista do Polígrafo, realizada no dia 14 de abril de 2022, com uma duração de cerca de 30 minutos via Zoom.

3.1. *Corpus*

No que diz respeito ao *corpus* de análise de conteúdo, por existir um elevado número de *fact-checks* realizados acerca da Covid-19 – 655 publicados entre janeiro de 2020 e abril de 2022 (Anexo 1) –, seria difícil investigar toda a população. Assim, decidiu-se trabalhar apenas uma amostra representativa do conteúdo publicado.

Tendo em consideração que o período entre os primeiros casos de Covid-19 confirmados em Portugal, a declaração de pandemia e o primeiro confinamento foi efetivamente o período em que surgiram mais dúvidas na população pela quantidade de informação e desinformação a circular nas redes sociais, o período de amostragem

abrange publicações de *fact-checking* realizadas no início de 2020. Efetivamente, tanto em 2020 como em 2021, os três meses de confinamento corresponderam aos meses em que foram publicados mais *fact-checks* em cada ano, respetivamente.

Deste modo, a análise tem como espaço de tempo três meses – março, abril e maio de 2020 –, que correspondem aos meses com maior número de *fact-checks* publicados no Polígrafo, no decurso dos últimos dois anos de pandemia (2020-2022). Estes meses compreendem, como foi referido, os primeiros casos confirmados em Portugal (2 de março de 2020), a declaração de pandemia pela OMS (11 de março de 2020) e o primeiro confinamento, considerado entre 18 de março de 2020 (dia em que é declarado estado de emergência em todo o país) e 2 de maio de 2020 (fim do estado de emergência). O mês de maio corresponde ainda à fase de desconfinamento em Portugal, que só terminaria a 1 de junho de 2020.

No total foram analisados 209 *fact-checks* acerca da Covid-19 – 58 no mês de março, 86 no mês de abril e 65 no mês de maio de 2020.

3.2. Variáveis da análise

No que concerne às variáveis de análise no âmbito da análise de conteúdo, tomou-se como partido a análise feita por Oliveira (2020) na dissertação de mestrado *Fazer Fact-Checking em Portugal: Análise ao Observador e ao Polígrafo*. Posto isto, esta investigação conta com as seguintes variáveis:

- Data (meses e dias com mais *fact-checks* publicados);
- Proveniência da informação verificada (redes sociais não identificadas, várias redes sociais, Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, WhatsApp, meios de comunicação social, declarações, mensagem/email, outros e não referido);
- Tema dos *fact-checks* (formas de contágio, teoria de conspiração, atuação do governo, métodos curativos, vacina, estatísticas, medidas de contenção, figuras públicas e *fait-divers*);
- Fontes dos *fact-checks* (especialistas de saúde, autoridades de saúde, plataformas de *fact-checking*, fontes documentais, autores da informação e órgãos de comunicação social);
- Valor-notícia (critério da viralidade e critério da relevância jornalística).

Estas variáveis foram selecionadas com o objetivo de traçar um perfil do panorama desinformativo sobre a Covid-19, bem como do *fact-checking* acerca da pandemia. Neste sentido, utilizou-se a variável “data” (meses e dias com mais *fact-checks* publicados) para visualizar qual o pico da publicação de *fact-checks* sobre a Covid-19, e compreender se existe uma correlação entre o aumento da verificação de factos sobre tema e a evolução da pandemia.

Com a variável “proveniência da informação verificada” pretende-se saber quais as principais origens da desinformação verificada pelo Polígrafo acerca da pandemia, enquanto a variável “temas dos *fact-checks*” tem o objetivo de compreender que género de conteúdo ou desinformação circula sobre a Covid-19 com maior frequência, e as consequências que poderá ter na saúde – como é o caso dos métodos curativos, que sugere soluções para a doença por vezes prejudiciais.

Já a variável “fontes dos *fact-checks*” pretende entender a estratégia de *fact-checking* do Polígrafo, nomeadamente que género de fontes utilizam para verificar a informação relativa à Covid-19. Por fim, a variável “valor-notícia” tem o objetivo de analisar alguns critérios jornalísticos referentes à escolha da informação verificada pelo jornal, nomeadamente se os *fact-checks* cumprem o critério da viralidade – referido pelos jornalistas como um dos critérios de escolha para a verificação de factos –, ou o critério da relevância jornalística no que concerne a um tema de cariz de saúde pública.

Capítulo IV: Análise e discussão dos resultados

1. O Polígrafo: o primeiro jornal de *fact-checking* português

Em Portugal, o combate à desinformação foi tema de vários debates e destacaram-se trabalhos como a *Fábrica de Mentiras – Viagem ao Mundo das Fake News* de Paulo Pena (2019), onde foram identificados vários *sites* de “notícias falsas”, e o livro *Viral: A Epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação* de Fernando Esteves e Gustavo Sampaio (2019), diretores do jornal Polígrafo. Além disso, a agência Lusa criou uma página exclusiva de combate às *fake news*, onde apresenta também os vários verificadores de factos mundiais e os portugueses. É o caso do Observador, que faz parte da rede mundial de verificadores de factos independentes que, desde abril de 2019, verificam a autenticidade de conteúdos partilhados no Facebook. O jornal realizou também uma parceria com a TVI, que tem agora um programa de *fact-checking* chamado “A Hora da Verdade”. O jornal Público também participa no combate à desinformação com o espaço “A Prova dos Factos”, onde escrutinam o que dizem os protagonistas do espaço público.

Não obstante, antes de sequer imaginarem a iminência da pandemia de Covid-19, o Polígrafo foi o primeiro jornal digital totalmente dedicado ao *fact-checking* criado em Portugal. A iniciativa foi lançada em novembro de 2018 pelo jornalista Fernando Esteves durante a *Web Summit* em Lisboa, a maior conferência de tecnologia da Europa, e integra o projeto de jornalismo colaborativo *CoronaVirusFacts Alliance*, no qual dezenas de jornais de *fact-checking* provenientes de todo o mundo se uniram para verificar a veracidade das informações colocadas a circular online.

O Polígrafo, que tem como objetivo o “exercício diário de escrutínio da verdade no espaço público”, tem sido um caso de estudo a nível nacional e internacional. A equipa do jornal conta com 8 jornalistas fixos e uma rede de colaboradores externos que eleva para 15 o número de membros. Diariamente acompanham um conjunto alargado de personalidades cujas intervenções têm relevância pública, nomeadamente políticos, comentadores, influenciadores, artistas e agentes do meio desportivo, e trabalham em diversas áreas, tais como a política, sociedade, economia, desporto, internacional, cinema e televisão, música e *lifestyle*. O jornal seleciona os factos a serem verificados não só a partir das suas pesquisas, como também pelas sugestões do público através de contactos WhatsApp e e-mail. Para além dos *fact-checks*, o jornal criou uma secção intitulada

“Exclusivos”, onde disponibiliza artigos, entrevistas e artigos de opinião, e oferece aos leitores a *newsletter* “Pinóquio” com os melhores *fact-checks* e vídeos do momento.

Em abril de 2019, para além do formato online, o jornal passou a ter uma versão televisiva através de uma parceria com a SIC. A rubrica chamada “Polígrafo SIC” é um programa de *fact-checking* com periodicidade semanal, apresentado por Bernardo Ferrão, subdiretor da SIC, com transmissão todas as segundas-feiras no Jornal da Noite. No início de março de 2022, o programa contava com 120 episódios. O programa tem sido um sucesso de audiências, com uma média de espectadores superior a 1,3 milhões de pessoas, tendo chegado a atingir mais de 2,5 milhões de espectadores em outubro de 2020 (Fernandes, 2020). No mesmo mês, surgiu também o *Polígrafo NITfm*, um programa semanal de rádio feito em parceria com a NITfm.

Em apenas três anos, a qualidade editorial e transparência do *Polígrafo* foi reconhecida pela *International Fact-Checking Network*, que agrega os melhores projetos mundiais de *fact-checking*. Dois meses antes das eleições legislativas de outubro de 2019, o Facebook também se associou ao Polígrafo para combater a desinformação, no âmbito do *Third Party*, o programa criado por Mark Zuckerberg para rastrear as informações falsas que circulam na rede todos os dias.

O projeto de *fact-checking* já obteve reconhecimento na área dos *media* com múltiplos prémios:

Os prémios são a consequência natural de um projeto que muito rapidamente se impôs no ecossistema mediático português pela sua originalidade e pelo seu propósito. Num mundo tão polarizado em que diariamente se travam guerras entre forças opostas como a esquerda e a direita, a verdade e mentira, o facto e o rumor, o bem e o mal, o *fact-checking* é fundamental. As pessoas acreditam cada vez menos na informação que lhes chega. Isso conduz à apatia e ao relativismo. A realidade e a ficção deixam crescentemente de se distinguir, e isso pode dar origem a sociedades embriagadas e, portanto, permeáveis à eclosão de mensagens populistas e anti-democráticas. Ora, no Polígrafo acreditamos nas virtudes da democracia liberal e à nossa escala temos feito tudo para a defender através do nosso trabalho diário, porque não há democracia nem liberdade sem bom jornalismo. (Fernando Esteves, Polígrafo, 2020).

Em 2019, ganhou o prémio Associação da Economia Digital, na categoria de melhor *site* de media e revelação digital, o prémio Meios & Publicidade de Comunicação, e ainda o prémio Meios & Publicidade de Criatividade e Inovação na categoria de informação, projeto digital e inovação editorial. Também o Polígrafo SIC, a extensão do projeto em televisão, venceu uma menção honrosa na categoria de parceria de *media*. Em 2020,

contaram uma vez mais com o prémio Meios & Publicidade de Comunicação. Em 2021, receberam o prémio Meios & Publicidade de Criatividade em Autopromoções & Inovação em Media com o Polígrafo SIC.

No início de 2020, quando a Covid-19 ainda não tinha marcado presença em Portugal, o Polígrafo começou a realizar o importante trabalho de verificação de notícias relativas à Covid-19. Realizou uma parceria com a Direção Geral de Saúde, organismo máximo de saúde pública em Portugal, com o objetivo de combater a desinformação esperada acerca do novo vírus uma vez que, como Graça Freitas, Diretora-Geral da Saúde, refere, a “publicação e partilha de informação falsa é um dos maiores riscos para a saúde pública, quando se trata de problemas emergentes como o da Covid-19”. Fernando Esteves, diretor do *Polígrafo*, sublinha que esta parceria “é um exemplo acabado dos princípios que estiveram na base da criação do jornal: a defesa da verdade, nomeadamente em cenários críticos de saúde pública”. Apesar da DGS ter uma página online exclusivamente dedicado ao tema das *fake news*, o *Polígrafo* mostrou-se um jornal extremamente importante para combater a desinformação em Portugal, tendo criado uma nova secção que agrupa somente os factos verificados acerca do coronavírus.

1.1. Código de princípios

Tal como acontece com as organizações de referência de *fact-checking* mundial, o Polígrafo segue o código de princípios da *International Fact-Checking Network*. Assumem, assim, o compromisso com o não-partidarismo e com a justiça, isto é, os signatários analisam as declarações utilizando o mesmo processo para todos os *fact-checks*; e o compromisso com a transparência das fontes, em que permitem que os leitores possam verificar as conclusões por si próprios. Para isso, fornecem informação sobre todas as fontes com detalhe suficiente para que os leitores possam replicar o trabalho (exceto em casos em que a segurança pessoal de uma fonte possa ficar comprometida).

Além disso, comprometem-se com a transparência de financiamento, ou seja, se aceitam financiamento de outras organizações, garantem que os financiadores não têm qualquer influência nas conclusões a que chegam nos seus artigos; declaram o compromisso com a transparência de metodologia, em que explicam a metodologia que usam para seleccionar, investigar, escrever, editar, publicar e corrigir os *fact-checks*; e, por último, mas não menos importante, o compromisso com correções abertas e honestas. Neste caso, publicam a sua política de correções, que seguem escrupulosamente, e

corrigem de forma clara e transparente, em linha com a sua política de correções, procurando ao máximo assegurar que os leitores veem a versão corrigida.

1.2. Escala de avaliação

O Polígrafo classifica o grau de veracidade de um *fact-check* em função de uma escala específica, como fazem os jornais de referência – os jornais norte-americanos *Politifact* e *Washington Post*, o jornal argentino *Chequeado* ou os jornais brasileiros *Agência Lupa* e *Aos Fatos*.

O Polígrafo divide a sua escala de avaliação em sete níveis. Os principais são o “verdadeiro”, quando a afirmação é inteiramente verdade, e o “falso”, quando a afirmação é claramente falsa. Quanto aos níveis intermédios, são eles o “verdadeiro, mas...”, quando a declaração analisada é verdadeira mas carece de enquadramento e contextualização para que seja totalmente percebida; “impreciso”, quando a informação contém elementos que distorcem a realidade; “descontextualizado”, quando a informação é retirada do seu contexto real com o objetivo de lhe dar um sentido sem sustentação factual; “manipulado”, quando a informação (sobretudo em formato de imagem) é trabalhada através de recurso a ferramentas de edição de imagem, com a finalidade de a distorcer; e, por último, “pimenta na língua”, que consiste no grau máximo de falsidade. Esta classificação só é atribuída quando a informação avaliada é escandalosamente falsa ou é uma sátira. As classificações são apresentadas de duas formas diferentes, nomeadamente no título e/ou no final da verificação.

2. Estratégia editorial do Polígrafo

2.1. Escolha do conteúdo

Com o despoletar da pandemia em Portugal, o Polígrafo tornou-se um “jornal unimático” (Fernando Esteves, Anexo 2) sobre a Covid-19. A escolha de tratar exaustivamente este tema deve-se não só ao facto de existirem imensas solicitações de leitores e espectadores acerca do assunto, como pela quantidade de desinformação a circular que causava confusão à população. Durante os primeiros meses, as notícias eram dedicadas quase exclusivamente à Covid-19, o que deu azo a muita desinformação, à manipulação de dados e vídeos, e à descontextualização de números. Sendo um jornal de verificação de factos, e ao surgir um tema como a pandemia, que potencia a proliferação

de desinformação, o Polígrafo sentiu-se na obrigação de se concentrar exclusivamente neste tema e tornar-se um jornal direcionado para a saúde.

Como explica Fernando Esteves, diretor do Polígrafo, com a emissão do Polígrafo SIC às segundas-feiras, o jornal recebe dezenas, às vezes centenas, de solicitações de *fact-checking* na linha de WhatsApp no dia seguinte ao programa. Além dos pedidos através desta rede social, recebem também vários e-mails de espectadores e leitores do jornal. As sugestões mais relevantes são posteriormente inseridas numa base de dados do jornal. Porém, inúmeras sugestões acabam por não ter critérios jornalísticos para serem verificadas e a maioria do conteúdo escolhido resulta de um trabalho de identificação da equipa de jornalistas do Polígrafo. Diariamente, a equipa inteira-se sobre o que os políticos, figuras públicas e comentadores dizem aos meios de comunicação social, e informam-se acerca dos rumores virais nas redes sociais sobre a atualidade. Em época de eleições, por exemplo, a equipa é colocada em horários rotativos para que possam seguir todos os debates e intervenções políticas, e procuram seguir mais figuras ligadas ao assunto em questão.

Como trabalham poucos conteúdos por dia, devido à política de *slow journalism*³¹ do diretor, os jornalistas acabam por escolher os temas com maior pertinência ou visibilidade no momento, deixando de parte muito conteúdo. Segundo o diretor do Polígrafo, 85% dos conteúdos publicados são escolhidos pela equipa, enquanto os restantes 15% resultam de solicitações de leitores e espectadores do programa.

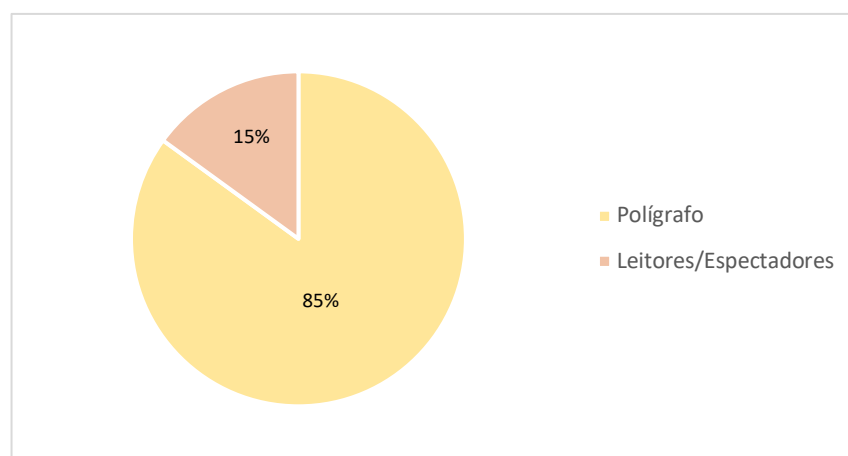


Gráfico 1– Percentagem da escolha de conteúdo segundo o Diretor do Polígrafo

³¹ O *slow journalism* é um estilo de jornalismo que primazia a qualidade das notícias ao contrário do que acontece na maioria dos meios de comunicação tradicionais. O seu objetivo é produzir conteúdo verdadeiro e claro, e focar-se em investigações e grandes reportagens. O nome remete para o facto de ser necessário tirar tempo para investigar e publicar histórias com elevada qualidade.

No que concerne aos critérios de escolha do conteúdo a verificar, o Polígrafo nunca verifica notícias de outros jornais ou conteúdos escritos por um jornalista, mesmo que seja publicado numa rede social pessoal. Além disso, ao contrário das sugestões dos leitores, os jornalistas fazem um trabalho de seleção de temas criterioso, tendo em consideração a atualidade do assunto, se o tema foi trabalhado anteriormente e se é uma publicação viral ou não. Como a jornalista Sara Beatriz (Anexo 4) refere, “há muita desinformação no Facebook, Instagram, Twitter, e agora mais recentemente no TikTok e Telegram” e é a partir do que veem nas redes sociais e do que é denunciado no Facebook que escolhem os conteúdos para serem verificados. Através deste critério de denúncia que advém da parceria com o Facebook, explica a jornalista Marina Ferreira (Anexo 5), a informação chega ao Polígrafo não porque a publicação teve muito alcance, mas porque alguém a denunciou por apresentar conteúdos falsos.

A escolha do conteúdo prende-se, então, com o alcance da publicação e o perigo da informação que está a ser partilhada e com os critérios jornalísticos de qualquer jornal – a atualidade do tema, a relevância, o interesse público. É importante verificar uma publicação que pareça imediatamente falsa e que tenha muitas partilhas, porém, uma publicação pode não ser viral numa rede social em particular, mas pode estar a ser lida por muitas pessoas através, por exemplo, de grupos privados do WhatsApp aos quais nem sempre têm acesso. Assim, o critério da atualidade sobrepõe-se ao critério da viralidade, isto é, os jornalistas podem escolher verificar uma publicação que não tem partilhas nenhuma, mas que é pertinente no momento.

Relativamente às verificações de declarações de políticos e outras figuras relevantes, a escolha do conteúdo é feita através da análise dos jornalistas, principalmente através do acompanhamento dos debates parlamentares e entrevistas a políticos na televisão de modo a tirarem alegações verificáveis.

Além dos *fact-checks*, cujos temas são escolhidos pela equipa e pelos leitores, o Polígrafo faz também diversas adaptações na categoria de internacional – algo que aconteceu frequentemente com a temática da Covid-19. Nestes casos, os temas já estão selecionados e trabalhados por outros jornais de *fact-checking* e o Polígrafo apenas trata de adaptar os conteúdos para português, redigindo os próprios artigos.

2.1.1. Escolha do conteúdo no Polígrafo SIC

O Polígrafo ficou reconhecido na comunidade internacional de *fact-checking* em grande parte pelo Polígrafo SIC, que conquistou um alcance único no mundo à escala do país. Segundo o diretor do Polígrafo, não há nenhum projeto mundial de *fact-checking* que tenha tanto impacto e influência no seu país como o Polígrafo tem em Portugal: “é o único programa em horário nobre que se tornou líder de audiências com mais de um milhão e meio de espectadores”.

No que concerne ao processo editorial entre o jornal Polígrafo e o programa Polígrafo SIC, é o Polígrafo que realiza o plano dos temas e notícias a passar no programa. Além disso, é o próprio jornal que realiza os *fact-checks* para que na SIC sejam posteriormente transformados em peças para televisão. O diretor do Polígrafo, Fernando Esteves, faz uma primeira seleção dos temas que irão abordar no Polígrafo SIC, mas o trabalho de seleção acaba por ser partilhado com o coordenador e apresentador do programa, Bernardo Ferrão, que também colabora ativamente na sugestão de *fact-checks*. A SIC não é apenas uma reprodutora dos conteúdos do jornal, existindo uma colaboração editorial aprofundada na construção do programa.

2.2. O processo de *fact-checking*

Como é possível ler no site do jornal, a equipa do Polígrafo cumpre uma análise rigorosa de cinco passos durante a verificação de factos:

1. Consulta da fonte original da informação;
2. Consulta de fontes de natureza documental: solidificam o processo de verificação aos olhos dos leitores;
3. Ouvir os autores da afirmação em análise, dando-lhe o direito de a explicar e contextualizar devidamente;
4. Contextualização da informação;
5. Avaliação da informação de acordo com a escala de avaliação própria do Polígrafo.

Segundo Marina Ferreira (Anexo 5), jornalista do Polígrafo, é preciso “passar pelos passinhos todos: ir às fontes documentais, tentar falar com as fontes oficiais e se no final disso tudo tivermos a certeza absoluta que está tudo assegurado, publica-se”. Quando não é possível cumprir um destes cinco passos, o artigo geralmente não é publicado. Contudo,

existem publicações específicas em que se torna irrelevante, por exemplo, contactar o autor da afirmação. É o caso dos *fact-checkings* automáticos: no caso de estatísticas proferidas por algum político ou figura pública, se for possível encontrar a fonte direta online a comprovar que a informação é falsa, não será necessário contactar a própria pessoa.

Por outro lado, se não for possível encontrar esses dados disponíveis – mesmo que outros jornais os tenham publicado – é necessário contactar as entidades em questão de forma a conseguirem verificar diretamente os factos. Não aceitam, portanto, fontes indiretas ou secundárias, exceto quando se trata de entrevistas exclusivas em que não voltam a contactar a pessoa entrevistada para repetir o que disse. Além disso, em eleições ou debates, nem sempre há tempo para contactar assessorias de imprensa. Nesses casos em que fazem *fact-checkings* em direto, sem possibilidade de contactar a fonte primária, realizam uma filtragem maior e só verificam aquilo que é suficientemente claro para se poder considerar falso ou verdadeiro.

Como explica a jornalista Sara Beatriz (Anexo 4), “a primeira coisa é ler a publicação com muita atenção porque normalmente não há só uma informação falsa, há várias. Portanto a primeira coisa é perceber o que é que pode ser falso ou que alegações é que podem ser falsas, verdadeiras ou simplesmente verificáveis”. O próximo passo, a regra principal de todos os artigos, será procurar fontes documentais como estudos científicos, estatísticas e documentos oficiais, fornecendo sempre os links para que os leitores possam verificar a credibilidade e veracidade do jornal. Mesmo que obtenham as fontes documentais, procuram, sempre que possível, contactar as fontes oficiais para obter um contraditório e uma explicação, ainda que essa explicação possa não invalidar a avaliação final atribuída.

Durante o processo de *fact-checking*, é comum também contactarem especialistas, como advogados ou fiscalistas, como fonte direta, algo que aconteceu muito com a Covid-19. Como explica a jornalista Salomé Leal (Anexo 3), quando existe um confronto de opiniões e discórdia entre os especialistas, o número maior de especialistas com a mesma opinião ganha o veredicto final da afirmação em análise.

Quando se trata de imagens ou vídeos, a verificação passa por fazer uma pesquisa inversa das imagens através de ferramentas como o *TinEye* e o *Google Reverse*, de forma a entender se uma imagem já foi publicada anteriormente ou se foi manipulada. Como Marina Ferreira (Anexo 5) refere, “o objetivo é perceber qual a origem, perceber há

quanto tempo é que está online e perceber se está relacionado ou não com o que estão a publicar nas redes sociais”.

2.3. Tempo da verificação de factos

Segundo os jornalistas do Polígrafo, cada conteúdo publicado pode tanto demorar cerca de trinta minutos a verificar, como pode demorar seis meses, ou nunca se conseguir fazer o artigo por falta de respostas. Uma vasta maioria das informações são possíveis de verificar numa consulta rápida numa base de dados para confirmar se é verdadeira ou falsa, como no caso de afirmações de políticos ou figuras públicas. São *fact-checks* diretos e sucintos, em que é apenas necessário mencionar os sites consultados. Quando se trata de dados mais dúbios, como na área de economia, é necessário falar com especialistas, o que pode fazer com que a verificação dos factos demore mais de um dia a realizar.

Por outro lado, quando realizam *fact-checks* que dependem de entidades oficiais, como câmaras municipais ou ministérios, o tempo da verificação é frequentemente demorado, sobretudo quando são questionados de incumprimentos ou ilegalidades. O cruzamento de dados com as fontes documentais é o que atrasa mais o processo de verificação de factos. O tempo acaba por depender dos assessores de imprensa e da pressão que o jornalista consegue aplicar. Como refere Salomé Leal (Anexo 3), “um assessor pode demorar uma hora a responder, como pode demorar semanas, como pode nunca responder”.

Relativamente às adaptações de internacional, estas demoram, em média, cerca de uma hora. Nestes casos, uma grande parte do trabalho, como a recolha de dados e fontes documentais, já se encontra feito por outras plataformas de *fact-checking*. O Polígrafo apenas contacta os seus próprios especialistas em Portugal para acrescentar informação providenciada aos leitores.

2.4. Conteúdos diários publicados

O diretor do Polígrafo, Fernando Esteves, defende uma política editorial que se centra no conceito do *slow journalism*. Assim, o jornal não procura publicar um enorme volume de conteúdo para atrair audiência. A qualidade prevalece a quantidade, dando o tempo necessário aos jornalistas para trabalharem e realizarem uma boa verificação de factos.

Por esta razão, o Polígrafo publica, em abril de 2022, somente seis conteúdos por dia. Antes da parceria recente com a *Google News*, que dá destaque às notícias do Polígrafo na internet, o jornal publicava apenas quatro conteúdos diários. Posto isto, é necessário ressaltar que durante o *corpus* de análise deste estudo, o Polígrafo publicava quatro conteúdos diários. Em comparação, segundo o diretor do Polígrafo, a maioria dos jornais que têm parceria com a *Google News* colocam um mínimo de quinze conteúdos por dia.

Assim, os jornalistas que integram a equipa do jornal realizam cerca de um a dois *fact-checks* por dia de modo a manter um número de artigos disponíveis no *backoffice* (Salomé Leal, Anexo 3). A jornalista Marina Ferreira (Anexo 5), refere igualmente que as suas produções diárias são entre dois e três artigos. Contudo, refere que “depende, porque se se tratar de adaptações, consigo fazer logo duas ou três por dia. O resto fica dependente de contactos, o que pode fazer com que se prolongue pela semana”.

3. Análise dos *fact-checks*

3.1. Meses com maior número de *fact-checks*

A 27 de janeiro de 2020, foi publicada o primeiro *fact-check* acerca da Covid-19 no Polígrafo com o título “Epidemia do coronavírus: é verdade que já existe uma vacina?” e começou por expor o problema que se instalava no mundo: com as notícias do aparecimento de um novo coronavírus, surgem informações erradas a circular nas redes sociais. Consequentemente, surge também a necessidade de as verificar. Todavia, a Covid-19 só chegou a Portugal no início de março de 2020 e, por essa razão, o Polígrafo apenas registou dois *fact-checks* sobre o tema em janeiro, e catorze em fevereiro (Gráfico 2).

A 2 de março de 2020, é confirmado o primeiro caso de Covid-19 no território português e a rápida subida de casos leva à decretação do primeiro estado de emergência e do confinamento geral da população. A confusão e a incerteza sobre um vírus desconhecido e as novas medidas de isolamento semearam o pânico entre as pessoas, que utilizaram as redes sociais como palco para expor dúvidas e teorias, acreditando em tudo o que leem. Por esta razão, notou-se o aumento de desinformação sobre o tema e a necessidade de *fact-checking* dedicado à Covid-19 e à situação pandémica vivida no país

e no mundo. No Polígrafo, observou-se então um crescimento exponencial de *fact-checks* entre janeiro e abril de 2020.

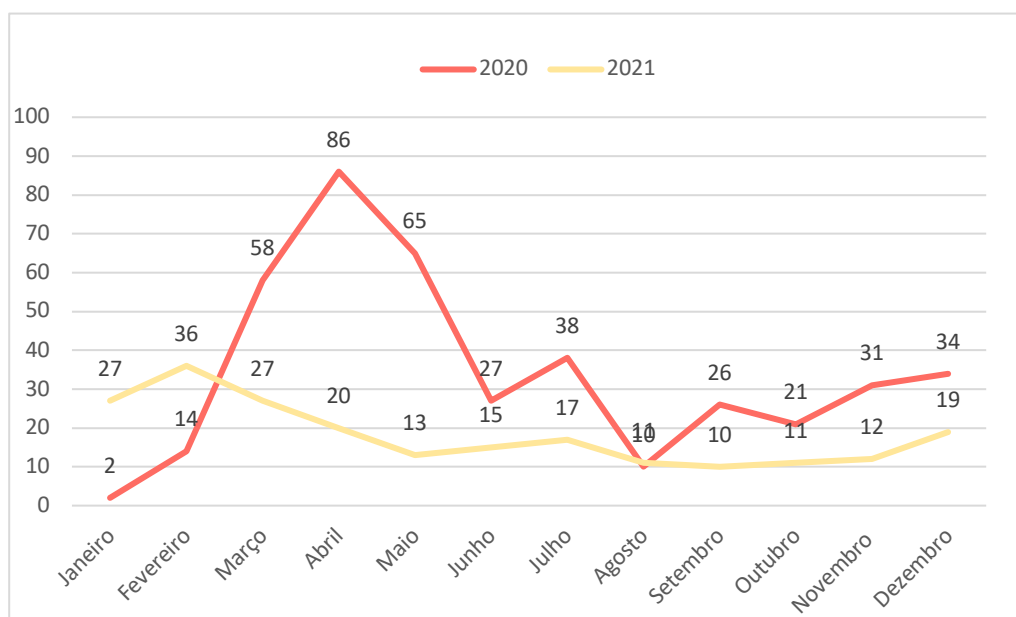


Gráfico 2 - Número de *fact-checks* sobre a Covid-19 em 2020 e 2021

Tal como se observa no gráfico 2, no mês de março de 2020, foram publicados no site do jornal 58 *fact-checks* sobre a Covid-19, mais 42 do que em fevereiro. Em abril, atingiu-se o pico de publicações sobre o novo coronavírus com 86 *fact-checks* publicados no site, um aumento de 28 artigos face ao mês anterior. No mês de maio, mês em que se iniciou a primeira fase de desconfinamento em Portugal, assinala-se um decréscimo em relação ao mês de abril com menos 21 *fact-checks*. Ainda assim, foram publicados mais artigos face ao registado em março, sendo o segundo mês com maior número de *fact-checks* sobre a Covid-19 publicados no Polígrafo.

Em comparação, em junho de 2020, com a situação pandémica mais controlada, foram apenas publicados 27 artigos acerca da Covid-19. Nos restantes meses de 2020, o número de publicações não sofreu grandes oscilações, mantendo-se entre os 10 *fact-checks* (assinalado em agosto) e os 38 *fact-checks* (assinalado em julho). Em 2021, o número de publicação de artigos sobre a Covid-19 manteve-se visivelmente reduzido quando comparado com o ano anterior. Entre janeiro e dezembro de 2021, o número de *fact-checks* oscilou entre os 10 e os 36 artigos (máximo registado em fevereiro).

Em suma, em 2020, os meses de março, abril e maio – *corpus* de análise deste estudo – englobaram a escalada de casos de Covid e o confinamento geral da população

com a declaração de estado de emergência no país. Por isso, existiu uma correlação entre a situação pandémica e o aumento do número de verificação de factos do Polígrafo. Em 2021, os três primeiros meses do ano (janeiro, fevereiro e março) corresponderam aos meses com maior número de *fact-checks* publicados no site. Uma vez mais, este primeiro trimestre do ano coincidiu com o agravamento da situação pandémica e com um novo confinamento promulgado em janeiro que visou o encerramento de escolas e várias atividades profissionais. O desconfinamento apenas começou em meados de março e prolongou-se até maio de 2021. Além disso, estes meses ficaram marcados pelo arranque da vacinação contra a Covid-19.

3.2. Dias com mais *fact-checks* publicados

Segundo o diretor do Polígrafo, Fernando Esteves, até 2022 eram publicados apenas quatro conteúdos diários no site do jornal. Por norma, os artigos são publicados às 9h, às 11h, às 15h e às 18h. Posteriormente, devido a uma parceria com a *Google News*, o número de publicações diárias passou a ser seis.

Tendo em conta que foram analisados os meses com maior número de *fact-checks* publicados no Polígrafo, considerou-se pertinente analisar igualmente os dias em que foram publicados mais artigos sobre a Covid-19 em março, abril e maio de 2020. Esta análise pretende compreender se a elevada partilha de desinformação sobre o tema levou à necessidade de ultrapassarem o número de publicações diárias estipulado³².

Em março de 2020, as publicações diárias sobre a Covid não ultrapassaram os quatro conteúdos. Porém, como se pode visualizar no gráfico 3, nos dias 24, 25 e 31 de março foram publicados quatro *fact-checks* acerca da pandemia. É notório, também, que apesar dos primeiros casos em Portugal terem sido comunicados no dia 2 de março, até meados de março o Polígrafo apenas publicou um conteúdo diário acerca da Covid-19, com exceção do dia 3 de março, em que não foi publicado qualquer artigo, e do dia 7 de março, em que foram publicados dois. A partir do dia 12 de março, dia em que foi anunciada a suspensão de atividades letivas de todos os níveis de ensino e outras medidas preventivas, o aumento de conteúdo publicado sobre a pandemia aumentou visivelmente, com sete dias a registar três conteúdos publicados.

³² Em 2020, considerar-se-á o número de publicações diárias quatro *fact-checks*.

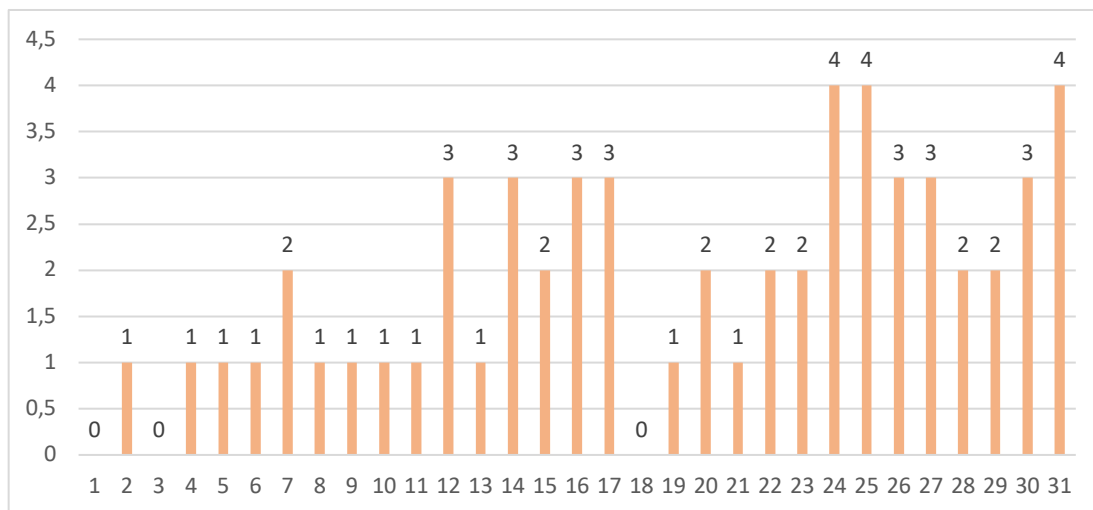


Gráfico 3– Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em março de 2020

Em termos percentuais, é possível observar, através do gráfico 4, que a publicação de apenas um conteúdo relacionado com a Covid-19 foi a predominante, correspondendo a 35% dos dias. A publicação de dois e três artigos diários registaram uma percentagem respetivamente de 22% e 23%. Por fim, em 10% dos dias foram publicados quatro conteúdos sobre a Covid-19 e nos outros 10%, zero *fact-checks*.

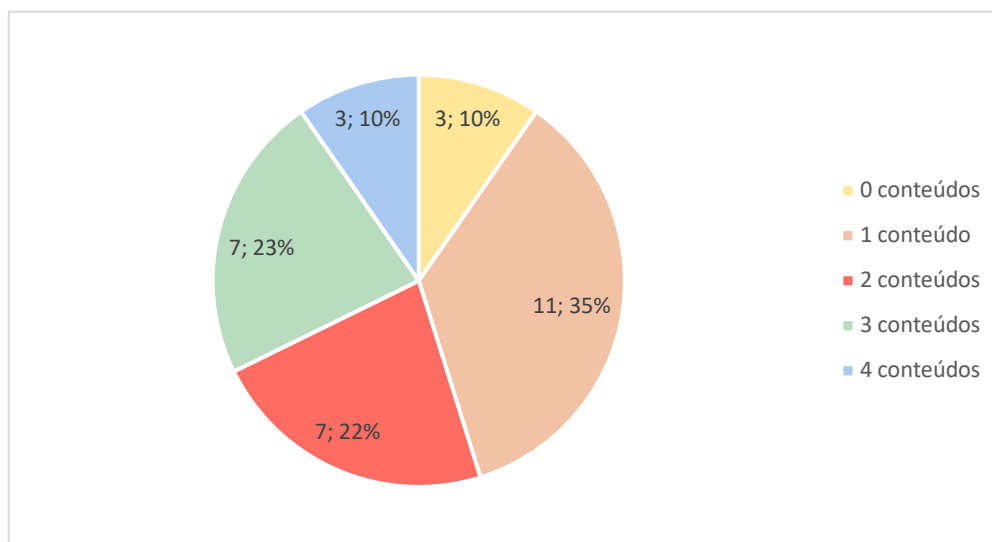


Gráfico 4 - Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em março de 2020

Em abril de 2020, o mês com maior número de *fact-checks* publicados sobre a Covid-19 (86 artigos), existiu, evidentemente, um aumento de *fact-checks* diários publicados. No dia 7 e 15 de abril, o Polígrafo chegou a ultrapassar a meta dos quatro artigos diários, tendo publicado cinco conteúdos no site do jornal sobre a Covid. Todavia, como se pode observar no gráfico 5, foram publicados entre três e quatro *fact-checks* na maioria dos dias do mês de abril. Não existiu um dia em que não tivessem partilhado conteúdo acerca do tema, e somente em quatro dias é que se mantiveram pela publicação de apenas um artigo.

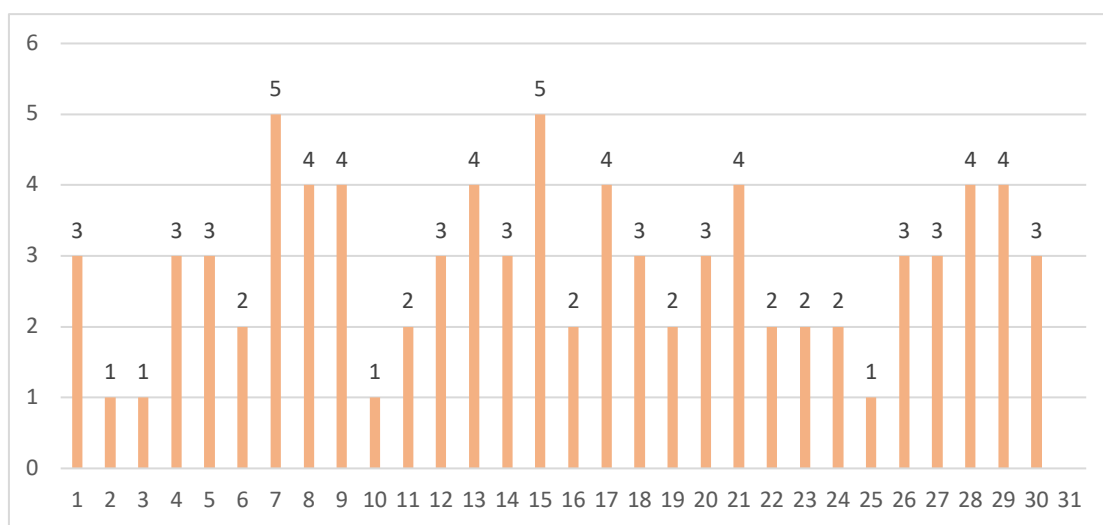


Gráfico 5 – Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em abril de 2020

Como é possível visualizar nos dados percentuais apresentados no gráfico 6, durante o mês de abril, assinala-se um predomínio de três publicações diárias no site do jornal, correspondente a 34% dos dias. Segue-se a publicação de quatro artigos em 23% dos dias e de dois conteúdos, em 23% dos dias também. A publicação de um *fact-check* correspondeu apenas a 13% e a publicação de cinco artigos, o máximo registado durante a pandemia, correspondeu a 7%.

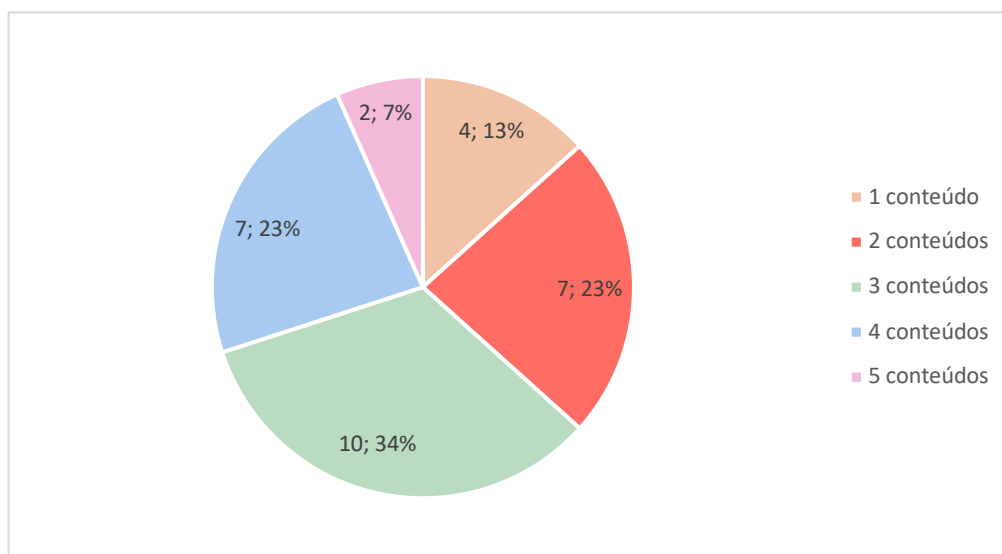


Gráfico 6 - Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em abril de 2020

Em maio de 2020, foram publicados 65 *fact-checks* sobre a Covid-19, um decréscimo face ao mês anterior. Consequentemente, durante este mês, notou-se igualmente uma diminuição de publicações diárias sobre o tema, voltando a registar-se mais dias em que apenas foram publicados um *fact-check*, ou até mesmo nenhum. No total, assinalam-se oito dias com apenas um conteúdo publicado e dois dias em que não foram publicados conteúdos acerca da Covid-19. Nos dias com maior pico de publicações – dias 13, 17 e 19 de maio –, foram publicados quatro artigos.

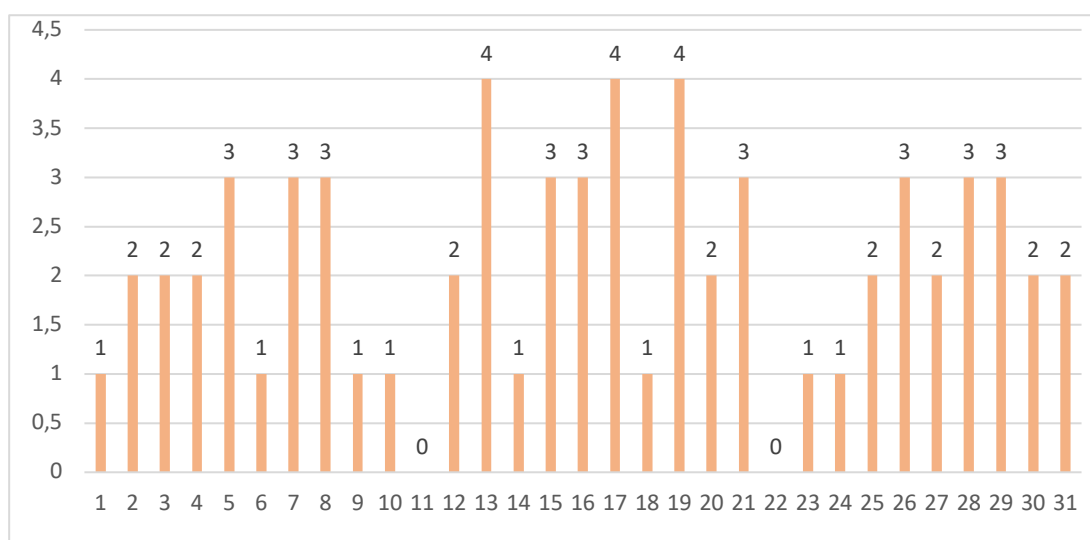


Gráfico 7 – Número de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em maio de 2020

No gráfico 8, observa-se que em 29% dos dias foram publicados dois e três conteúdos diários, respetivamente. Em 26% dos dias, foi publicado apenas um artigo, sendo possível compreender que existiu efetivamente uma diminuição da publicação de *fact-checks* sobre a Covid no site do jornal. Em comparação, em abril esta categoria correspondeu a 13%. A publicação de quatro conteúdos correspondeu apenas a 10% face aos 23% do mês anterior e em 6% dos dias não foram publicados *fact-checks* sobre o tema.

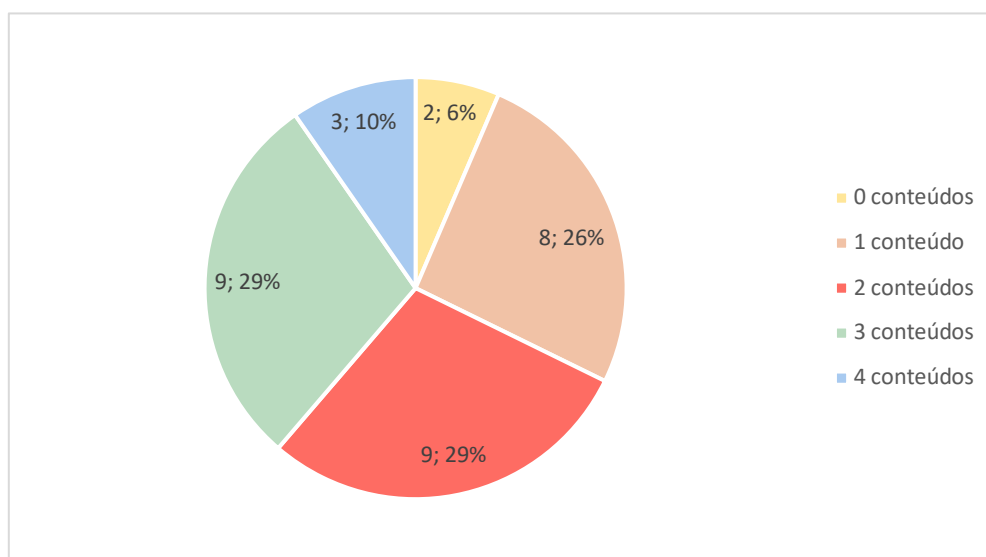


Gráfico 8 - Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados sobre a Covid-19 em maio de 2020

Na totalidade de *fact-checks* publicados entre março e abril de 2020 (N=209), compreende-se que existiram mais dias em que foram publicados três *fact-checks* sobre a Covid-19 (28%), seguido da publicação diária de um e dois artigos (23%). Em 14% dos dias foram publicados quatro *fact-checks*, sobretudo em abril, e em 6% dos dias foram publicadas zero verificações sobre a pandemia. A publicação máxima de cinco *fact-checks* ocorreu em abril e corresponde a apenas 2% dos dias.

Nº de <i>fact-checks</i> diários		
0	5	6%
1	23	25%
2	23	25%
3	26	28%
4	13	14%
5	2	2%

Tabela 1 – Número e percentagem de *fact-checks* diários publicados entre março e maio de 2020

3.3. Origem dos *fact-checks*

Na análise do total de *fact-checks* sobre a Covid-19 nos meses de março, abril e maio de 2020 (N=209), é importante compreender a proveniência de cada conteúdo verificado. Para tal, foi necessário consultar cada um dos *fact-checks* publicados para confirmar se mencionam a origem do objeto de verificação.

Neste estudo, foram consideradas seis origens de informação sobre a Covid-19 durante os três meses de análise: redes sociais; órgãos de comunicação social; declarações/afirmações de figuras públicas e mensagens/e-mails corrente. As últimas duas categorias foram intituladas de “outros”, que engloba maioritariamente estudos científicos publicados, e “não referido”, que diz respeito a sugestões de leitores ou informações pesquisadas pelos jornalistas do Polígrafo, sem mencionar a origem. Esta última engloba sobretudo medidas aplicadas durante a situação pandémica.

Nos casos em que a informação tem origem nas redes sociais, segundo a jornalista Sara Beatriz (Anexo 4), são colocadas capturas de ecrã da publicação com a entidade do autor preservada quando são pessoas anónimas. Quando se trata de figuras públicas, o autor é identificado e existe normalmente uma hiperligação para a publicação. A jornalista Marina Ferreira (Anexo 5) explica que o critério consiste em identificarem a rede social em que encontraram a informação, caso não tenham encontrado em mais nenhuma. Contudo, é comum encontrarem o conteúdo a verificar em mais do que uma rede social, como no Facebook e no Twitter. Nesses casos, quando colocam num *fact-check* “uma publicação que se tornou viral nas redes sociais” significa que identificaram a informação a circular em mais do que uma rede social.

Posto isto, no que concerne às redes sociais, após a análise dos 209 *fact-checks*, considerou-se necessário dividi-las nas seguintes categorias: caso tenham sido devidamente identificadas e provenientes de uma só rede social, são catalogadas segundo a rede social em que foram encontradas – Facebook, Twitter, Youtube, Instagram e WhatsApp; as redes sociais identificadas conjugam as publicações que estão presentes em mais do que uma rede social e são devidamente identificadas; em terceiro lugar, as redes sociais não identificadas consistem em publicações que mencionam apenas que a informação foi encontrada em múltiplas redes sociais, sem as identificar.

Origem	Nº de <i>fact-checks</i>
Redes sociais (não identificadas)	35
Redes sociais (identificadas)	16
Facebook	112
Twitter	5
Youtube	4
Instagram	2
WhatsApp	5
Meios de Comunicação Social	8
Declarações	6
Mensagem/Email	2
Outros	5
Não referido	9
Total Redes Sociais	179

Tabela 2 – Categorias e origens dos *fact-checks* sobre a Covid-19 entre março e maio de 2020

Como é possível observar na tabela 1, mais de metade dos *fact-checks* analisados (N=179) provêm de redes sociais, sendo este o meio onde se encontra uma maior quantidade de desinformação a circular. Dentro da categoria das redes sociais, 35 artigos tiveram origem em várias redes sociais não identificadas, enquanto 16 foram encontrados em redes sociais identificadas desde o Facebook, Instagram, Twitter e Youtube. A grande maioria das verificações tem proveniência de publicações do Facebook (N=112) o que se explica pela onda de desinformação centrada nesta rede social. Justifica-se também pelo facto de ser a rede social mais utilizada pelos portugueses, sobretudo pelas gerações mais velhas em que é evidente a falta de literacia mediática.

Com uma grande discrepância, é possível visualizar que apenas cinco conteúdos verificados tiveram origem no Twitter, quatro no Youtube, dois no Instagram e cinco no WhatsApp. Apesar da jornalista do Polígrafo, Salomé Leal (Anexo 3), referir que não verificam notícias de outros jornais, nesta análise foram encontrados oito conteúdos verificados cuja origem provinha de meios de comunicação social nacionais ou internacionais. Apenas dois *fact-checks* provieram de mensagens corrente e e-mails. Por

último, existem cinco artigos classificados como “outros” e nove *fact-checks* em que não foi referida a origem da informação verificada.

Traduzido em termos percentuais, observável no gráfico 9, 86% dos *fact-checks* analisados sobre a Covid-19 tiveram origem em redes sociais. Apenas 4% se tratou de informação divulgada em meios de comunicação social, nacionais e internacionais, e 3% foram declarações de figuras públicas. 1% tratou-se de desinformação a circular por mensagem ou por correio eletrónico e 2% correspondeu à categoria “outros”, nomeadamente estudos científicos publicados, mas não necessariamente partilhados em meios de comunicação ou redes sociais. Por fim, 4% dos *fact-checks* analisados não tinham a origem referida na publicação, tratando-se essencialmente de medidas restritivas promulgadas devido à situação pandémica, que suscitam dúvidas, ou sugestões de leitores.

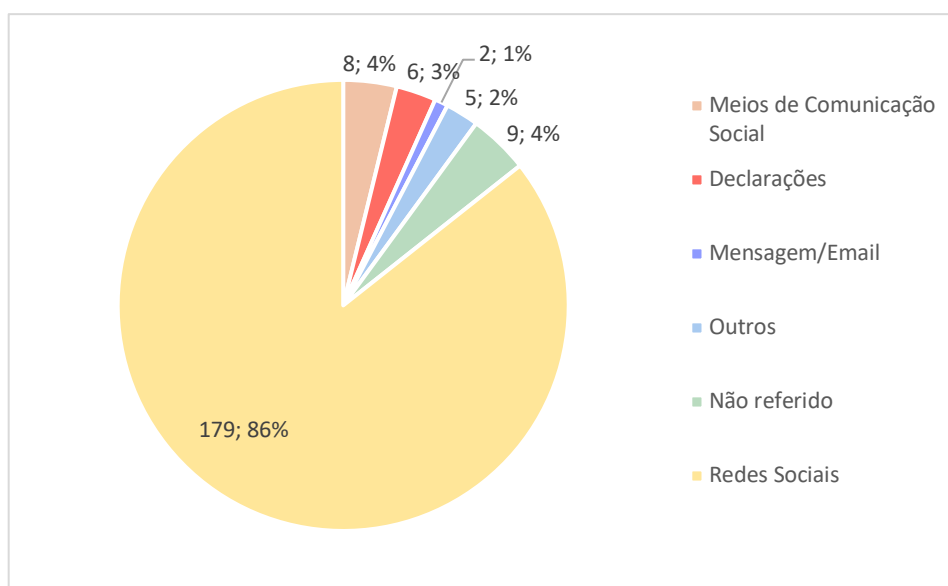


Gráfico 9 – Número e percentagem da origem do total de *fact-checks* sobre a Covid-19

Dentro dos *fact-checks* cuja informação teve origem em redes sociais, 63% dos artigos foram realizados com base em publicações do Facebook, como é possível verificar no gráfico 10. Por outro lado, 19% dos artigos com origem em redes sociais não apresentam a identificação das redes em que foram encontrados. A maioria destes artigos apresenta no texto apenas “publicação viral nas redes sociais”. 9% do conteúdo verificado tem origem em várias redes sociais, devidamente identificadas através de menções da rede social em questão no corpo do texto, capturas de ecrã ou hiperligações. O Twitter, o Instagram (pertencente ao Facebook) e o Youtube apresentam percentagens baixas

enquanto origens da informação analisada pelo Polígrafo, respetivamente 3%, 2% e 1% do total de *fact-checks*. Por último, o WhatsApp, uma das redes sociais em que mais circulou desinformação no início da pandemia através de mensagens privadas e grupos, registou apenas 3%.

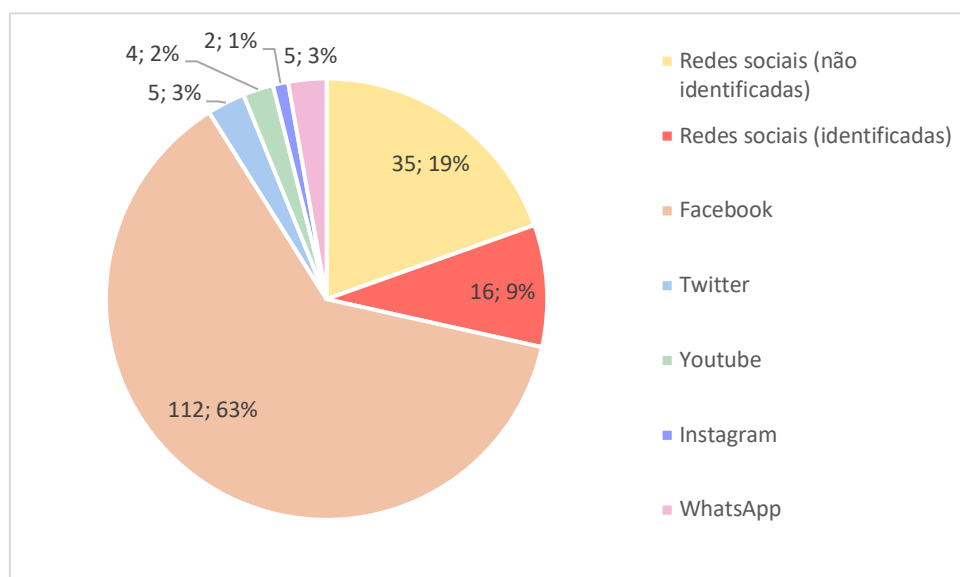


Gráfico 10 – Número e percentagem de *fact-checks* cuja origem foram redes sociais

3.3.1. Parceria com o Facebook e com a Direção Geral de Saúde

Após ter sido realizada a análise e discussão da origem dos *fact-checks*, é necessário ressaltar que o Polígrafo mantém, desde 2019, uma parceria com o Facebook, e uma parceria com a Direção Geral de Saúde desde que a pandemia teve início. Posto isto, uma grande parte da informação verificada proveniente das redes sociais chega às mãos do Polígrafo diretamente do Facebook, que lhes encaminha conteúdo sinalizado como falso.

Como é possível verificar no gráfico 11, dos 209 *fact-checks* analisados, 131 (63%) foram identificados como parceria com o Facebook (que detém o WhatsApp e o Instagram), enquanto 18 *fact-checks* (8%) contaram com a parceria com a DGS, que ajudou a verificar o conteúdo relacionado com a Covid-19. Os restantes 60 artigos publicados, isto é, 29% do conteúdo verificado não tinha qualquer parceria associada.

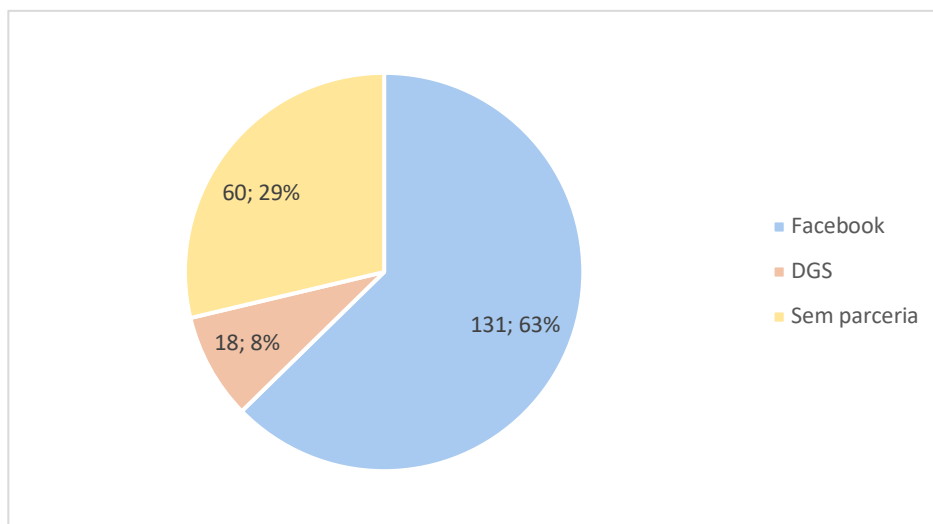


Gráfico 11 – Número e percentagem de *fact-checks* com parceria com o Facebook, DGS ou sem parceria

3.3.2. Critério da viralidade

De acordo com entrevistas feitas a jornalistas do Polígrafo, os critérios de escolha de conteúdos a verificar dependem da relevância do tema e da viralidade, ou seja, se são publicações virais nas redes sociais ou não. No entanto, importa frisar que por vezes os critérios da atualidade sobrepõem-se ao critério da viralidade, como nota a jornalista Salomé Leal (Anexo 3). Além disso, a jornalista Sara Beatriz (Anexo 4) relembra que uma publicação pode não estar a ser viral numa rede social, mas pode estar a ser lida por muitas pessoas.

A questão da viralidade é, no entanto, um critério importante, uma vez que é o exemplo perfeito da difusão da desinformação no público. Quanto mais viral for, mais pessoas interagem com a desinformação. Porém, analisar este critério é complexo, pois não existe uma definição certa para decidir classificar uma publicação como viral ou não.

Dos 179 *fact-checks* provenientes de redes sociais, apenas 49 artigos (28%) apresentam capturas de ecrã em que é possível visualizar o número de interações por parte do público (gostos, comentários, partilhas). 7% dos *fact-checks* afirmam ser publicações virais, mas não apresentam dados em que seja possível verificá-lo. A grande maioria dos artigos verificados, 117 *fact-checks* (65%), não apresentam dados nem referências acerca da sua viralidade, não sendo possível tirar conclusões.

Em suma, se considerarmos viral uma publicação com pelo menos mil gostos, partilhas ou visualizações, encontramos apenas 17 *fact-checks* considerados virais em que

é possível confirmá-lo. Aliado ao critério da atualidade e do perigo para a saúde pública, o facto de serem informações virais acresce a necessidade de as verificar. Relativamente às restantes publicações apelidadas pelo Polígrafo de “virais”, não é possível saber qual o critério usado para atribuírem essa definição, nem é possível confirmar o número de interações por parte do público.

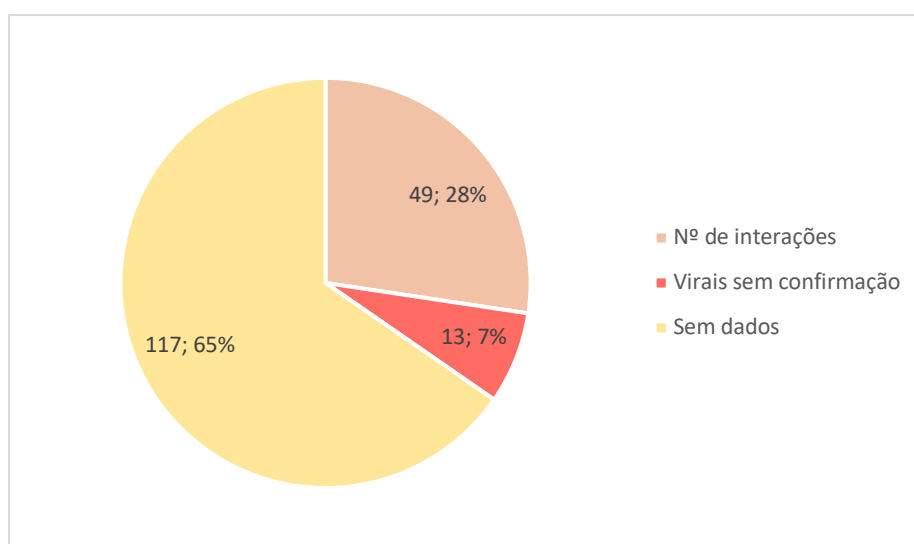


Gráfico 12 – Número e percentagem relativo ao critério da viralidade dos *fact-checks* sobre a Covid-19

3.4. Temas dos *fact-checks*

Para auxiliar na análise dos *fact-checks* sobre a Covid-19 publicados pelo Polígrafo nos meses de março, abril e maio de 2020, foram criadas categorias temáticas para melhor compreender o tipo de (des)informação que circula sobre a doença.

Assim, foram criadas nove categorias, que incluem conteúdo relacionado com: contágio³³; teoria da conspiração³⁴; atuação do Governo face à pandemia³⁵; métodos

³³ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/o-novo-coronavirus-nao-se-propaga-no-ar-e-qualquer-mascara-impede-a-sua-entrada-no-organismo>

³⁴ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/china-aproveitou-se-do-coronavirus-no-ocidente-para-comprar-empresas-e-ganhar-18-mil-milhoes-de-euros>

³⁵ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/jair-bolsonaro-decretou-sete-dias-de-feriado-por-causa-do-novo-coronavirus>

curativos³⁶; vacina³⁷; estatísticas³⁸, como número de casos de Covid; medidas de contenção da pandemia³⁹; figuras públicas⁴⁰; e *fait-divers*⁴¹, em que se engloba os restantes artigos publicados que não se integram em nenhuma das categorias mencionadas.

Temas	Março		Abril		Maio		Total	
Contágio	8	14%	10	12%	16	25%	34	16%
Teoria da Conspiração	11	19%	12	14%	10	15%	33	16%
Atuação do Governo	7	12%	6	7%	2	3%	15	7%
Métodos Curativos	6	10%	9	10%	10	15%	25	12%
Vacina	5	9%	5	6%	3	5%	13	6%
Estatísticas	4	7%	9	10%	9	14%	22	11%
Medidas	4	7%	10	14%	6	9%	20	10%
Fait-divers	9	15%	14	16%	7	11%	30	14%
Figuras Públicas	4	7%	11	13%	2	3%	17	8%

Tabela 3 – Número e percentagem dos temas de *fact-checks* sobre a Covid-19 nos meses de março, abril e maio de 2020

Na tabela 2, observa-se o número e respetiva percentagem de *fact-checks* repartidos pelas categorias temáticas entre os meses de março e maio de 2020. Em março, a categoria mais trabalhada pelo Polígrafo foi a “teoria da conspiração”, que ocupou 19% do total de artigos deste mês. Em abril e maio, esta categoria apresentou uma percentagem respetiva de 14% e 15%. No início da pandemia, as teorias da conspiração foram recorrentes, uma vez que pouco se sabia sobre o vírus. Nas redes sociais, circulavam inúmeras teorias sobre a origem do vírus, como ter sido inventado pelos chineses com o propósito de ser utilizado como uma arma biológica, assim como teorias sobre formas de

³⁶ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/gargarejar-com-agua-morna-sal-ou-vinagre-serve-para-eliminar-o-coronavirus>

³⁷ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/as-formulas-homeopaticas-ajudam-na-protecao-contr-a-covid-19>

³⁸ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/8920>

³⁹ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/coronavirus-emigrantes-que-venham-de-ferias-sao-obrigados-a-fazer-quarentena>

⁴⁰ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/fernando-medina-publicou-video-no-qual-se-acusa-a-china-de-ter-espalhado-o-coronavirus-por-todo-o-mundo>

⁴¹ Exemplo: <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/coronavirus-provocou-motim-numa-prisao-de-malaga-em-espanha>

contágio. No mês de abril, nota-se também a percentagem significativa de *fact-checks* acerca de medidas de contenção de pandemia (14%), quando comparado com os 7% em março. Em maio, 25% dos *fact-checks* sobre a Covid-19 integram-se na categoria de “contágio”, tendo sido o valor mais alto registado.

Em geral, assiste-se a uma consistência de número e percentagem de *fact-checks* na maioria das categorias temáticas. O único tema que registou uma subida gradual ao longo destes meses foi o tema das “estatísticas”, que aumentou de 7% em março para 10% em abril e 14% em maio. Em relação ao tópico dos “fait-divers”, é de notar que mantém uma percentagem relativamente elevada nos três meses, entre 11% e 16%.

No gráfico 13, é possível visualizar a percentagem total dos temas dos *fact-checks* analisados. Na totalidade dos três meses, as categorias temáticas “contágio” e “teoria da conspiração” foram as mais trabalhadas pelo Polígrafo (16%), com respetivamente 34 e 33 *fact-checks* publicados no site do jornal. A categoria “fait-divers” foi a segunda mais trabalhada, com 30 artigos publicados (14%). Seguem-se os “métodos curativos” com 25 artigos (12%), as “estatísticas” com 22 artigos (11%) e as “medidas de contenção da pandemia” com 20 *fact-checks* publicados (10%).

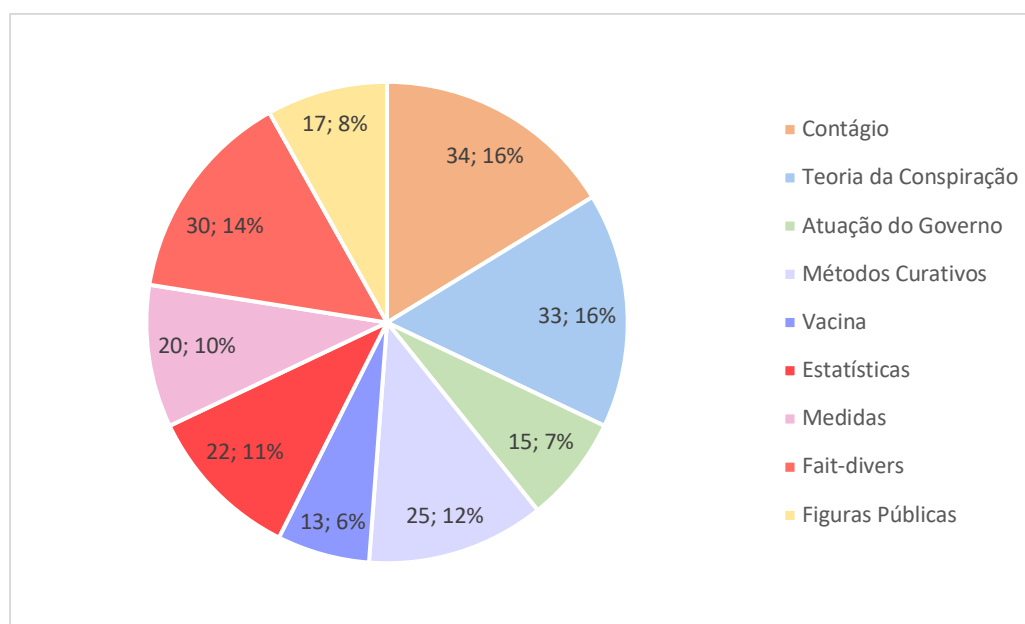


Gráfico 13 – Número e percentagem dos temas do total de *fact-checks* sobre a Covid-19

Por fim, o tópico das “figuras públicas” englobou 17 artigos (8%), a “atuação do governo” correspondeu a 15 artigos (7%), e foram publicados 13 *fact-checks* (6%) na categoria “vacina”. Nesta fase preliminar da situação pandémica, o último tópico ainda

não era muito abordado. No entanto, rapidamente começou a surgir desinformação sobre o desenvolvimento de vacinas um pouco por todo o mundo.

3.5. Avaliação dos *fact-checks*

Como referido anteriormente, o Polígrafo apresenta uma escala de classificação de sete níveis. Contudo, duas das classificações – descontextualizado e manipulado – não serão consideradas nesta análise, uma vez que só começaram a ser utilizadas a partir de novembro de 2020.

Como é possível observar no gráfico 14, a avaliação “falso” foi a predominante em todos os meses analisados. No mês de março foram registados 42 *fact-checks* falsos, enquanto no mês de abril e de maio foram classificados como falsos, respetivamente, 41 e 43 *fact-checks*. Em relação à classificação “verdadeiro”, no mês de março foram verificados 8 *fact-checks* verdadeiros. No mês de abril houve um aumento, tendo atingindo os 16 *fact-checks*. Já o mês de maio voltou a registar 8 *fact-checks* classificados como verdadeiros.

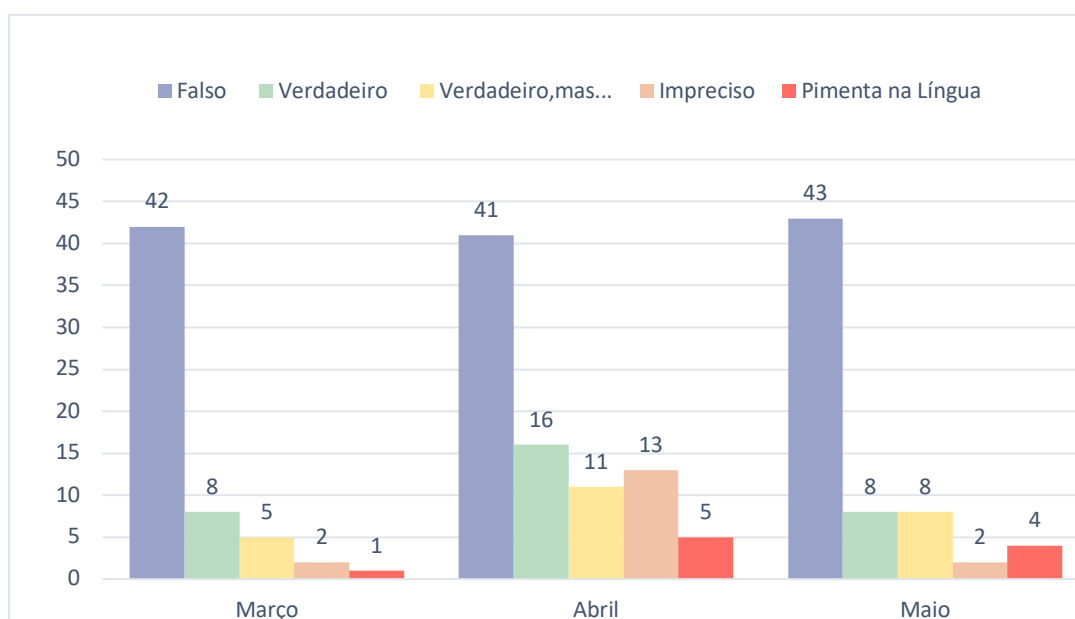


Gráfico 14 - Classificação de *Fact-Checks* sobre a Covid-19 nos meses de março, abril e maio de 2020

No que concerne às restantes classificações mais complexas, em que a informação não é considerada falsa ou verdadeira, é possível observar que no mês de março existem 5 *fact-checks* classificados como “verdadeiro, mas...”, 2 classificados como “impreciso”

e 1 “pimenta na língua”. Em abril, 11 conteúdos foram classificados como “verdadeiro, mas...”, 13 como “impreciso” e 5 como “pimenta na língua”. Sendo o mês com maior número de *fact-checks* feitos acerca da Covid-19, abril foi também o mês que apresenta maior número de *fact-checks* nos mais variados níveis da escala de avaliação do Polígrafo.

O gráfico 15 mostra o total de *fact-checks* analisados (N=209) nos três meses. Como é possível visualizar, 126 artigos foram classificados como falsos, ou seja, mais de metade dos *fact-checks* (60%) foram avaliados como totalmente falsos. Em comparação, a classificação “verdadeiro” foi atribuída a apenas 32 *fact-checks*, o que corresponde a 15% do conteúdo publicado.

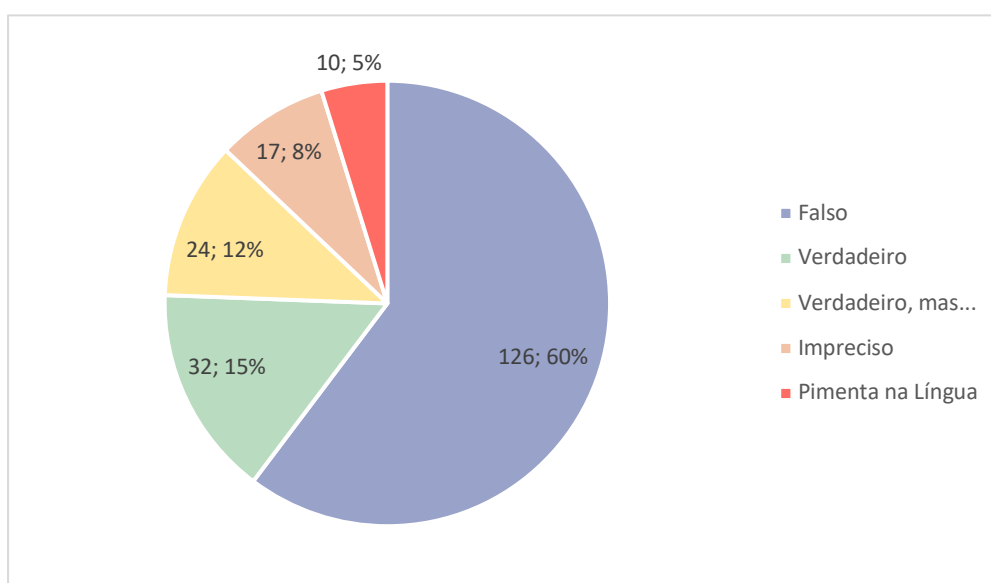


Gráfico 15 – Número e percentagem das classificações atribuídas ao total de *fact-checks* sobre a Covid-19

As restantes avaliações intermédias não divergiram muito em termos percentuais. No que toca à classificação “verdadeiro, mas...”, contabilizam-se 24 artigos, correspondendo a 12% do total de *fact-checks* sobre a Covid-19, e a classificação “impreciso” foi atribuída a 17 artigos (8%). Por último, a classificação “pimenta na língua”, o mais alto nível de falsidade, é utilizada com moderação, só se aplicando “quando a informação avaliada é escandalosamente falsa”. Por essa razão, foi apenas atribuída 10 vezes, correspondendo a 5% do total de *fact-checks*.

3.6. Fontes citadas nos *fact-checks*

O Polígrafo fundamenta os seus artigos em fontes credíveis e partilha-as de forma clara e acessível no texto para que os leitores possam realizar autonomamente o processo de verificação que o próprio jornalista faz. A Covid-19 trouxe, no entanto, um novo desafio para os *fact-checkers*.

No início, poucos eram os conhecimentos científicos sobre a doença e, por isso, tornava-se difícil encontrar informação credível. Além disso, o novo coronavírus passou a exigir aos jornalistas conhecimentos técnicos sobre estudos científicos, uma das razões pelas quais dependeram tanto de especialistas de saúde. Por outro lado, as autoridades nacionais e mundiais de saúde, como a DGS e a OMS, foram citadas frequentemente como fontes credíveis devido às conferências de imprensa regulares em que forneciam informação fulcral e à disponibilização de relatórios periódicos sobre a situação pandémica.

No que concerne às fontes utilizadas para verificar os factos de uma informação, o Polígrafo diz recorrer a fontes oficiais e documentais e, sempre que possível, entra em contacto com os autores da afirmação ou informação em análise. Para este estudo, decidi analisar as fontes mais utilizadas, tendo, por isso, criado as seguintes categorias:

- Especialistas: pneumologistas, professores de epidemiologia e virologia, virologistas, infectologistas, imunologistas e psicólogos.
- Autoridades de saúde: engloba a Direção-Geral de Saúde, Organização Mundial de Saúde, Infarmed, Centro de Controlo de Doenças e Ministério da Saúde.
- *Fact-checkers*: plataformas de *fact-checking* internacionais.
- Órgãos de comunicação social: jornais e canais televisivos, nacionais e internacionais.
- Autores: contacto com os autores da informação ou declaração proferida;
- Fontes documentais: estudos científicos e relatórios publicados.

Importa sublinhar que, na maioria dos casos de *fact-checking* são usados mais do que um tipo de fonte para aumentar a credibilidade da verificação.

No gráfico 16, é possível compreender que, na totalidade de *fact-checks* analisados sobre a Covid-19, os órgãos de comunicação social foram a principal fonte utilizada, tendo sido mencionados em 84 artigos. Como referido anteriormente, as autoridades de saúde foram uma fonte crucial no que toca à Covid-19. Desta forma, foi

uma fonte altamente utilizada para verificar o conteúdo sobre a Covid-19, sobretudo a DGS e a OMS, estando presente em 59 *fact-checks*. As plataformas de *fact-checking* internacionais foram utilizadas em 43 artigos e os especialistas de saúde, sobretudo pneumologistas, em 39 *fact-checks*. As fontes documentais, como artigos científicos e relatórios, estão presentes em 37 *fact-checks*. Por último, em apenas 21 artigos foram contactados os autores das declarações por parte do próprio Polígrafo.

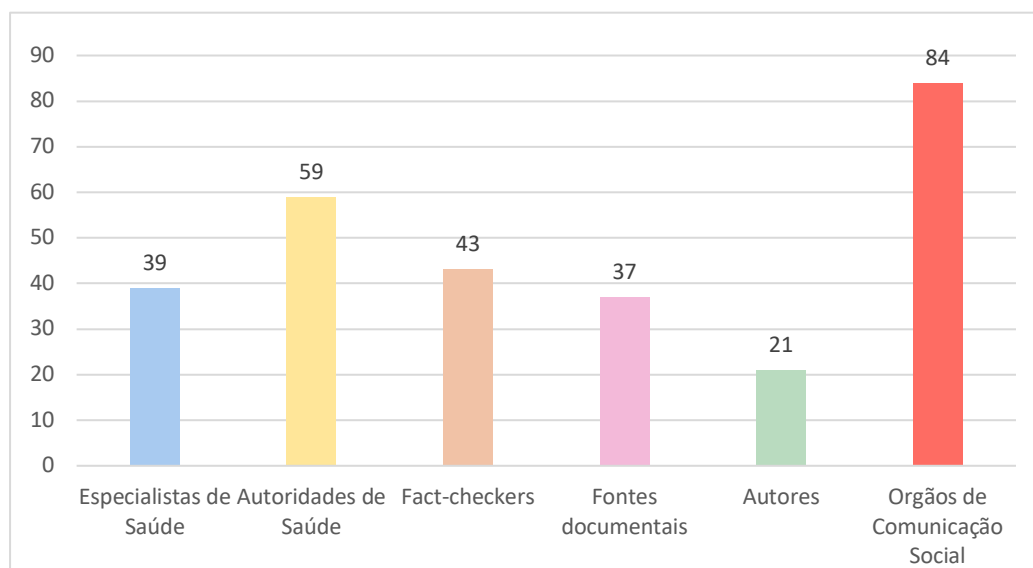


Gráfico 16 – Principais fontes citadas nos *fact-checks* sobre a Covid-19

No que concerne aos órgãos de comunicação social, o Polígrafo recorreu a múltiplos jornais e televisões reconhecidos um pouco por todo o mundo. Como as jornalistas do Polígrafo afirmam, os jornais de referência são utilizados como indicadores de que uma publicação é potencialmente falsa. Caso a alegação não esteja publicada num meio de comunicação credível, ou caso tenha sido desmentida, essa notícia será utilizada como fonte. Contudo, numa verificação de factos, não utilizam os órgãos de comunicação social como fontes únicas, é necessário reforçar a verificação com outras fontes. Caso uma figura política tenha prestado declarações a um jornal, essas podem ser utilizadas como fonte para a verificação de factos, não sendo, por isso, necessário contactar o autor da declaração. Apesar de não ser uma fonte oficial ao Polígrafo, não deixa de ser considerada uma fonte oficial a um meio de comunicação fiável.

Neste estudo, considerou-se importante analisar os meios de comunicação social mais utilizados. Para tal, foram considerados como “fontes frequentes” os jornais que tenham sido citados pelo menos três vezes. No gráfico 17, entende-se que o jornal

Observador foi, sem dúvida, o jornal mais utilizado e citado pelo Polígrafo, tendo sido utilizado em onze *fact-checks*. O próprio Polígrafo é o segundo jornal a ser mais utilizado como fonte (oito artigos), nomeadamente quando recorrem a artigos semelhantes já verificados e publicados no site. De seguida, destacam-se órgãos de comunicação social portugueses como o Público e a Lusa, ambos utilizados como fonte em cinco *fact-checks*, e a nível internacional, o The Guardian e a BBC, mencionados como fonte em cinco artigos. Por sua vez, a RTP e o Jornal de Notícias, foram utilizados como em quatro artigos, e a SIC e a TSF em três. A Globo, meio de comunicação social brasileiro, foi mencionada como fonte em três *fact-checks*.

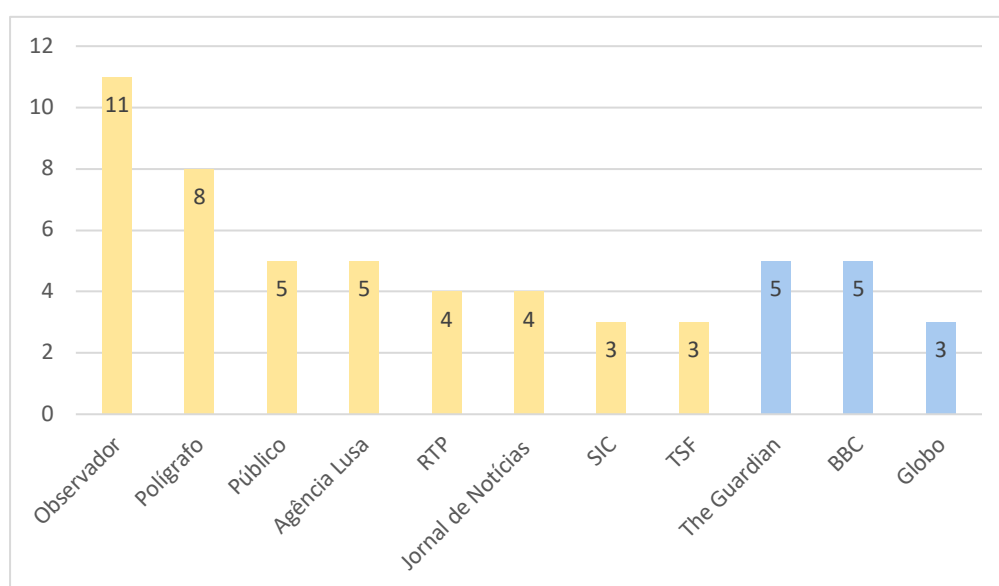


Gráfico 17 – Principais órgãos de comunicação social citados como fonte

Além disso, embora não tenham sido apresentados no gráfico, o Polígrafo citou igualmente diversos órgãos de comunicação social mais do que uma vez, como é o caso do jornal O Minho, a TVI e a Rádio Renascença no contexto nacional. No cenário internacional, destaque para o The Independent, o El País, a CNN, o Daily Mail e o The Washington Post.

As plataformas de *fact-checking* uniram forças no combate à desinformação relacionada com a Covid-19. Por essa razão, o Polígrafo recorreu frequentemente ao conteúdo publicado por outras plataformas de verificação de factos internacionais, colaborando com as mesmas. Este trabalho passa por adaptar os conteúdos já verificados para a língua materna, o português. Todavia, ao realizar adaptações, o Polígrafo procura acrescentar outras fontes, sobretudo especialistas da área. Além disso, como a jornalista

Marina Ferreira (Anexo 5) refere, nem sempre é possível ter acesso a fontes ou informações de outros países, sendo, portanto, necessário recorrer aos *fact-checks* já feitos pelas plataformas creditadas pelo IFCN, uma vez que cumprem os mesmos princípios.

Como observado no gráfico 18, referente às principais plataformas de verificação de factos citadas como fontes, a principal fonte utilizada pelo Polígrafo foi a plataforma de *fact-checking* brasileira Boatos.org, utilizada em seis *fact-checks*. Neste caso, a proximidade da língua e do contexto pandémico entre os dois países levou a uma maior cooperação entre as duas plataformas. A plataforma norte-americana Snopes, uma pioneira do *fact-checking*, foi mencionada em cinco *fact-checks*. A plataforma espanhola Maldita, a Agence France Press (AFP) de França, e a Lead Stories dos EUA foram utilizadas, cada uma delas, em quatro artigos. Por último, a *fact-checker* brasileira Aos Fatos foi utilizada em três *fact-checks*.

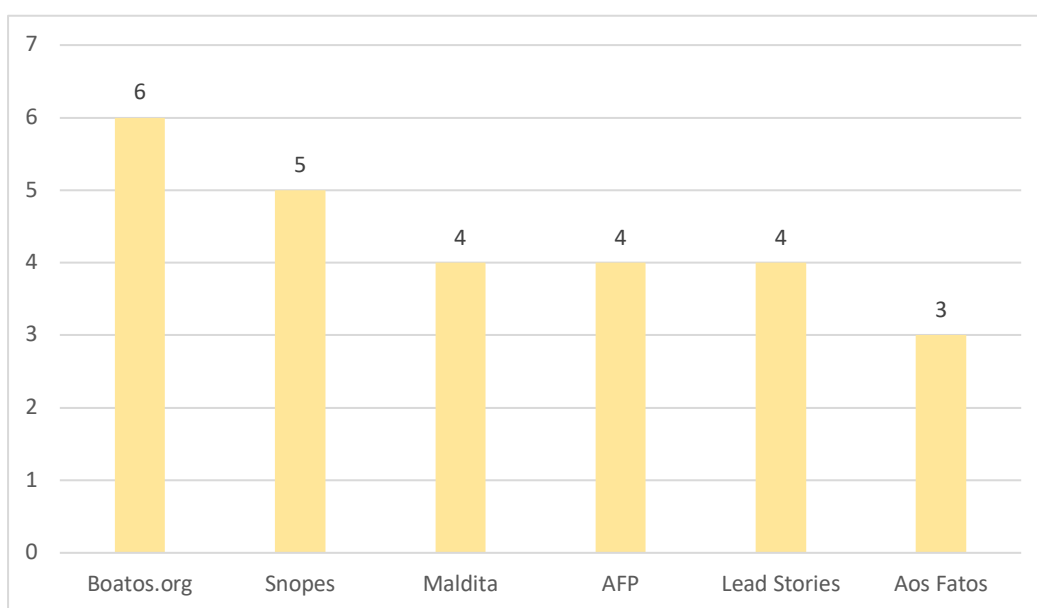


Gráfico 18 – Principais plataformas de verificação de factos citadas como fonte

Além das plataformas de *fact-checking* presentes no gráfico, importa referir que *fact-checkers* como a Africa Check, a Maldita Bulo e a Full Fact, foram utilizadas como fonte em dois *fact-checks* cada uma. O Polígrafo citou ainda como fonte diversas outras plataformas, como o site Newtral, Il Fato Quotidiano, Politifact, Factcheck.org, Correctiv, Pesacheck e o Indiana Factly.

3.7. Outros critérios

3.7.1. Política de correção

Segundo Fernando Esteves, diretor do Polígrafo, um dos grandes critérios para o Polígrafo passar na avaliação da *Internacional Fact-Checking Network* (IFCN), a maior organização de *fact-checking* a nível mundial, é a transparência dos textos. Por essa razão, todos os anos, a política de correções do jornal é auditada por um perito internacional designado pela organização. A organização valoriza o facto de assumirem erros que possam ter cometido e a publicação das respetivas correções “com o mesmo destaque e dignidade que publicámos uma informação incorreta”. Dessa forma, o leitor percebe que não há problema em admitir o erro, e percebe que o jornal o faz de forma aberta e clara.

As jornalistas Sara Beatriz (Anexo 4) e Marina Ferreira (Anexo 5) explicam ainda que, quando há erros na verificação de factos, adicionam notas editoriais com a correção (com o dia e hora em que foi corrigida), seja no site, seja no programa da SIC. Se a correção alterar a classificação do *fact-check*, o jornal deve indicar que alterou a classificação e, dependendo da relevância do tema, a publicação deverá ser republicada nas redes sociais. Nos casos em que o visado da publicação sinta que o contraditório não foi assegurado, existe também necessidade de publicar a resposta do mesmo à verificação realizada.

Posto isto, no decurso deste estudo, apenas foram encontradas duas correções num total de 209 *fact-checks*. A primeira correção tem como título “Glovo transportou amostras de sangue do Hospital Beatriz Ângelo para o Instituto Ricardo Jorge? (Correção)⁴²”, publicada inicialmente no dia 3 de abril de 2020 e posteriormente, já com a devida correção, no dia 7 de abril.

⁴² <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/coronavirus-glovo-transportou-amostras-de-sangue-do-hospital-beatriz-angelo-para-o-instituto-ricardo-jorge-correcao>



Figura 1 – Captura de ecrã do artigo com a nota de correção no título

Como o Polígrafo refere, quando o *fact-check* foi publicado, não tinha sido possível contactar a empresa Glovo. No dia 7 de abril, a empresa enviou uma declaração escrita ao Polígrafo a esclarecer os factos. Assim, a publicação, que tinha sido classificada como verdadeira, foi corrigida como falsa e o Polígrafo pediu desculpa aos visados e aos leitores numa nota final:

Tendo em conta as opiniões das várias partes, o Polígrafo conclui que foi induzido em erro pelo Hospital Beatriz Ângelo e reafirma que a principal alegação constante do fact-check inicial – a de que a Glovo teria entregue amostras de análises no INSA – não corresponde à verdade. Por esse facto, pede desculpa aos visados e aos leitores (Polígrafo, 7 de abril de 2020).

Este foi um dos casos em que o visado da publicação considerou que o contraditório não tinha sido assegurado e, por essa razão, foi necessário publicar a resposta do mesmo. Além disso, a resposta do visado levou à alteração da avaliação final da publicação.

O segundo exemplo de correção tratou-se de uma correção menos significativa, tendo sido feita a alteração no mesmo dia da publicação original. No *fact-check* “Virologista Pedro Simas afirmou que a taxa de mortalidade da Covid-19 é inferior a 0,1%?”⁴³, publicado no dia 26 de maio de 2020, foi feita uma atualização com uma correção da definição da taxa de mortalidade mencionada no artigo.

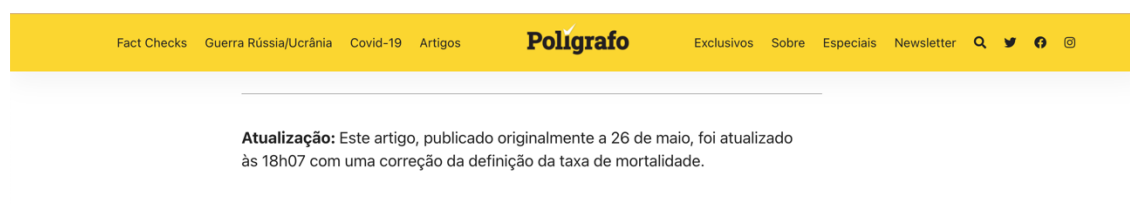


Figura 2 – Captura de ecrã do artigo com a nota editorial de atualização

⁴³ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/virologista-pedro-simas-afirmou-que-a-taxa-de-mortalidade-da-covid-19-e-inferior-a-01>

São dois exemplos de correções que podem acontecer num jornal de *fact-checking*, sendo que uma delas acabou por alterar a classificação do *fact-check*, acrescentando a importância de destacar a correção da publicação. A segunda correção tratou-se apenas de corrigir uma definição necessária para o contexto da informação, não tendo consequências na avaliação final.

3.7.2. Relevância dos temas

Como foi referido anteriormente, os temas verificados pelo Polígrafo são escolhidos de acordo com a atualidade do tema, a sua relevância e critérios como a viralidade de uma publicação. Na análise dos 209 *fact-checks* sobre a Covid-19 entre março e maio de 2020, foi possível observar alguns exemplos de artigos com temas muito semelhantes ou até mesmo repetidos, colocando em questão a pertinência de os verificar.

Quando questionada acerca do assunto, a jornalista Marina Ferreira (Anexo 5) explicou que foi comum verificarem temas semelhantes durante a Covid-19, uma vez que a desinformação que circulava era muito idêntica, mas continuava a ser revelante e precisava de ser verificada. Nas redes sociais, circulavam publicações diferentes com conteúdo muito parecido, e era necessário “colocar o selo de falso porque não tinham qualquer fundamento”.

Exemplo disso, o *fact-check* “Jair Bolsonaro decretou sete dias de feriado por causa do novo coronavírus?”⁴⁴ foi publicado no dia 22 de março de 2020. Uma semana depois, no dia 4 de abril de 2020, o Polígrafo publicou um artigo com um título praticamente igual ao anterior: “Bolsonaro decretou sete dias de feriado por causa do novo coronavírus?”⁴⁵. Apesar de terem conteúdo igual, ao primeiro artigo foi atribuído o selo de “falso”, enquanto ao segundo já foi atribuído a classificação de “pimenta na língua”, o mais alto nível de falsidade na escala de avaliação do Polígrafo.

⁴⁴ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/jair-bolsonaro-decretou-sete-dias-de-feriado-por-causa-do-novo-coronavirus>

⁴⁵ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/bolsonaro-decretou-sete-dias-de-feriado-por-causa-do-novo-coronavirus>



Figura 3 – Captura de ecrã do artigo de 22 de março de 2020



Figura 4– Captura de ecrã do artigo de 4 de abril de 2020

Ainda no mês de abril, foram publicados dois *fact-checks* com temas muito semelhantes. São eles: “Imagens que mostram feira sobrelotada em Famalicão durante a pandemia são autênticas?”⁴⁶ no dia 14 de abril de 2020, e “Feira de Famalicão tem "grande afluência de fregueses" em pleno "estado de emergência"?”⁴⁷ no dia 15 de abril de 2020. Os dois verificam o mesmo conteúdo, nomeadamente se de facto se realizou uma feira sobrelotada em Famalicão tendo em conta a situação pandémica. A primeira obteve a avaliação de “impreciso”, enquanto a segunda, publicada no dia seguinte, obteve o selo de “verdadeiro, mas...”.

⁴⁶ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/imagens-que-mostram-feira-sobrelotada-em-famalicao-durante-a-pandemia-sao-autenticas>

⁴⁷ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/feira-de-famalicao-tem-grande-afluencia-de-fregueses-em-pleno-estado-de-emergencia>



Figura 5 – Captura de ecrã do artigo de 14 de abril de 2020



Figura 6 – Captura de ecrã do artigo de 15 de abril de 2020

No dia 21 de maio, foi também publicado o artigo “A pandemia de Covid-19 "foi combinada num encontro" em 2019 patrocinado pela Fundação Bill & Melinda Gates?”⁴⁸, que retomou o tema já anteriormente verificado no dia 29 de março de 2020 com o título “Em outubro de 2019 realizou-se um exercício de “simulação de um surto de coronavírus” em Nova Iorque?”⁴⁹.

⁴⁸ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/a-pandemia-de-covid-19-foi-combinada-num-encontro-em-2019-patrocinado-pela-fundacao-bill-melinda-gates>

⁴⁹ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/em-outubro-de-2019-realizou-se-um-exercicio-de-simulacao-de-um-surto-de-coronavirus-em-nova-iorque>



Figura 7 – Captura de ecrã do artigo de 21 de maio de 2020



Figura 8 – Captura de ecrã do artigo de 29 de março de 2020

Apesar de os títulos serem visivelmente diferentes, o conteúdo verificado foi o mesmo. Porém, o primeiro artigo foi publicado enquanto teoria da conspiração, que afirma que a pandemia tinha sido prevista em 2019 num encontro em que se realizou uma simulação de um surto de coronavírus, tendo sido classificado como falso. O segundo *fact-check* questiona apenas se se realizou de facto essa simulação do surto num encontro em 2019, tendo obtido o selo de verdadeiro.

4. Discussão de resultados

O presente estudo permitiu chegar a diversas conclusões acerca da (des)informação sobre a Covid-19. Primeiramente, no que concerne à análise global dos *fact-checks* sobre a Covid-19 entre março e maio de 2020, é possível concluir que se assistiu a um aumento súbito do número de artigos verificados pelo Polígrafo sobre a temática da pandemia, atingindo-se o pico no mês de abril. Este aumento deveu-se às

circunstâncias da situação pandémica em Portugal e no mundo, nomeadamente à rápida transmissão da doença e à consequente subida do número de infetados.

A 2 de março, a Direção Geral de Saúde confirmou os dois primeiros casos de Covid-19 em Portugal. A 12 de março, dia em que o Governo decidiu suspender as atividades presenciais de todas as escolas, encerrar discotecas e reduzir a lotação dos espaços públicos fechados, Portugal contava com 78 infetados. A 18 de março, já com 642 casos confirmados, o Presidente da República decreta o estado de emergência que contempla o confinamento obrigatório da população. No fim do mês, a 31 de março, contavam-se 7440 casos ativos. Tendo em consideração o cenário pandémico, explica-se o aumento do número de *fact-checks* publicados pelo Polígrafo em março, registando-se 58 artigos sobre a Covid-19.

Em abril, atingiu-se o pico de publicações sobre o novo coronavírus com 86 *fact-checks* publicados no site. Uma vez mais, é possível compreender a correlação entre a publicação de artigos sobre a Covid e a situação epidemiológica em Portugal, sendo que em abril atingiu-se igualmente o pico de casos diários confirmados (N=1516). Ao analisar os dias com mais *fact-checks* publicados, verificou-se também que neste mês, o Polígrafo chegou a ultrapassar o limite dos quatro artigos diários, tendo publicado cinco conteúdos sobre a Covid em dois dias.

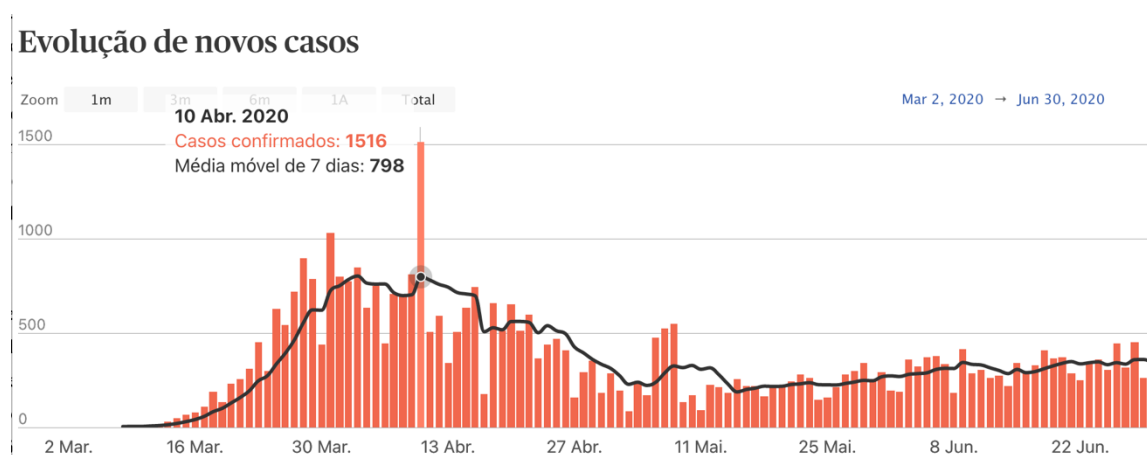


Figura 9 – Evolução de novos casos de Covid-19 entre março e junho de 2020 (Fonte: Público)

A ligeira descida de *fact-checks* publicados em maio (N=65) foi influenciada pela descida gradual do número de casos diários de infetados em Portugal, que levou ao início do plano de desconfinamento e a uma sensação de regresso à normalidade. Assim, conclui-se que o aparecimento da doença em Portugal, o aumento de casos e o confinamento levaram a uma maior procura acerca do tema, o que, consequentemente, se

traduziu num aumento de desinformação e na necessidade de realizar mais verificações de factos acerca da temática para esclarecer a população. Por esta razão, verificou-se que os meses em que a situação pandémica foi mais crítica e em que foram adotadas mais medidas restritivas, foram também os meses com maior número de *fact-checks* publicados no Polígrafo.

Em relação à origem dos *fact-checks*, verificou-se que mais de metade dos artigos analisados (N=179) provêm de redes sociais, o que corresponde a 86% da totalidade de *fact-checks*. A maioria destes tem proveniência de publicações do Facebook (N=112), o que se explica pela onda de desinformação centrada nesta rede social e pelo facto de ser a rede social mais utilizada pelos portugueses, sobretudo pelas gerações mais velhas em que é evidente a falta de literacia mediática. Justifica-se, também, pela parceria que o Polígrafo tem com o Facebook desde 2019. Do total de 209 *fact-checks*, 131 tinham parceria com o Facebook (que detém o WhatsApp e o Instagram).

No que respeita aos temas dos *fact-checks*, na totalidade dos três meses, as categorias temáticas “contágio” (16%) e “teoria da conspiração” (16%) foram as mais trabalhadas pelo Polígrafo, com respetivamente 34 e 33 artigos publicados no site do jornal. No início da pandemia, o tema da “teoria da conspiração” foi um dos mais partilhados nas redes sociais devido à falta de informação geral sobre o vírus e à dificuldade em compreender como se transmite, quais os sintomas, e as novas medidas restritivas para o conter. A xenofobia fez-se sentir fortemente, uma vez que várias teorias da conspiração apontavam a China como culpada da criação do vírus, gerando uma onda de discriminação contra a população chinesa. Os “métodos curativos” (12%) foi também um dos temas mais encontrados nas redes sociais, com diversas publicações a sugerir o uso de medicamentos, produtos, ou formas naturais de tratar a doença, como gargarejar água com sal.

As estatísticas relativas a número de infetados e casos de óbitos foram também vítimas da desinformação, tendo sido muitas vezes alteradas para assustar a sociedade. Por essa razão, encontram-se vários artigos que esclarecem os factos em relação aos números da pandemia (11%). Por último, como foi referido, estes meses corresponderam à adoção de medidas restritivas por parte do Governo, com o objetivo de conter a doença. Entre estas, destacam-se o confinamento da população e a imposição de restrições à circulação na via pública. Não surpreendentemente, estas medidas geraram, desde início, confusão em grande parte da população sobre o que podem ou não fazer, e notou-se o

aumento de desinformação sobre o tema nas redes sociais. Com vista a esclarecer as dúvidas, o tema das “medidas de contenção da pandemia” correspondeu a 10% da totalidade de *fact-checks* do Polígrafo.

A análise das classificações atribuídas aos *fact-checks* sobre a Covid-19 também permite retirar algumas conclusões. Em primeiro lugar, destaca-se o facto de que mais de metade da totalidade de *fact-checks* (60%) terem sido avaliados como falsos. O papel do Polígrafo, sendo um jornal de verificação de verificação de factos, é discernir a verdade da mentira e esclarecer os factos. Necessariamente, a maioria dos artigos acabam por se concluir como totalmente falsos ou com um determinado nível de falsidade. Em comparação, a classificação “verdadeiro” foi atribuída a apenas a 15% do conteúdo publicado e 12% foi avaliado como “verdadeiro, mas...”, as únicas duas categorias com traços verdadeiros. Ou seja, 73% dos *fact-checks* sobre a Covid foram avaliados com um determinado grau de falsidade, incluindo as categorias “impreciso” e “pimenta na língua”.

Após ter-se chegado a conclusões acerca da desinfodemia de Covid-19, este estudo permite também tirar conclusões em relação às práticas de *fact-checking* do Polígrafo. Relativamente às fontes que utilizam para verificar os factos acerca da Covid-19, por exemplo, entende-se que os órgãos de comunicação social foram a principal fonte utilizada, mencionados em 84 artigos, seguido das autoridades de saúde, presentes em 59 *fact-checks*. A falta de informação credível e de estudos científicos acerca da Covid-19 dificultou o trabalho de pesquisa dos jornalistas. A comunicação com as autoridades de saúde, como a Direção Geral de Saúde e a Organização Mundial de Saúde, foi por isso crucial, tendo sido utilizada frequentemente como fonte. Por essa razão, o Polígrafo contou com uma parceria com a DGS desde o início da pandemia, parceria essa mencionada em 18 *fact-checks* (8%).

No que concerne aos meios de comunicação social, o Polígrafo diz evitar usar a informação providenciada a outros jornais como fonte primária. Contudo, embora seja sempre complementada com outras fontes, verifica-se que os órgãos de comunicação social foram altamente utilizados no processo de verificação de factos. No contexto nacional, o mais citado foi o Observador, tendo sido utilizado em onze *fact-checks*. O próprio Polígrafo é o segundo jornal a ser mais utilizado como fonte (oito artigos), nomeadamente quando recorrem a artigos semelhantes já verificados e publicados no site. Isto deve-se, sobretudo, ao facto de nem sempre ser necessário contactar o autor da informação caso este já tenha prestado declarações a outro jornal credível sobre o mesmo

tema. Segundo a análise, em apenas 21 artigos foram contactados os autores das declarações por parte do próprio Polígrafo.

As plataformas de *fact-checking* internacionais foram utilizadas em 43 artigos. O uso frequente do trabalho realizado por outras plataformas deve-se ao facto de ser pertinente verificar informação que diz respeito à situação epidemiológica de outros países, mas que circula em Portugal. Como nem sempre é possível chegar à fonte primária de outro país, seja pelo tempo de demora seja pela barreira linguística, as plataformas de *fact-checking* pertencentes à IFCN mantêm uma parceria para se entreeajudarem nestes casos. A principal fonte utilizada pelo Polígrafo foi a plataforma de *fact-checking* brasileira Boatos.org, utilizada em seis *fact-checks*. Neste caso, a proximidade da língua e do contexto pandémico entre os dois países levou a uma maior cooperação entre as duas plataformas. A plataforma norte-americana Snopes, uma pioneira do *fact-checking*, foi mencionada em cinco *fact-checks*.

Já os especialistas de saúde, sobretudo pneumologistas, foram mencionados como fonte em 39 *fact-checks*. Mais uma vez, os jornalistas, não tendo formação na área de saúde nem estudos científicos onde se basear, recorreram frequentemente aos peritos de saúde para esclarecerem dúvidas sobre a doença.

As fontes documentais, como artigos científicos e relatórios, estão presentes em 37 *fact-checks*. Apesar de ser expectável que o Polígrafo se baseasse em fontes documentais num maior número de *fact-checks*, uma vez que é um dos passos mais importantes do processo de verificação de factos, este número pode explicar-se, mais uma vez, pela ausência de estudos científicos sobre a Covid no início da pandemia.

De volta à origem dos artigos sobre a Covid-19, verificou-se que 19% dos artigos com origem em redes sociais não apresentam a identificação das redes em que foram encontrados. A maioria destes artigos apresenta no texto apenas “publicação viral nas redes sociais”. Além disso, dos 179 *fact-checks* provenientes de redes sociais, apenas 49 artigos (28%) apresentam capturas de ecrã em que é possível visualizar o número de interações por parte do público (gostos, comentários, partilhas) apesar de muitos afirmarem ser publicações virais. Após esta análise, considera-se pertinente que o Polígrafo apresente sempre onde foram encontradas as publicações e, caso sejam virais, apresentem provas do mesmo para que o público não questione a relevância do tema e a sua origem.

Em resposta à questão de investigação deste estudo – como é realizado o *fact-checking* do Polígrafo? –, foi possível concluir que a Covid-19 veio alterar a estratégia editorial utilizada pelo jornal. O Polígrafo diz acompanhar diariamente “um conjunto alargado de personalidades cujas intervenções têm relevância pública”, nomeadamente políticos, comentadores, influenciadores, artistas e agentes do meio desportivo, e trabalha em diversas áreas, tais como a política, sociedade, economia, desporto, internacional, cinema e televisão, música e *lifestyle*. Porém, pela primeira vez desde que foi criado, o Polígrafo tornou-se um jornal uni temático direccionado para a área da saúde. Observou-se, então, um afastamento da análise do discurso político e a verificação de informação quase exclusiva das redes sociais.

O processo de verificação de factos descrito no site do jornal passa pela consulta da fonte original da informação e de fontes de natureza documental, seguido de ouvir os autores da afirmação em análise, da contextualização da informação e, por fim, da avaliação da informação de acordo com a escala de avaliação. Todavia, este estudo dedicado aos *fact-checks* sobre a pandemia revela que o uso de fontes de natureza documental, como estudos científicos, e o contacto com os autores da afirmação – fontes primárias – diminuiu consideravelmente. Na verificação de factos da Covid-19, a estratégia editorial passou sobretudo pelo contacto com especialistas de saúde, assim como o uso de informações prestadas a outras plataformas de *fact-checking* e a órgãos de comunicação social – fontes secundárias.

O Polígrafo seleciona a informação a ser verificada a partir de sugestões de leitores e do seu trabalho diário de pesquisa. Contudo, entende-se que a maioria dos artigos sobre a Covid-19 tiveram origem no Facebook, sendo sinalizados como falsos nesta rede social e encaminhados para o jornal devido à parceria que mantêm. Posto isto, não surpreende que exista um elevado número de artigos avaliados como falsos após ter-se concluído o processo de verificação de factos. Verifica-se igualmente que a informação escolhida se torna, por vezes, repetitiva e alguns temas não parecem ter relevância suficiente para serem verificados, uma vez que não cumprem o critério de ser viral ou de meter em perigo a saúde pública. Exemplo disso, destaca-se o *fact-check* “Hindus estão a atirar estátuas de deuses ao rio por estes não os terem protegido da pandemia?”⁵⁰.

⁵⁰ <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/hindus-estao-a-atirar-estatuas-de-deuses-ao-rio-por-estes-nao-os-terem-protegido-da-pandemia>

Isto assiste-se na quantidade de temas classificados como “fait-divers” (14%), um número elevando quando comparado com as restantes categorias como “contágio” (16%), “teoria da conspiração” (16%), “métodos curativos” (12%), “estatísticas” (11%) e “medidas de contenção” (10%). No que respeita aos temas, é de ressaltar que estes mantiveram-se fiéis ao panorama desinformativo internacional. Os temas da desinformação envolveram, maioritariamente, informações falsas acerca da origem e propagação da Covid-19 (teorias da conspiração), estatísticas falsas e equivocadas, frequentemente vinculadas a informações sobre a incidência da doença e taxas de mortalidade, desinformação sobre sintomas, diagnóstico e tratamento da Covid-19, e desinformação cujo foco são figuras públicas.

O Polígrafo, sendo um jornal de *fact-checking*, viu-se na obrigação de trabalhar exaustivamente o tema da pandemia com o objetivo de “afastar a mentira do espaço público” e prestar um serviço de esclarecimento aos leitores. A vasta quantidade de informação nos primeiros meses de pandemia abriu aso a muita desinformação, notando-se, portanto, um aumento de *fact-checks* feitos nos primeiros meses. A população, confinada, aumentou o consumo das redes sociais e a desinformação, que começou de forma muito caseira, entre amigos e grupos de WhatsApp, alastrou-se como um vírus. Assim, notou-se um crescimento de interesse para a desinformação e as pessoas começaram a questionar a informação que liam, desde a lotação dos hospitais a dúvidas sobre medicamentos e terapêuticas alegadamente eficazes contra o vírus.

CONCLUSÃO

Um assunto fortemente mediático e de interesse público abre portas para a disseminação de desinformação, e a pandemia não foi exceção: em 2020, a Covid-19 era já um assunto mediático em todos os órgãos de comunicação do mundo e foi noticiada exaustivamente. A situação de incerteza e medo fez com que os indivíduos procurassem mais informação online sobre a situação pandémica, e as redes sociais revelaram-se um ambiente propício para a disseminação de desinformação sobre a Covid-19, pondo em causa a saúde pública.

A desinformação sobre a pandemia chegou a representar mais de 50% do volume de desinformação online produzido (J&Cia, 2020) e alimentou múltiplos movimentos contra as medidas impostas pelas autoridades de saúde, fomentou teorias da conspiração e a criação de grupos antivacina. A pandemia veio ressaltar a necessidade da verificação de factos, sobretudo na área de saúde, e as organizações de *fact-checking* mundiais uniram-se em prol do combate ao vírus da desinformação. Em 2020, combateram-se, então, dois vírus em simultâneo: o coronavírus e a desinformação sobre a Covid-19.

Apesar do *fact-checking* atuar como uma solução após a audiência ter contactado com a desinformação, a verificação de factos continua a ser insuficiente quando comparada ao nível de desinformação que se propaga diariamente a um ritmo incontrolável. É, portanto, necessário (e urgente) apostar na fomentação da literacia mediática, que atua como elemento de prevenção, e cujo objetivo é auxiliar e capacitar os indivíduos de avaliar criticamente a informação que recebem e identificarem fontes credíveis. A longo prazo, só assim se poderá travar um dos maiores problemas deste século: a desinformação.

O presente relatório tem como pergunta de investigação de partida “**Como é realizado o *fact-checking* do Polígrafo sobre a Covid-19?**” e o principal objetivo é precisamente compreender o processo de *fact-checking* do jornal Polígrafo acerca da pandemia, bem como analisar as principais características editoriais dos *fact-checks* sobre o tema. Para este efeito, foram analisados 209 *fact-checks* sobre a Covid-19, publicados entre março e maio de 2020, e foram realizadas quatro entrevistas ao diretor do Polígrafo e a três jornalistas do jornal – Salomé Leal, Sara Beatriz e Marina Ferreira. Respondendo agora às subperguntas de investigação:

1 – Que estratégias editoriais são usadas durante o processo de escolha dos *fact-checks* e verificação de *fact-checking*?

A verificação de factos do Polígrafo é realizada de acordo com código de princípios da *International Fact-Checking Network*, assumindo o compromisso com o não-partidarismo e com a justiça, o compromisso com a transparência das fontes e do financiamento, e o compromisso com a transparência de metodologia e o compromisso com correções abertas e honestas. Neste sentido, o *fact-checking* é realizado de forma a permitir que os leitores possam verificar as informações autonomamente, pelo que os jornalistas devem explicar a metodologia que usam para seleccionar, investigar, escrever, editar, publicar e corrigir os *fact-checks*.

Na escolha da informação a verificar, segundo do diretor do Polígrafo, 85% dos conteúdos publicados são resultado do trabalho de identificação de informação verificável dos jornalistas, enquanto os restantes 15% resultam de solicitações de leitores e espectadores do programa. Como trabalham poucos conteúdos por dia, os jornalistas escolhem os conteúdos dependendo da relevância e pertinência do tema, assim como da viralidade da informação, que nem sempre é possível comprovar – dos 179 *fact-checks* provenientes de publicações de redes sociais, apenas 49 artigos (28%) apresentam capturas de ecrã em que é possível visualizar o número de interações (gostos, comentários, partilhas).

No processo de *fact-checking*, consultam a fonte original da informação, fontes de natureza documental, ouvem os autores da afirmação em análise, contextualizam a informação e avaliam-na de acordo com a escala de avaliação do Polígrafo – verdadeiro; falso; verdadeiro, mas...; impreciso; e pimenta na língua. Este estudo releva que a utilização de fontes documentais, como estudos científicos e relatórios, assim como o contacto com os autores da afirmação, diminui consideravelmente. Além disso, na verificação de factos sobre a Covid-19, o Polígrafo usou frequentemente fontes consideradas secundárias, nomeadamente informação publicada noutros órgãos de comunicação social e em plataformas de *fact-checking* internacionais. No total de 209 *fact-checks* analisados, as fontes documentais foram utilizadas apenas em 37 artigos e os autores da informação verificada foram contactados em somente 21 *fact-checks*.

O jornal Polígrafo diz identificar sempre a origem da informação verificada e publicada. Porém, na análise dos *fact-checks* provenientes das redes sociais, conclui-se que 19% dos artigos publicados não apresentavam a identificação das redes sociais onde

a informação original tinha sido encontrada – geralmente identificada no corpo do texto ou em capturas de ecrã. Na variável de análise referente à origem dos *fact-checks*, nove *fact-checks* foram catalogados como “não referidos”, uma vez que não mencionam qual a origem da informação verificada.

No que diz respeito à política de correção, apenas foram encontradas duas correções num total de 209 *fact-checks*, mas apresentam-se devidamente identificadas com uma nota editorial no final do texto e no próprio título. Quanto à relevância e atualidade do tema, foi possível concluir que o Polígrafo publicou vários artigos com temas muito semelhantes, ou até mesmo repetidos, acerca da Covid-19. No entanto, os jornalistas ressaltam que foi comum verificarem temas semelhantes durante a pandemia, sendo que a desinformação que circulava nas redes sociais era muito idêntica, mas precisava de ser continuamente verificada.

2 – Quais são as características editoriais dos *fact-checks* sobre a Covid-19 publicadas no Polígrafo?

Na análise das características dos *fact-checks* sobre a Covid-19, conclui-se que existiu um aumento do número de artigos publicados pelo Polígrafo durante o início da pandemia, que culminou no pico de *fact-checks* no mês de abril de 2020, com 86 artigos publicados. Relativamente ao número de *fact-checks* diários, conclui-se que, na totalidade de *fact-checks* publicados entre março e maio de 2020, foi predominante a publicação de três artigos sobre a Covid-19 (28%), seguido da publicação de um e dois *fact-checks* publicados, ambos com 25%.

A principal origem das peças sobre a pandemia teve origem nas redes sociais (86%), sobretudo no Facebook (N=112). Estes dados vão de encontro à revisão bibliográfica: entre março e abril de 2020 viveu-se o auge da cobertura sobre a Covid-19, o que originou uma vasta quantidade de desinformação nas redes sociais. Em abril, a Comissão Europeia detetou mais de 2700 exemplos de desinformação sobre a pandemia, disseminada diariamente (Pequenino, 2020).

Conclui-se, também, que os temas mais frequentemente verificados foram os relacionados com as formas de contágio da Covid-19 e as teorias de conspiração (16%) que circulavam nas redes sociais. A categoria “fait-divers” foi a segunda mais verificada, seguida dos métodos curativos (12%), das estatísticas (11%) e das medidas de contenção

de pandemia (10%). Sobram ainda as figuras públicas (8%), a atuação do governo (7%) e a vacina (6%).

Quanto às fontes utilizadas para verificar informação sobre este tema, conclui-se que as mais utilizadas foram os órgãos de comunicação social, mencionados em 84 *fact-checks*. Segue-se as autoridades de saúde (59 *fact-checks*), com destaque para a parceria realizada com a Direção-Geral de Saúde, e as plataformas de *fact-checking*, frequentemente utilizadas como fonte (43 *fact-checks*), em grande parte pela colaboração através da *International Fact-Checking Network*. Os especialistas de saúde, sobretudo pneumologistas, foram a terceira fonte mais utilizada na verificação de factos sobre a pandemia. Sendo um tema de cariz de saúde pública desconhecido, a Covid-19 exigiu aos jornalistas conhecimentos técnicos sobre estudos científicos de saúde – razão pela qual dependeram tanto das autoridades e dos especialistas de saúde.

Sendo que a maioria das informações tem origem nas redes sociais (86%), principalmente no Facebook que sinaliza múltiplas publicações como conteúdo falso, foi possível concluir que a avaliação “falso” foi predominante (60%). A classificação “verdadeiro” foi atribuída a apenas 15% dos *fact-checks*. Ao englobar as restantes classificações que apresentam um determinado grau de falsidade, conclui-se que 73% dos *fact-checks* sobre a Covid-19 foram avaliados como falsos ou imprecisos.

O presente relatório contribui para compreender melhor o panorama desinformativo sobre a Covid-19 no início da pandemia, quando existia uma evidente falta de dados credíveis acerca do vírus, e contribui igualmente para entender como é realizado o *fact-checking* sobre um tema de saúde pública, neste caso do primeiro jornal de verificação de factos português.

Considera-se que esta investigação permite elucidar sobre a quantidade imensurável de desinformação que circula nas redes sociais, principal origem da informação verificada, e alerta a sociedade para o facto destes meios serem um foco desinformativo, nos quais se deve ter especial atenção ao que se lê e se partilha. Além disso, alerta para os principais temas de desinformação partilhados acerca da pandemia e para as consequências dos mesmos – comportamentos de risco e a ameaça à saúde pública – e promove a aprendizagem de como se pode realizar a verificação de factos autonomamente, através do conhecimento das fontes mais utilizadas para o efeito. Para a academia, considera-se que este estudo contribui para realçar a importância da verificação de factos sobre temas com elevado impacto social, e para salientar a responsabilidade

cívica dos jornalistas na transmissão de informação credível sobre saúde. Por outro lado, permite também perceber questões que falham no *fact-checking*, nomeadamente a ausência de identificação da origem da informação verificada e o facto de serem usualmente verificados temas muito semelhantes, que não parecem ter relevância suficiente ou utilidade pública.

Não foram encontradas dificuldades relevantes na elaboração deste relatório. Relativamente à bibliografia, existiam vários trabalhos e estudos sobre o tema da desinformação e do *fact-checking*, e mais recentemente já sobre associados à Covid-19, que foram possíveis de utilizar para melhor compreender a temática estudada. A equipa do Polígrafo foi bastante acessível e disponibilizou-se de imediato para contribuir para o trabalho e realizar entrevistas com vista a obter todas as informações e dados necessários sobre o jornal e o seu processo de *fact-checking*. A análise de conteúdo demonstrou-se um pouco complicada inicialmente, uma vez que existem cerca de trinta páginas no site do jornal dedicadas à Covid-19, e foi necessário encontrar os *fact-checks* referentes a março, abril e maio de 2020. No que diz respeito às limitações deste estudo, destaca-se o *corpus* desta análise: o espaço de tempo escolhido, três meses, é uma amostra limitada e pode não ser suficiente para analisar devidamente o processo e as características de *fact-checking* do Polígrafo sobre a Covid-19.

De forma a ampliar este estudo, seria pertinente ter a possibilidade de incluir a análise das peças televisivas do Polígrafo SIC sobre a Covid-19 – uma ideia inicial que ficou em suspenso, uma vez que a SIC sofreu um ataque informático em janeiro de 2022 e perdeu todo o conteúdo publicado no site, inclusive os episódios do programa. Para uma investigação futura, considera-se oportuno realizar uma comparação entre o processo de *fact-checking* sobre a Covid-19 realizado pelo Polígrafo com as estratégias editoriais e características do *fact-checking* praticado por outras plataformas de verificação de factos, nacionais ou internacionais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albright, J.** (2017). Welcome to the Era of Fake News. *Media and Communication*, 5(2), 87-89. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i2.977>
- Alimamade, K. G. M.** (2020). *O Consumo Informativo em Portugal e Práticas de Verificação de Factos*. Instituto Universitário de Lisboa.
- Amazeen, M. A.** (2017). Journalistic interventions: The structural factors affecting the global emergence of fact-checking. *Journals Sage Publications*. <https://doi.org/10.1177/1464884917730217>
- Antena Livre.** (2020, 14 de junho). *Cronologia: Covid19: Principais acontecimentos da pandemia em Portugal*. <https://www.antenalivre.pt/covid-19/cronologia-covid-19-principais-acontecimento-da-pandemia-em-portugal>
- Apuke, O. D., & Omar, B.** (2020). *Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users*. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Bigot, L.** (2017). *L'essor du fact-checking: de l' émergence d'un genre journalistique au questionnement sur les pratiques professionnelles*. <http://www.theses.fr/2017PA020076>
- Brites, M. J., Amaral, I. & Catarino, F.** (2018). A era das “fake news”: o digital storytelling como promotor do pensamento crítico. *Journal of Digital Media & Interaction*, 1(1), 85-98. <http://hdl.handle.net/1822/55530>
- Brito, S. B. P. Braga, I. O., Cunha, C. C., Palácio, M. A.V., & Takenami, I.** (2020). Pandemia da COVID-19: o maior desafio do século XXI. *Vigilância Sanitária em Debate*, 8(2), 54-63. <https://doi.org/10.22239/2317-269X.01531>
- Cabrera, A., Martins, C. & Cunha, I. F.** (2020). A cobertura televisiva da pandemia de Covid-19 em Portugal: um estudo exploratório. *Media & Jornalismo*, 20(37). https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_10
- Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A.** (2021). *Digital News Report Portugal 2021*. OberCom.
- Casero-Ripollés, A.** (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la informaci*, 29(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>

Cavaliere, P. (2020). From journalistic ethics to fact-checking practices: defining the standards of content governance in the fight against disinformation. *Journal of Media Law*, 12(2), pp.133-165. <https://doi.org/10.1080/17577632.2020.1869486>

Comissão Europeia. *Combater a desinformação relacionada com o coronavírus.* https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/fighting-disinformation/tackling-coronavirus-disinformation_pt

Comissão Europeia (2018). *Communication – Tackling online disinformation: a European approach.* <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/communication-tackling-online-disinformation-european-approach>

CovidCheck. (2020, 31 de julho). *Covid-19 foi ‘explosivo’ nas redes sociais mas perdeu impacto ao longo do tempo.* <https://covidcheck.pt/nao-se-deixe-enganar/2731/>

Cunha, I. M. R. F., Martins, C., & Cabrera, A. (2021). *A Pandemia de Covid-19 na Televisão e as Estratégias de Comunicação de Saúde Pública em Portugal.* Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/126845>

Cunha, I. M. R. F., Cabrera A., & Martins, C. (2020). O ressurgimento da informação televisiva: uma “janela” para a pandemia. Universidade Nova de Lisboa. <https://doi.org/10.34619/4oeg-jmum>

Cushion, S., Morani, M., Kyriakidou, M., & Soo, N. (2021). Why Media Systems Matter: A Fact-Checking Study of UK Television News during the Coronavirus Pandemic. *Digital Journalism*. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1965490>

Dale, R. (2017). Industry watch: NLP in a post-truth world. *Natural Language Engineering*, 23(2), 310-324. <https://doi.org/10.1017/S1351324917000018>

Derakhshan, H. & Wardle, C. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making.*

DGS – Direção-Geral de Saúde. (2020). *Coronavírus: Polígrafo e Direção-Geral da Saúde estabelecem parceria contra as “fake news”.* <https://www.dgs.pt/em-destaque/coronavirus-poligrafo-e-direcao-geral-da-saude-estabelecem-parceria-contra-as-fake-news>

Duke Reporters’ LAB. *Fact-checking.* <https://reporterslab.org/fact-checking/>

Durães, Mariana. (2020, 27 de novembro). A pandemia mostrou que as pessoas precisam de jornalismo de qualidade. *Público.* www.publico.pt/2020/11/27/p3/noticia/pandemia-mostrou-pessoas-precisam-jornalismo-qualidade-1940814

- ERC** - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). *Desinformação - Contexto Europeu e Nacional*.
- Esteves, F., & Sampaio, G.** (2019). *Viral: A epidemia de Fake News e a Guerra da Desinformação*. Desassossego.
- Ferreira, M. F.** (2021). O Papel do Fact-checking no Combate à “Infodemia” sobre Covid-19: o caso do jornal Polígrafo. Universidade de Coimbra
- Fernandes, S.** (2020, 5 de novembro). *Audiências do Fact checking na TV*. Cision. <https://www.cision.pt/2020/11/audiencias-do-fact-checking-na-tv/>
- Graves, L.** (2013). *Deciding what's true: Fact-checking journalism and the new ecology of news*. Columbia University.
- Graves, L.** (2016). *Deciding What's True: The Rise of Political Fact-checking in American Journalism*. Columbia University.
- Graves, L., & Cherubini, F.** (2016). *The rise of fact-checking sites in Europe*. Digital News Project.
- Gullason, T. A.** (1959). Stephen Crane's Private War on Yellow Journalism. *Huntington Library Quarterly*, 22(3), 201-208. <https://doi.org/10.2307/3816557>
- J&Cia.** (2020). Efeitos da Pandemia sobre o Jornalismo: uma visão global. *MediaTalks*. <https://mediatalks.uol.com.br/2020/12/28/efeitos-da-pandemia-sobre-o-jornalismo/>
- Júnior, J. H. S., Raasch, M., Soares, J. C., & Ribeiro, L. V. H. A. S.** (2020). *Da Desinformação ao Caos : uma análise das Fake News frente à pandemia do Coronavírus (COVID-19) no Brasil*. <https://doi.org/10.9771/cp.v13i2%20COVID-19.35978>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T.** (2004). *Os Elementos do Jornalismo: o que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto Editora.
- Krause, N. M., Freiling, I., Beets, B., & Brossard, D.** (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23 (7-8), pp. 1052-1059. <https://doi.org/10.1080/13669877.2020.1756385>
- Lowrey, W.** (2015). The Emergence and Development of News Factchecking Sites. *Journalism Studies*. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1052537>
- Quintanilha, T. L., Silva, M. T., & Lapa, T.** (2019). Fake news and its impact on trust in the news. Using the Portuguese case to establish lines of differentiation. *Communication*

& *Society*, 32(3), 17-33. <https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/18174/1/fake%20news.pdf>

Lazer, D M.J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Metzger, M. J., Nyhan, B., Pennycook, G., Rothschild, D., Schudson, M., Sloman, S. A., Sunstein, C. R., Thorson, E. A., Watts, D. J., & Zittrain, J. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096. [10.1126/science.aao2998](https://doi.org/10.1126/science.aao2998)

Lopes, F., Araújo, R. A. M., Magalhães, O., & Sá, A. (2020). *COVID-19: quando o jornalismo se assume como uma frente de combate à pandemia*. Universidade do Minho. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.25.11>

Matos, R. C. (2020). Fake News frente a pandemia de COVID-19. *Vigilância Sanitária em Debate*, 8(3), 78-85. <https://visaemdebate.incqs.fiocruz.br/index.php/visaemdebate/article/view/1595>

Mena, P. (2018). Principles and Boundaries of Fact-checking: Journalists' Perceptions. *Journalism Practice*. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1547655>

Meneses, J. P. (2018). *Sobre a necessidade de conceptualizar o fenómeno das fake news*. <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181376>

Monteiro, E. (2020, 7 de abril). Coronavírus: OMS confirmou que utilizar máscara na rua para evitar infeção não é eficaz?. *Público*. <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/coronavirus-oms-confirmou-que-utilizar-mascara-na-rua-para-evitar-infecao-nao-e-eficaz>

Montesi, M. (2020). *Understanding fake news during the Covid-19 health crisis from the perspective of information behaviour: The case of Spain*. <https://doi.org/10.1177/0961000620949653>

Moura, Z. B. (2018). *Da mentira que se quer verdade: Fake News, uma velha chaga em novos tempos*. 2018. Universidade de Coimbra. <http://hdl.handle.net/10316/82557>

Nações Unidas. (2020, 11 de março). Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia. *ONU News*. <https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2021). *Digital News Report 2021*. Reuters Institute.

Nissen, I. A., Walter, J. G., Charquero-Ballester, M., & Bechmann, A. (2022). Digital Infrastructures of COVID-19 Misinformation: A New Conceptual and Analytical

Perspective on Fact-Checking. *Digital Journalism*.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2026795>

OberCom. (2020). *Impacto do Coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global*.

Oliveira, F. A. G. S. (2020). *Fazer Fact-Checking em Portugal: Análise ao Observador e ao Polígrafo*. Universidade da Beira Interior. <http://hdl.handle.net/10400.6/11042>

Paul, P. V. (2017). Fake News, Alternative Facts, Post-Truths, Misinformation, Misinterpretation – and other Challenges Associated with Knowledge Generation. *American Annals of the Deaf*, 162(1), 3-7.
<https://www.jstor.org/stable/10.2307/26235314>

Paula, L. T., Silva, T. R. S., Blanco, Y. A. (2018). Pós-verdade e Fontes de Informação: um estudo sobre fake news. *Conhecimento em Ação*, 3(1).
<https://doi.org/10.47681/rca.v3i1.16764>

PEN America. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*.

Pena, P. (2019). *Fábrica de Mentiras: Viagem ao Mundo das Fake News*. Objetiva.

Pequenino, K. (2020, 5 de maio). Há mais de 2700 notícias falsas sobre covid-19 por dia. *Público*. <https://www.publico.pt/2020/05/05/tecnologia/noticia/ha-2700-noticias-falsas-covid19-dia-1915168>

Pereirinha, T. (2020, 15 de janeiro). “Não há motivo para alarme”, diz DGS sobre vírus que já fez um morto na China e levou OMS a lançar um alerta global. *Observador*.
<https://observador.pt/2020/01/15/nao-ha-motivo-para-alarme-diz-dgs-sobre-virus-que-ja-fez-um-morto-na--china-e-levou-oms-a-lancar-alerta-global/>

Posetti, J., & Bontcheva, K. (2020). *Desinfodemia: Decifrar a desinformação sobre a Covid-19*. UNESCO.

Polígrafo. *Coronavírus: Polígrafo e Direção-Geral da Saúde estabelecem parceria contra as "fake news"*. <https://poligrafo.sapo.pt/institucional/artigos/coronavirus-poligrafo-e-direcao-geral-da-saude-estabelecem-parceria-contra-as-fake-news>

Público. (2020, 2 de abril). PÚBLICO teve 45 milhões de visitas em Março. *Público*.
www.publico.pt/2020/04/02/sociedade/noticia/publico-45-milhoes-visitas-marco-1910668

Ramonet, I. (2002). *A Tirania da Comunicação*. Campo das Letras.

- Samuel, A.** (2016). To fix fake news look to yellow journalism. *The Digital Voyage*. <https://daily.jstor.org/to-fix-fake-news-look-to-yellow-journalism/>
- Sebastian, W., Schuetz, T. A. S. & Viswanath, V.** (2021). Combating COVID-19 fake news on social media through fact checking: antecedents and consequences. *European Journal of Information Systems*, 30(4), pp.376-388. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1895682>
- Schulman, R., & Siman-Tov, D.** (2020). *From Biological Weapons to Miracle Drugs: Fake News about the Coronavirus Pandemic*. www.jstor.org/stable/resrep23529
- Silva, A. F.** (2019). Porque é que as fake news se transformaram em protagonistas do jornalismo contemporâneo?. *Comunicação Pública*, 14(26). <https://doi.org/10.4000/cp.4139>
- Silva, J. L. C.** (2018). *Pós-verdade e informação: múltiplas concepções e configurações*. *Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação*. <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/103784>
- Silva, G. R.** (2021). *Impacto da Pandemia de Covid-19 na Rotina Jornalística do Público*. Universidade Nova de Lisboa.
- Silveira, P.** (2020). *FAKE NEWS CONSUMPTION THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS AND THE NEED FOR MEDIA LITERACY SKILLS: A REAL CHALLENGE FOR Z GENERATION*. Universidade Europeia. <https://library.iated.org/view/SILVEIRA2020FAK>
- Silveira, P., & Amaral, I.** (2018). Jovens e práticas de acesso e de consumo de notícias nos media sociais. *Estudos em Comunicação*, 1(26), 261-280. <http://ojs.labcom-ifp.ubi.pt/index.php/ec/article/view/233>
- Silveira, P., & Amaral, I.** (2020). Notícias e públicos na era dos novos media: perceções e dinâmicas de consumo em rede. *Comunicação Pública*, 15(28). <https://doi.org/10.4000/cp.7618>
- Shu, K., Wang, S., Lee, D., & Liu, H.** (2020). *Mining Disinformation and Fake News: Concepts, Methods, and Recent Advancements*. [10.1007/978-3-030-42699-6_1](https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6_1)
- Sousa, V., Costa, P. R., Capoano, E., & Paganotti, I.** (2020). *Riscos, dilemas e oportunidades: atuação jornalística em tempos de Covid-19*. Universidade do Minho. 10.25768/20.04.03.31.01

Souza Vieira, M.V. (2019). *A relevância do jornalismo em tempos de fake news e sua necessidade de reinvenção na era da Pós-Verdade*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137-153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Traqueia, F. (2020, 27 de janeiro). Epidemia do coronavírus: é verdade que já existe uma vacina?. *Polígrafo*. <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/ja-existe-uma-vacina-contr-o-wuhan-coronavirus>

Traqueia, F. (2020, 5 de maio). Uso prolongado de máscaras pode provocar hipoxia?. *Polígrafo*. <https://poligrafo.sapo.pt/fact-check/uso-prolongado-de-mascaras-pode-provocar-hipoxia>

UNESCO. (2019). *Jornalismo, Fake News & Desinformação*.

Anexos

Anexo 1 – Número de *fact-checks* publicados no Polígrafo sobre a Covid-19 entre 2020 e 2022

Mês/Ano	Nº de <i>Fact-Checks</i>		
	2020	2021	2022
Janeiro	2	27	12
Fevereiro	14	36	6
Março	58	27	3
Abril	86	20	4
Maio	65	13	
Junho	27	15	
Julho	38	17	
Agosto	10	11	
Setembro	26	10	
Outubro	21	11	
Novembro	31	12	
Dezembro	34	19	
Total ano	412	218	25

Anexo 2 - Entrevista a Fernando Esteves (Diretor do *Polígrafo*)

1. Considera que a verificação de factos é uma função que requer experiência jornalística?

FE - Do ponto de vista de quem lança o projeto, de quem o chefia e de quem o coordena, é preciso ter uma grande experiência. Este é um trabalho que requer *skills* e ferramentas que demoram a aprender, como contactar as fontes, saber onde se vão buscar as informações documentais, fazer cruzamento de fontes, confirmar informações. Eu seria incapaz de lançar um projeto destes com qualidade e com responsabilidade quando tinha 20 anos. Portanto sim, é preciso ter alguma experiência para fazer isto. Agora, a partir do momento em que se aprendem as bases da profissão, qualquer um pode fazer *fact-checking*, assim como qualquer um pode fazer notícias nos jornais tradicionais porque os instrumentos são basicamente os mesmos. Existem apenas algumas coisas que nos distinguem e que diminuem a possibilidade de errarmos em relação ao que acontece na imprensa tradicional. Na essência, as ferramentas que manejamos são as ferramentas que qualquer jornalista utiliza. Um *fact-checker* é um jornalista como qualquer outro que depois tem duas ou três regras que o diferenciam e que diminuem a possibilidade de errar.

Por exemplo, no *Polígrafo* não citamos fontes anónimas e temos sempre fontes documentais nos nossos textos, ou seja, são baseados em estudos em que fornecemos *links*, estatísticas, documentos oficiais. Temos fontes sempre em *on*, não temos fontes em *off*, ou seja, dizer “fonte próxima afirmou...” não existe no *Polígrafo*. Ou temos uma fonte em *on* a assumir a informação ou não a utilizamos.

2. Existem regras claras para fazer um bom *fact-checking*?

FE - Costumo dizer aos jornalistas do *Polígrafo* que um bom texto de *fact-checking* apresenta todas as fontes usadas para que os próprios leitores possam verificar a credibilidade e veracidade do *Polígrafo*. Um bom *fact-checking* é aquele que dá as ferramentas aos leitores para que eles possam verificar passo a passo se aquilo que nós publicamos é verdadeiro. Colocamos sempre *links* para as fontes documentais para que as pessoas possam verificar enquanto estão a ler. Se o nosso trabalho estiver bem feito, é possível que as pessoas possam verificar-nos, possam fazer o polígrafo do *Polígrafo*. Trata-se de uma questão de transparência. Não podemos fazer o escrutínio de pessoas e instituições em nome da transparência, sem sermos nós próprios transparentes. É com base nessa transparência que somos creditados anualmente pela *Internacional Fact-Checking Network* (IFCN), a maior organização de *fact-checking* a nível mundial.

Os nossos procedimentos, a qualidade dos nossos textos, a transparência dos textos e do nosso financiamento, assim como a nossa política de correções é auditada todos os anos por um perito internacional designado pela organização. Se não cumprirmos os critérios, somos excluídos da organização. Essa auditoria e avaliação está disponível no site da IFCN para que qualquer leitor possa confirmar. Um dos grandes critérios para se passar na avaliação da organização é precisamente a política de correção: uma das coisas que mais valorizam é o facto de lhes apresentarmos erros que cometemos e as respetivas correções que fizemos. Valorizam assumirmos os erros ao publicarmos as correções com o mesmo destaque e dignidade que publicámos uma informação incorreta. Dessa forma, o leitor percebe que não temos problemas em admitir quando erramos, e percebe que o fazemos de forma aberta e muito clara. Além da questão das fontes que já referi, que limitam a possibilidade de errar, há também outra coisa que nos distingue: a questão do tempo. Não estamos na corrida do *clickbait*, não estamos no campeonato de quem tem mais cliques ou tráfego, costumo dizer que não me importo que o *Polígrafo* seja o último a falar sobre os assuntos. Tentamos educar os nossos leitores a perceberem que não somos

os primeiros a falar sobre os temas e que temos o nosso próprio ritmo. Somos no fundo o carro vassoura, aqueles que vêm em último lugar estabelecer a informação referencial sobre aquele tema em concreto. Esta lógica é revolucionária porque os jornais concorrem para ver quem é que mete mais conteúdos online todos os dias, porque mais conteúdo gera mais tráfego. Neste momento colocamos seis conteúdos por dia e até há pouco tempo eram apenas quatro, e faço questão que isso não aumente. Defendo o *slow journalism*, ou seja, acho que a qualidade deve prevalecer acima de tudo e que as pessoas devem ter tempo para trabalhar. Não quero jornalistas que escrevam quinze peças por dia e que estejam mais preocupados em alimentar o *backoffice* dos jornais para gerar tráfego do que na qualidade dos artigos que publicam. Além disso, só publicamos conteúdos originais, não publicamos *takes* de agências de notícias.

3. Referiu que anteriormente publicavam apenas quatro conteúdos por dia e agora publicam seis. A que se deve o aumento?

FE - Recentemente fizemos um acordo com a *Google News* que passa por publicarmos seis conteúdos por dia. É uma parceria em que colocam as notícias do *Polígrafo* em destaque na plataforma de notícias da *Google*. Existem outros jornais portugueses a fazer o mesmo, mas o *Polígrafo* é de longe aquele que coloca menos conteúdos. Todos os outros jornais colocam um mínimo de quinze conteúdos por dia. Isso diz muito sobre a nossa política editorial.

4. Quanto tempo demora, em média, a verificação de factos de uma notícia?

FE - É impossível precisar isso. Há notícias que demoram 15/30 minutos a verificar, em que numa consulta rápida numa base de dados ou no nosso arquivo verificamos se é verdadeira ou falsa. Às vezes os políticos dizem uma coisa hoje que já tínhamos verificado ontem, e isso é uma verificação quase instantânea. Identificar a afirmação verificável e depois cruzá-la com as informações, estatísticas, é fácil. Mas depois há *fact-checks* que demoram. Já tivemos o caso de um *fact-check* que demorou seis meses a fazer porque depende de respostas de ministérios ou câmaras municipais. Tudo o que depende de entidades oficiais, sobretudo quando são questionadas acerca de incumprimentos ou ilegalidades, demoram sempre muito mais. Como temos esta política inigualável de só publicarmos as coisas quanto temos fonte documental, acabamos por demorar sempre mais do que demoraríamos se estivéssemos na imprensa tradicional, em que existe mais

liberdade para publicar uma determinada informação sem ter apoio físico da fonte documental. Prefiro não publicar uma história, mesmo que saiba que é verdadeira, do que publicá-la sem fonte documental.

5. Como é realizado o processo de escolha de notícias a serem verificadas?

FE - Nós temos muitas solicitações de leitores e de espectadores da SIC também. Com a SIC, há um fenómeno interessante. O programa passa à segunda-feira e a partir desse dia à noite e na terça-feira temos dezenas, às vezes centenas, de solicitações na nossa linha de *WhatsApp* na sequência do programa. Depois temos também muitos emails e fundamentalmente é um trabalho de identificação da equipa do *Polígrafo*. Estamos muito a par daquilo que os políticos dizem, os comentadores, os rumores virais nas redes sociais, e nós é que fazemos essa curadoria dos conteúdos. Existem muitas coisas para verificar e deixamos muita informação de fora por escolhermos trabalhar poucos conteúdos. Mas diria que 85% dos conteúdos são escolhidos por nós e 15% resultam de solicitações de leitores e espectadores.

6. Depois de seleccionadas as notícias, qual é o processo de verificação de factos?

FE – Quando verificamos uma informação, seguimos um processo de cinco passos. Consultamos a fonte original da informação e depois, uma das mais importantes, consultamos fontes de natureza documental que confirmem o nosso processo de verificação. Depois falamos com os autores da afirmação e damos-lhes o direito de explicar se assim for preciso, contextualizamos a informação para que os leitores percebam melhor e, por fim, avaliamos a informação de acordo com a nossa escala de avaliação. Se a notícia não cumprir um desses cinco casos, a notícia geralmente cai, não é publicada. Porém, há certas notícias em que se torna irrelevante, por exemplo, contactar a o autor da afirmação. Por exemplo, no caso de estatísticas proferidas por algum político, se encontrarmos os números que comprovam que a informação é falsa, não precisamos de contactar a própria pessoa. Nestes casos são *fact-checkings* automáticos. É importante cumprir os cinco passos quando é um *fact-checking* um pouco mais aberto. Há sem dúvida critérios fundamentais, como o cruzamento com fontes documentais, isso é imprescindível.

7. Quantos jornalistas fazem parte da equipa *Polígrafo*?

FE - Neste momento, na equipa fixa somos 8. Depois temos uma rede de colaboradores externos que nos leva até aos 15 membros.

8. Como funciona a parceria com a SIC? O *Polígrafo* transmite as notícias já verificadas ao programa da SIC?

FE –A emissão na SIC começou no dia 1 de abril de 2019, cerca de cinco ou seis meses depois de ter lançado a página digital do jornal. É um caso único no mundo. Na comunidade internacional de *fact-checking* somos bastante reconhecidos pelo *Polígrafo* SIC. Temos um programa em horário nobre e líder de audiências com mais de um milhão de espectadores. É um alcance único no mundo à escala do país. Não há nenhum projeto mundial que tenha tanto impacto e influência no seu país de origem como o *Polígrafo* em Portugal. Uma grande parte da importância do *Polígrafo* veio da parceria com a SIC, apesar de já termos muita relevância no digital. Quanto ao funcionamento entre o jornal e o programa, o modelo é o seguinte: nós fazemos o plano e os *fact-checks*, e depois na SIC transformam os *fact-checks* em peças para televisão. Eu faço uma primeira seleção dos temas que vamos abordar no programa, mas depois é um trabalho muito partilhado. O Bernardo Ferrão não se limita a apresentar o programa, colabora ativamente na definição de *fact-checks* que podemos fazer e dá várias sugestões. É um parceiro a nível editorial. Temos um acordo que define que nada pode ser emitido sem ter a minha aprovação, mas nada vai para o ar sem que o Ferrão não aprove também. Não sou eu que decido que vai para o ar, é um trabalho totalmente partilhado, funcionamos como equipa. A SIC respeita muito o nosso trabalho e faz um esforço tremendo para ser totalmente fiel aos nossos conteúdos. Não os distorcem e não cedem a um impulso que é razoavelmente comum na televisão, o simplificar demasiado ou amplificar demasiado só para causar impacto. A SIC não é apenas uma reprodutora dos nossos conteúdos, existe uma colaboração editorial bastante aprofundada na construção do programa.

9. Nos últimos dois anos, inúmeros *fact-checks* foram sobre a Covid-19. Sentiu que existiu um aumento de *fake news* relativas à pandemia? Houve uma necessidade maior de publicar acerca desse tema?

FE - Assim como hoje olhamos para os jornais e só vemos a guerra na Ucrânia, aconteceu o mesmo quando apareceu a Covid-19. Durante muito tempo fomos um jornal uni temático sobre a pandemia. Por um lado, porque tínhamos imensas solicitações de leitores, havia muita confusão acerca do tema, muita desinformação a circular. Por outro lado, porque sentimos que aquele era o momento de nos concentrarmos num fenómeno que foi absolutamente avassalador para a sociedade portuguesa e para a população mundial de forma geral. Em termos de agenda mediática, atualmente a pandemia morreu, agora já só há guerra. Há uma tese que diz: não há nada melhor para acabar com uma crise do que gerar outra. A crise da guerra na Ucrânia acabou com a crise da Covid-19. Assim como quando apareceu a Covid-19 só se falava dos grandes casos de justiça, os jornais refletem aquilo que se passa nas ruas. Embora atualmente o *Polígrafo* não seja uni temático como na pandemia, diria que 80% dos conteúdos são sobre a guerra.

Anexo 3 - Entrevista a Salomé Leal (Jornalista do *Polígrafo*)

1. Quais são os critérios para escolherem as publicações a serem verificadas?

SL – Para começar, nós nunca verificamos notícias de outros jornais, é uma regra. A partir do momento em que são conteúdos jornalísticos, provenientes de tudo o que estiver registado na Entidade Reguladora da Comunicação, nós não verificamos. De resto, em relação às publicações, nós temos vários meios de chegar a publicações e inclusivamente de sugestões. Nós temos uma grande panóplia de leitores e eles enviam-nos por norma muitos *posts*, sobretudo de imagens soltas, pelo *WhatsApp*. Depois temos uma base de dados dentro do *Polígrafo* em que vamos inserindo essas sugestões – função do nosso gestor de redes sociais -, simplesmente as mais relevantes. Por norma, quando somos nós a pesquisar, quando não são os leitores, que acontece a maior parte das vezes, porque somos criteriosos ao ponto de ter em conta a atualidade do tema, se já trabalhamos um tema, se é um *post* viral ou não. Às vezes o critério da atualidade impõe-se sobre o critério de viralidade, obviamente. Pode ser um *post* que não tem partilhas nenhuma, mas que nos é enviado e nós efetivamente achamos relevante para fazer. Mas acho que tudo acaba

por passar por nós, mesmo nas sugestões agimos como filtro e temos que ter em conta essas questões todas. Há ainda algo muito importante: temos que perceber se o autor não é um jornalista, por exemplo, porque em plataformas como o Twitter e o Facebook há sempre jornalistas que dão a sua opinião e fazem publicações sobre determinados assuntos, mas mesmo que não estejam a exercer a função, a partir do momento em que é jornalista nós recusamos mesmo a fazer. É importante referir que nós fazemos também algumas adaptações para a nossa categoria de internacional, por vezes fazemos um original, mas fazemos várias adaptações, algo que aconteceu muito com a Covid e acontece agora com a Guerra na Ucrânia. Os jornais de *fact-checking* estão todos reunidos numa plataforma e vamos colaborando uns com os outros, fazendo esse trabalho de adaptar os conteúdos para as línguas maternas de cada país. Portanto muitas vezes, pegamos em artigos que são publicados em outros sites de *fact-checking* e adaptamos para o nosso jornal e fazemos os nossos próprios artigos. Por fim, há outra questão: nas declarações de políticos e entrevistas existe muito um trabalho de visualizar, somos colocados em diversos horários, por exemplo em época de eleições, e tentamos seguir todos os debates e todas as intervenções políticas em períodos mais importantes, como agora a questão dos combustíveis, em que tentamos seguir mais figuras que estejam ligadas ao setor energético.

2. Depois de seleccionados os temas, qual é o processo de *fact-checking*? Com quem falam, que ferramentas utilizam, como confirmam a informação?

SL - Podemos começar pelo mais simples: há publicações, há declarações de políticos, há imensa coisa que não precisam de envolver contactos. E essas são as coisas em que os dados e em que a fonte direta está publicada online, ou seja, nós temos acesso a isso sem termos que questionar a entidade. Portanto, é um processo muito mais simples. Nós agarramos na publicação, por exemplo, estou a escrever sobre a taxa de analfabetismo. Era uma publicação que sugeria que a taxa de analfabetismo nas mulheres em 1970 abrangia 1 em cada 3 mulheres. Esses dados estão compilados na Pordata, portanto não tenho que contactar ninguém, basicamente esses dados estão online e só tenho que verificar. Mas imagina que a fonte para essa alegação seria uma notícia de outro jornal, em que diziam que eram dados da Pordata mas não conseguíamos encontrar esses dados. Só o jornal é que tinha tido acesso. Aí nós fazemos questão de contactar a Pordata para termos nós acesso exclusivo a esses dados porque, caso contrário, estaríamos a aceitar

uma fonte indireta, uma fonte secundária e não primária, e isso complica bastante o nosso trabalho e a nossa fiabilidade. Há outras situações em que podemos usar outros jornais. Imagina uma declaração de um político em que só outro jornal é que entrevistou, aí não temos qualquer problema em utilizar informação de outros jornais pois não vamos contactar a pessoa a pedir para repetir o que disse, mas tentamos sempre ir à fonte primária. Isto nos artigos mais simples em que pegas na publicação, analisas, escreves e está feito. É sempre importante colocar muitos links para que seja o mais claro possível e para que as pessoas, através do nosso artigo, consigam fazer exatamente o mesmo processo de verificação que nós e tenham acesso a tudo aquilo que nós tivemos. Outros casos, por exemplo uma declaração de um político em que ele fala sobre dados que não estão online e que verificamos que são falsos. Após cruzarmos os dados e verificarmos que dá falso, aquilo que tentamos fazer é contactar sempre a pessoa que fez a declaração e perceber de onde é que vêm esses dados. Tentamos que isto aconteça na maior parte das vezes, exceto em eleições ou debates, por exemplo, em que não temos tempo para contactar assessorias de imprensa. Portanto às vezes fazemos esse *fact-checking* em direto e aí, quando não temos tempo para contactar a pessoa em questão, o que nós tentamos fazer é realizar uma filtragem ainda maior e só verificar aquilo que é suficientemente claro para nós dizermos “isto é falso”. Se algum político ou outra figura que seja relevante se referir a uma variável de outra forma, utilizando outras palavras, algo que seja o mínimo de impreciso, nós tentamos colocar de lado e não fazer, a não ser que tenhamos tempo para contactar essa pessoa. Depois há outro nível de contactos, nomeadamente quando se trata de contratos indevidos ou quantias de dinheiro avultadas e envolvem, por exemplo, câmaras municipais. Nesses casos, mesmo que vejamos os contratos, que são públicos, tentamos sempre contactar a entidade oficial e obter um contraditório que é importantíssimo nesses casos e há sempre uma explicação, ainda que essa explicação possa não invalidar a nossa avaliação. Quanto falamos de coisas mais económicas ou de direito, tentamos sempre falar com advogados, com fiscalistas, não somos nós, jornalistas, a fonte direta. Há sempre um especialista a falar sobre aquilo que sabe e tentamos sempre usar isso. Depois, quando há um confronto de opiniões, o número maior de especialistas a aprovar uma afirmação é aquele que ganha.

3. Quanto tempo demora o *fact-checking* de uma publicação?

SL – Primeiro, depende muito de jornalista para jornalista. Há jornalistas mais organizados que até demoram mais tempo para ter tudo certinho. No meu caso, sinto que para esses primeiros artigos sobre dados depende de onde estão os dados e quais são. No exemplo que referi da taxa do analfabetismo, eu em 25/30 minutos escrevo um artigo sobre o tema porque é relativamente simples, é muito direto e sucinto e é só necessário mencionar os *sites*. Tentamos sempre ser muito diretos, os nossos *fact-checks* não são reportagens, são coisas que as pessoas querem saber logo qual é o veredicto. Depois há coisas em que temos de ter mesmo muita atenção quando se trata de outros dados, no meu caso quando envolve a economia demoro algum tempo porque são dados muito mais dúbios e às vezes é preciso falar com pessoas, mesmo que não as citemos, para que nos possam esclarecer. É preciso mesmo clarificarmos o artigo e garantirmos mesmo que não passa nenhum erro, e obviamente pode demorar um dia ou pode demorar mais até entre contactos. No caso de estares à espera de uma resposta, isto acaba por depender dos assessores de imprensa e depende também da pressão que o jornalista consegue aplicar. Um assessor pode demorar uma hora a responder, como pode demorar uma semana, duas semanas a responder, como pode nunca responder. No que toca às adaptações que referi anteriormente, uma adaptação normalmente é uma coisa rápida de se fazer, não é uma tradução, mas o trabalho ali está praticamente feito. Há adaptações que podem ser mais originais, em que podes fazer tu os contactos para os teus especialistas, algo que fizemos imensas vezes durante a pandemia. Ou seja, outras plataformas de *fact-checking* já tinham recolhido os dados, mas nós contactávamos os nossos especialistas em Portugal e às vezes até fazíamos a recolha de dados no nosso país. Uma adaptação demora cerca de uma hora, geralmente. Varia muito o tempo de fazer uma publicação, de 30 minutos a 1 hora, a 1 semana, a nunca conseguires fazer um artigo.

4. Quantos conteúdos trabalham por dia? Existe flexibilidade em termos de tempo para o fazerem?

SL – Quanto estamos à espera de respostas, por norma vamos fazendo outros artigos, não ficamos parados à espera de uma resposta. Fazemos essas adaptações, artigos que não envolvam respostas ou artigos mais simples com respostas rápidas. No caso de quantidade de artigos, nós tentamos ser sempre flexíveis, tentamos ter um número de artigos no *backoffice* que nos permita dizer “hoje não vou conseguir fazer nenhum artigo” até “hoje

consigo fazer três ou quatro artigos”, por exemplo. Por norma, os nossos jornalistas fazem cerca de um a dois fact-checks por dia. Obviamente quando fazem um *fact-check* é sempre algo mais elaborado, que envolve mais trabalho, porque como disse, se for um artigo mais simples, em meia hora está concluído. Mesmo quando não estamos a fazer fact-checks, há sempre o trabalho de chatear os contactos feitos há imenso tempo. Desde que tenhamos a quantidade de artigos que assegurem o dia a seguir, temos um pouco de liberdade nesse aspeto. Desde que o *Polígrafo* começou até ao mês passado, publicávamos quatro conteúdos por dia. Neste momento estamos a publicar seis por causa de um contrato que fizemos com a *Google*.

5. Nos últimos dois anos, o *Polígrafo* foi um jornal uni temático sobre a Covid-19. Considera que existiu um aumento de desinformação ou um aumento da necessidade de fazer mais *fact-checks* acerca do tema?

SL – Respondendo à primeira questão, não considero que tenha havido um aumento da desinformação. Acho que a desinformação esteve muito virada para a Covid-19 e a pandemia no geral. Acredito que nós não aumentamos o número de pessoas que espalham desinformação, ou melhor, naturalmente estaremos a aumentar porque cada vez mais pessoas têm acesso à tecnologia, mas não é uma pandemia, não é a guerra que aumenta esse número de pessoas. Agora, as pessoas que normalmente publicam desinformação acerca de outros tópicos apanham uma pandemia pela frente e obviamente tem toda uma outra panóplia de coisas para inventar. Não deixou de existir desinformação relacionada com outras coisas, mas basicamente havia mais por onde pegar e sinto que as pessoas ficaram muito direcionadas para a Covid. Durante esses primeiros três meses, os telejornais eram dedicados quase exclusivamente à Covid e isso abriu aso a muita desinformação, a que as pessoas pudessem manipular dados, vídeos, descontextualizar números, dizer que o vírus foi inventado. Do ponto de vista do *Polígrafo*, sendo um jornal de verificação de factos, quando surge um tema como este que potencia este divulgar de notícias falsas, acho que é quase uma obrigação seguir estes temas, mesmo que nos canse. De vários temas que fazemos, não somos nada uni temáticos, e depois durante um ou dois anos tivemos que nos tornar um jornal altamente virado para a saúde, não diretamente relacionado com a Covid, mas com tudo o que advinha da pandemia. Tivemos mesmo que nos focar nisso e tornarmo-nos quase especialistas em saúde para podermos desenvolver esse trabalho e prestar um serviço aos nossos leitores e a quem nos

acompanha. Acho que obviamente notou-se um aumento de *fact-checks* feitos nos primeiros meses e depois diminuímos a nossa gama de artigos relacionados com a Covid precisamente porque acompanhamos aquilo que as pessoas fazem. As pessoas seguem um tema e passado um tempo esquecem, e no caso da pandemia foi exatamente igual. Toda a gente pegou aquilo no início, toda a gente fazia publicações e inventava coisas, e depois a partir do momento em que as coisas começam a ser desmentidas, as pessoas começam a ver as coisas como de facto são. Portanto, à medida que as pessoas vão deixando de falar sobre isso, nós vamos também deixando de dar tanta importância, a não ser que seja um tema jornalisticamente relevante. Foi por isso que nós não deixamos de todo de fazer artigos sobre a Covid-19 e hoje, se nos aparecer uma publicação relevante sobre isso, sentimos obrigatoriedade de fazer porque continua a ser um tema relevante.

Anexo 4 - Entrevista a Sara Beatriz (Jornalista do *Polígrafo*)

1. Qual é o processo de verificação de factos do *Polígrafo*? Como confirmam os factos e que ferramentas e fontes utilizam?

SB - A primeira coisa é ler a publicação com muita atenção porque normalmente não há só uma informação falsa, há várias. Recordo uma publicação que dizia que a Federação Portuguesa de Futebol tinha instaurado um processo contra o treinador do Liverpool por ter criticado a arbitragem portuguesa em havia duas informações falsas. Primeiro, o treinador não criticou a arbitragem portuguesa, portanto a frase que aparecia na publicação era falsa. Sendo que o treinador não disse nada, a FPF também não poderia ter instaurado processo nenhum. Havia aqui duas informações falsas. Portanto a primeira coisa é perceber o que é que pode ser falso ou que alegações é que podem ser falsas, verdadeiras ou simplesmente verificáveis. Depois, dependendo muito do tema, se estivermos a falar de uma legislação, passa por lermos a lei, falar com fontes oficiais que nos ajudem a perceber a lei em questão - falar com um jurista. Quando se diz que António Costa disse uma certa frase, fazemos uma pesquisa pela frase em questão, mas se pudermos também vamos falar com o primeiro-ministro para perceber porque é que ele o disse. Falar com fontes oficiais é fundamental e tentamos falar com os visados da publicação sempre que possível. Depois há uma coisa que fazemos quando se trata de imagens, que é fazer a pesquisa inversa das imagens. Através de várias ferramentas, como o *TinEye*, percebemos se uma imagem já foi publicada anteriormente ou se foi

manipulada. Há também ferramentas para fazer essa pesquisa em vídeo, o que acontece muito agora com a Guerra na Ucrânia. Temos então as fontes oficiais, estas ferramentas que nos ajudam a perceber o que já foi publicado ou não, e relatórios. Recentemente estive a escrever uma notícia sobre um alegado relatório da ONU sobre crimes contra a humanidade cometidos por soldados ucranianos, mas não encontrei nenhum relatório do género. Procurei nos jornais de referência e não estava publicado em lado nenhum, no site da ONU também não, portanto a informação era falsa. Quando são coisas internacionais é também importante perceber se outros jornais de *fact-checking* já fizeram aquele trabalho e se já tem algumas pistas. Quando temos dúvida sobre coisas que aconteceram em países cuja língua não dominamos, por exemplo, falamos com esses jornalistas e percebermos se a informação que anda a circular é verdadeira ou falsa.

2. No que concerne a fontes documentais, utilizam jornais de referência e plataformas de *fact-checking* como fontes?

SB – Não usamos jornais como fonte. Isso é uma diferenciação grande do *Polígrafo* porque vamos sempre às fontes oficiais. Muitas vezes um jornal pode escrever uma notícia acerca de um relatório, mas as notícias são escritas por humanos e os humanos erram. Portanto, tudo aquilo que aparece publicado é da nossa responsabilidade e da responsabilidade das fontes oficiais. O que nós fazemos é ir aos jornais de referência – por exemplo, a frase do treinador do Liverpool, um sinal de que é falsa é o facto de não estar presente em nenhum jornal de referência ou nenhum jornal desportivo. Enquanto jornalistas, sabemos que uma frase daquela dimensão, sobretudo no mundo do futebol, iria ser notícia. É um indicador, mas não é uma fonte. Mesmo se a declaração aparecesse num jornal, depois iria procurar efetivamente um vídeo em que ele aparecesse a dizê-lo e não só a frase escrita. Muitas vezes, quando se faz uma transcrição, um jornal escreve de uma maneira e outro jornal escolhe fazer de outra. Assim, quando fazemos verificações dos debates parlamentares, apesar dos jornais passarem por escrito as declarações dos políticos, nós vamos sempre tirar as frases *ipsis verbis* porque temos muito cuidado com essa questão. No que toca às plataformas de *fact-checking*, fazemos várias adaptações de assuntos internacionais. Contudo, tentamos sempre que seja o mais nosso possível e procuramos falar com especialistas, até porque cada jornalista tem uma visão diferente das coisas e podem ir buscar informação diferente a sítios diferentes embora a conclusão seja a mesma. Claro que há coisas que são mais imediatas – se a ONU fez um *tweet* com

uma determinada informação, não é preciso falar com um especialista para perceber que aquele *tweet* foi feito. Mas quanto é uma questão de saúde, por exemplo, é algo que temos muito cuidado em falar com especialistas. E como é evidente, não nos podemos aproveitar do trabalho dos outros *fact-checkers*, e tentamos sempre dar um cunho pessoal e fazer uma investigação nossa.

3. Quais são os critérios para escolher as publicações a serem verificadas? A viralidade de uma publicação é relevante?

SB – Uma publicação que nos pareça ser falsa e que tenha muitas partilhas, é muito importante verificá-la. Mas nós não verificamos só informações falsas de publicações virais porque uma publicação pode não estar a ser viral no Facebook, pode até só ter dois gostos, mas pode estar a ser lida por muitas pessoas. Pode estar a circular em grupos privados do *WhatsApp* aos quais nós não temos acesso, por exemplo. Portanto, em relação às redes sociais, usamos o *WhatsApp* para perceber que mensagens é que andam a circular, e isso normalmente chega-nos através de mensagens dos nossos leitores. Quando é um amigo a enviar informação, existe uma tendência maior em acreditar e muitas vezes são informações que circulam há mais de dez anos, em correntes de *emails* por exemplo.

Há muita desinformação no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, e agora mais recentemente no *TikTok* e *Telegram*. Portanto, é a partir do que nos enviam, a partir do que vemos nas redes sociais, e de publicações que são denunciadas no Facebook e chegam até nós. Enquanto jornalistas temos que estar muito atentos aquilo que acontece e depois a escolha tem a ver com o alcance da publicação, o perigo da informação que está a ser partilhada, e a atualidade do tema. Além das publicações, verificamos declarações de políticos e outras figuras relevantes, muito através da televisão, onde vemos os debates parlamentares e entrevistas a políticos para tirarmos alegações para perceber se são verdadeiras ou falsas. Os critérios acabam por ser os critérios jornalísticos que se trabalham em qualquer outro jornal – o da atualidade, relevância, interesse publico. Encontramos muito trabalho por nós porque fazemos um trabalho ativo de pesquisa diária por informação falsa ou verificável. Porém, há semanas em que as redes sociais estão a fervilhar, há outras em que trabalhamos mais com as sugestões dos leitores.

4. Quanto se trata de uma verificação de uma publicação de redes sociais, identificam claramente as redes sociais em que circulam?

SB - Temos sempre prints com a entidade da pessoa preservada quando são pessoas anónimas a partilhar informação numa rede social, não há uma hiperligação para a publicação. Quando são por exemplo influenciadoras digitais, pessoas com cargo público ou exposição pública, a pessoa é identificada porque é uma pessoa que tem um papel de influência em relação ao público. Mas sim, nós identificamos sempre qual é a rede social em que encontramos a publicação e se encontrarmos em várias, falamos das redes em que circula.

5. O que é necessário para fazer uma boa verificação de factos? Existem regras e mecanismos claros?

SB – Para fazer uma boa verificação de factos, é preciso ter o maior número de fontes possíveis e recorrer sempre a fontes oficiais e credíveis. Quando fazemos uma verificação de factos sobre algo mais simples como um mito sobre nutrição, não vamos falar só com nutricionista, vamos falar com vários. Vamos cruzar fontes e se for possível ainda vamos cruzar com documentação. Quando há erros na própria verificação, porque há, fazem-se notas editoriais com essa correção seja no site seja no programa da SIC. Portanto a nossa política é: quando há erros corrige-se e não só se corrige, mas põe-se uma nota a dizer que no dia tal, há hora tal corrigiu-se isto.

6. Quanto tempo demora a verificação de factos de uma publicação e quantos artigos fazem por dia?

SB - Varia muito de dia para dia e de pessoa para pessoa. Uma verificação que eu posso demorar mais tempo a fazer porque não tenho tanto à vontade com o tema, um colega meu pode demorar muito menos tempo. Há uma coisa muito positiva no *Polígrafo*, não há um número de notícias estipuladas que cada jornalista tem de fazer por dia. Há verificações que se fazem em uma hora porque basta falar com uma fonte oficial ou nem é preciso falar com ninguém, é só preciso olhar para um relatório. Se for algo mais complicado, que é preciso falar com muitas fontes, pode demorar um dia. Mas no mínimo dos mínimos, tentamos fazer um a dois artigos por dia.

7. Consideras que as pessoas estão mais interessadas na verificação de factos por existir uma elevada circulação de desinformação, e partilham mais sugestões de *fact-checks*?

SB – De facto há um interesse das pessoas e isso viu-se muito nas legislativas, em que foi possível ver prints do *Polígrafo* a serem partilhados em várias redes sociais com as verificações de factos. Os próprios políticos estão a usar mais plataformas de *fact-checking* a favor deles, partilhando aquilo que falso se disse a favor deles ou o que os seus opositores disseram que não é factual. As pessoas estão mais interessadas e parecem-me mais alertas para a questão da desinformação e da verificação de factos. Mas infelizmente, apesar de haver um interesse na partilha de *fact-checking*, há ainda muito mais interesse ou muito mais partilha de desinformação. Acho que tem a ver com a mudança de perspetiva em relação à verdade, como se a verdade fosse algo que cada pessoa detém, e com o facto de as redes sociais darem a possibilidade de cada pessoa escrever o que quer, agirem como se fossem jornalistas. Acho que o nosso trabalho é muito importante, sobretudo porque a mentira chega mais longe do que a sua verificação, mas depende muito de cada pessoa. Prende-se ainda com a falta de literacia mediática na população e a falta de preparação para saberem distinguir o que leem e partilham nas redes sociais, que dificulta o trabalho de travar a propagação de desinformação.

Anexo 5 - Entrevista a Marina Ferreira (Jornalista do *Polígrafo*)

1. Qual é o processo de verificação de factos do *Polígrafo*? Como confirmam os factos e que ferramentas e fontes utilizam?

MF – Existem vários tipos de verificações. Começando pelas publicações nas redes sociais, não vou dizer que é o que fazemos mais porque também fazemos muitas declarações de políticos, verificamos sempre a informação em fontes oficiais, é a regra número um de todos os artigos. Se for alguma coisa relacionada com o Governo ou partidos políticos, vamos diretamente aos assessores ou à pessoa visada na publicação. Se for uma publicação sobre um determinado dado, como desemprego, consultamos o INE e se não percebemos bem os dados, devemos contactar diretamente o INE ou pedir uma explicação a um especialista. Tentamos deixar o mais claro possível na publicação o modo como verificámos e mostrar a transparência como fazemos as coisas para não

restar qualquer tipo de dúvidas. Depois, quando uma pessoa é visada, geralmente damos a oportunidade de falar connosco e tentar perceber qual era a sua intenção para conseguir ter o contraditório sempre assegurado. Em casos mais específicos, como de imagens ou vídeos, utilizamos ferramentas mais específicas como o *TinEye* e o *Google Reverse*. O objetivo é perceber qual a origem, perceber há quanto tempo é que está online e perceber se está relacionado ou não com o que estão a publicar nas redes sociais.

2. No que concerne a fontes documentais, utilizam jornais de referência e plataformas de *fact-checking* como fontes?

MF – Por vezes sim. Ou seja, às vezes não há outra maneira, sobretudo quando não obtemos resposta ou a resposta ia demorar demasiado tempo. Quando estamos a fazer uma verificação de um debate das legislativas, estamos a trabalhar quase ao minuto e não há tempo de contactar a fonte oficial. Se essa fonte já tiver dado essa informação a outro jornal, nós vamos por aí. Acaba por não ser uma fonte oficial ao *Polígrafo*, mas foi uma fonte oficial a determinado jornal. Porém, tentamos sempre obter fontes oficiais. Diria que é muito raro utilizarmos outros jornais como fonte principal, utilizamos mais para dar contexto, mas tentamos sempre acrescentar uma fonte documental ou através de contactos. Depois há certas coisas em que não conseguimos ter acesso às fontes ou sabemos que vamos demorar semanas a obter respostas, portanto muitas das vezes recorremos aos *fact-checks* já feitos pelas plataformas com que temos parceria do IFCN porque os princípios são sempre os mesmos – utilizam fontes oficiais, fundamental com documentação oficial -, e acabamos por fazer uma adaptação e cumprir os mesmos princípios.

3. Quais são os critérios para escolher as publicações a serem verificadas? A viralidade de uma publicação é relevante? Se a publicação for viral no Brasil, existe relevância para verificar em Portugal?

MF - Quando são virais nem se coloca a questão porque é fundamental verificá-las. Temos também o critério da atualidade em que, mesmo que ainda não tenha tido grande alcance, verificamos. E depois temos o critério da denúncia, em que por vezes a publicação não teve muito alcance, mas alguém a denunciou por ter conteúdos falsos. Como temos parceria com o Facebook, a publicação chega até nós. E nesse caso do Brasil, geralmente quando as publicações chegam até nós é porque foram denunciadas no

Facebook, em Portugal. E as publicações que se tornam virais no Brasil frequentemente tornam-se virais em Portugal. Existe relevância em verificar porque a língua é a mesma e são lidas por muitas pessoas. Recebemos muitas sugestões dos leitores e analisamos sempre se têm pernas para andar, porque recebemos centenas de sugestões que não tem critérios jornalísticos serem verificadas.

4. Qual é a necessidade de por vezes publicarem *fact-checks* de temas iguais ou semelhantes? E de verificarem publicações verdadeiras?

MF – Durante a Covid isso aconteceu muito. A desinformação que circulava era muito idêntica, mas na altura era muito relevante e tinha que ser verificada vezes e vezes sem conta. Muitas das vezes havia publicações diferentes com conteúdo muito parecido que tínhamos de colocar o selo de falso porque não tinham qualquer fundamento. Nessa altura acabamos também de usar muito mais especialistas, como virologistas, e quase todos os artigos eram feitos com fontes como especialistas. Quanto às publicações classificadas como verdadeiras, muitas das vezes apenas as fazemos porque são declarações de políticos, por exemplo, que sabemos que podem levantar alguma dúvida e queremos assegurar a sua veracidade. Verificamos também dados ou estatísticas que possamos achar curiosos. Depois também acontece uma publicação ser denunciada como falsa e depois até ser verdadeira.

5. Quanto se trata de uma verificação de uma publicação de redes sociais, identificam claramente as redes sociais em que circulam?

MF – Normalmente quando publicamos no texto “uma publicação que se tornou viral nas redes sociais...” é porque identificámos em mais do que uma. E isso é muito comum porque identificamos quase sempre em mais do que uma, como no *Facebook* e no *Twitter*. Certamente que verificamos mais coisas do *Facebook*, devido à parceria, mas o critério é este: quando encontramos no *Facebook* e não conseguimos encontrar em mais lado nenhum, dizemos que é só no *Facebook*. Depois também recebemos muito através do *WhatsApp*.

6. Quanto tempo demora a verificação de factos de uma publicação e quantos artigos fazem por dia?

MF - Nós não temos regra nenhuma e o nosso diretor dá-nos liberdade para demorarmos o nosso tempo e temos flexibilidade de horários. Em relação à produção diária, devo estar a fazer entre dois e três artigos. Mas depende, porque se se tratar de adaptações, consigo fazer logo duas ou três por dia. O resto fica dependente de contactos, o que pode fazer com que se prolongue pela semana. Se não ficarmos esclarecidos com o primeiro contacto, podemos contactar um segundo e terceiro contacto.

7. O que é necessário para fazer uma boa verificação de factos? Existem regras e mecanismos claros?

MF – Em primeiro lugar, é ter noção do que é verificável e o que dá para fazer e o que não dá. Se não tivermos segurança na verificação porque achamos que não temos informação suficiente para dizer que é verdadeiro ou falso, podemos ter que deixar cair. Depois temos que passar pelos passinhos todos: ir às fontes documentais, tentar falar com as fontes oficiais e, se no final disso tudo tivermos a certeza absoluta que está tudo assegurado, publica-se. Mesmo assim, se surgir algum problema ou se ficou a faltar algum dado ou existe algum dado errado, o artigo é publicado, mas posteriormente fazemos uma nota editorial a explicar o que está errado ou o que está errado. Se for uma coisa que altere a classificação, devemos dizer que alteramos a classificação e por vezes devemos republicar nas redes sociais, dependendo da relevância do tema. Se o visado sentir que o contraditório não foi assegurado, temos que publicar a resposta.

8. Consideras que as pessoas estão mais interessadas na verificação de factos por existir uma elevada circulação de desinformação acerca da Covid-19, e partilham mais sugestões de *fact-checks*?

MF – Completamente. Nas redes sociais notava-se um grande interesse por parte das pessoas em que nós verificássemos esse tipo de conteúdo porque, se havia publicações completamente absurdas como teorias da conspiração que não lembram a ninguém, havia também outras coisas que tinham imensa relevância. Na altura, as pessoas estavam muito em casa e estavam muito nas redes sociais, e a desinformação começou de forma muito caseira, entre amigos e grupos de *WhatsApp*. Então desde início, as pessoas começaram

a ter interesse em saber se era verdade que os hospitais estavam a ficar cheios, se era verdadeiro que uma pessoa em Portugal já tinha morrido com Covid, e depois passou para coisas muito mais técnicas. Por exemplo, dúvidas sobre medicamentos e terapêuticas que alegadamente seriam eficazes contra o vírus faziam com que as pessoas nos perguntassem diretamente se era verdadeiro ou falso. Os grupos de desinformação tornaram-se completamente massivos e havia verificações infinitas sobre o tema, daí a nossa produção ter passado a ser quase só sobre a Covid-19.