

Agência Lupa e a seleção das fontes no fact-checking sobre a covid-19

Tylcéia Tyza Ribeiro Xavier¹

<https://orcid.org/0000-0002-5146-2788>

Luã José Vaz Chagas²

<https://orcid.org/0000-0002-2491-8479>

Resumo: Este artigo é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca avaliadora do curso de Comunicação Social com habilitação em jornalismo, e visa analisar as checagens feitas pela plataforma de fact-checking Agência Lupa, a respeito dos conteúdos de desinformação disseminados de março a agosto de 2020 sobre a covid-19, período da chegada do vírus ao Brasil,

e então, o março de 100 mil mortos pela doença no país. Foram selecionadas seis checagens feitas pela Lupa, sendo uma para cada um dos meses escolhidos. Para o processo metodológico deste trabalho, utilizamos a análise de conteúdo combinada com um protocolo de coleta de dados embasada no conceito e classificação das fontes.

Palavras-Chave: Seleção das fontes; Fake News; Desinformação; Fact-checking.

Agência Lupa y la selección de fuentes en fact-checking sobre la covid-19

Resumen: Este artículo es el resultado del Trabajo de Fin de Grado presentado a la junta de evaluación de la carrera de Comunicación Social con titulación en Periodismo, y tiene como objetivo analizar los fact-checks realizados por la plataforma de fact-checking Agência Lupa, acerca de los contenidos de desinformación difundidos de marzo a agosto de 2020 sobre la covid-19, período

de la llegada del virus a Brasil, y luego, la marcha de 100 mil muertes por la enfermedad en el país. Se seleccionaron seis verificaciones realizadas por Lupa, una para cada uno de los meses elegidos. Para el proceso metodológico de este trabajo, se utilizó el análisis de contenido combinado con un protocolo de recolección de datos basado en el concepto y clasificación de fuentes.

Palabras clave: Selección de fuentes; Fake News; Desinformación; Fact-checking.

¹ Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Brasil.
E-mail: tylceiatyza@gmail.com

² Faculdade de Comunicação e Artes, Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, Brasil. E-mail: luaanchagas@gmail.com

Agência Lupa and the selection of sources in fact-checking about covid-19

Abstract: *This article is the result of the undergraduate final Project presented to the examining board from the Social Communication course with a degree in journalism, and aims to analyze the checks made by the fact-checking platform Agência Lupa, regarding the disinformation contents disseminated from March to August 2020 about covid-19, the period when the virus have arrived in Brazil, and then, the milestone of 100,000 deaths from the disease in the country. Six checks made by Lupa were selected, one for each of the chosen months. For the methodological process of this work, we used content analysis combined with a data collection protocol based on the concept and classification of sources.*

Keywords: Selection of sources; Fake News; Disinformation; Fact-checking.

I. Introdução

Em 2019, o mundo foi abalado com a descoberta dos primeiros casos de coronavírus, em Wuhan, na província de Hubei, República Popular da China, um vírus que, no início, não apresentava causa para alarme. Contudo, já no início de 2020, o vírus passou a se disseminar por quase todo o mundo, e a partir daí, muitas dúvidas e questionamentos surgiram a seu respeito, porém, muitas dessas respostas nem mesmo a ciência tinha.

Com o crescente número de infectados e milhares de mortos por todo o mundo, no dia 11 de março de 2020, a Organização Mundial da Saúde (OMS, 2020), que é uma agência especializada em saúde subordinada à Organização das Nações Unidas (ONU), declarou pandemia de covid-19. Assim, até o dia 10 de maio de 2021, somente no Brasil mais de 15,2 milhões de pessoas foram infectadas, ao passo que mais de 420 mil faleceram em decorrência do vírus, de acordo dados retirados do Painel Coronavírus, divulgados pelo Ministério de Saúde, o que faz com que o Brasil seja o segundo país do mundo com mais mortes por covid-19, de acordo com o monitor *Worldmeter*. Já no mundo, os casos de coronavírus ultrapassam a marca de 159 milhões de casos, sendo que destes, quase 3,3 milhões de pessoas morreram vítimas da doença.

Assim, após a declaração de pandemia, a quarentena obrigatória decretada em diversos países, isolamento social, *lockdown* e o uso obrigatório de máscaras para

proteção de boca e nariz, visando a diminuição da propagação do vírus, diversas *fake news* começaram a surgir em sites suspeitos e, principalmente, em grupos e conversas pelo aplicativo de mensagens *WhatsApp* e demais redes sociais.

As *fake news* são notícias falsas, ou seja, a falsificação de uma informação para determinado fim, podendo ser considerada também, segundo Juremir Machado da Silva, “publicar aquilo que alguém gostaria de ler ou de ver, mesmo sendo inverídico, com o desejo de que se torne verdade por repetição ou por ser a pista forçada de uma realidade encoberta” (Silva, 2019, p. 34).

Ademais, de acordo com Ciro Marcondes Filho (2019), as *fake news* sempre existiram, entretanto, o que ocorre agora é a combinação delas com a internet, que acabam por influenciar em decisões políticas ao replicarem a mesma informação falsa diversas vezes em momentos específicos, tendo como objetivo desacreditar opiniões de oposição. Ainda segundo Derakhshan & Claire Wardle (2017), a *fake news* está inserida dentro da definição de desinformação, em que há a idealização da notícia falsa a fim de prejudicar algo ou alguém.

Assim, atualmente, o *WhatsApp* é uma das ferramentas utilizadas para o disparo de *fake news*, isso porque, para que o alcance dessas notícias seja maior, “os produtores de notícias falsas ancoram-se na estrutura linguística comum ao fazerem jornalismo, fornecendo não apenas valores-notícias, mas também o diálogo do próprio gênero” (Coronel, 2020, p. 26). Ou seja, sabendo que o *WhatsApp* é um aplicativo usado pela maioria, a estrutura linguística dele é coloquial, e permite que o receptor da mensagem capte a informação de forma ágil e simples, assim, ele se torna um grande difusor e banco de propagação de *fake news*.

Atualmente, nem o Facebook nem o Twitter atingem tantos usuários hiperlocais como se fosse, por exemplo, o *WhatsApp* (mensagens instantâneas), o aplicativo por excelência para a divulgação de mentiras a grupos familiares e, portanto, multiplicado por centenas e milhares em todo o mundo (Coronel, 2020, p.27).

Entretanto, sabe-se que se tratando de notícias falsas, muitas dessas informações e mensagens não possuem fontes confiáveis ou fidedignas, contudo, podem citar também como recurso nomes e fontes oficiais de forma mentirosa ou imprecisa, buscando dar veracidade a essas *fake news*. Assim, a fonte pode ser um fator indicativo quanto a autenticidade de um conteúdo, auxiliando na percepção de uma notícia falsa ou real.

Desta forma, para identificar se uma notícia é ou não verdadeira, a principal adversária das *fake news* é o *fact-checking*, ou em português, checagem de fatos. Ou seja, o *fact-checking* é responsável por verificar e checar notícias, dados ou declarações que podem ser falsas, entretanto, de acordo com Taís Seibt (2018), o *fact-checking* vai além de verificação de correntes no *WhatsApp* e *fake news*.

O *fact-checking* envolve uma metodologia de trabalho, compartilhada internacionalmente por iniciativas que assinam um código de princípios éticos cujo norte é a transparência: em relação às fontes, aos procedimentos de trabalho, ao financiamento, às correções e à independência editorial e partidária (Seibt, 2018, p. 10).

É importante que nos atentemos ao fato de que o *fact-checking* não é feito antes da notícia ir a público, mas sim depois, verificando informações imprecisas ou falsas, que tenham sido proferidas tanto por outros veículos noticiosos quanto por políticos e afins, conforme será comentado mais abaixo neste trabalho.

Ademais, para que essas agências de checagem de fatos consigam analisar e verificar o que é ou não verdadeiro, as fontes são um dos principais meios utilizados; com isso, faz-se necessário que entendamos o que são fontes. De acordo com Manuel Pinto (2000), as fontes são divididas em diversos tipos, são elas: grupos, pessoas, instituições sociais, vestígios, falas, documentos e dados.

As fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista, para quadros espaço-temporalmente situados. Em suma, as fontes a que os jornalistas recorrem ou que procuram os jornalistas são entidades interessadas, quer dizer, estão implicadas e desenvolvem a sua actividade a partir de estratégias e com táticas bem determinadas (Pinto, 2000, p. 278).

Diante disso, este trabalho busca analisar quem são as fontes utilizadas no processo de *fact-checking* para desbancar as *fake news*, e para isso, utilizaremos três veículos de checagem de fatos que trabalharam ativamente no combate às *fake news* durante a pandemia de coronavírus. O foco da análise está nos acontecimentos dos meses de março a agosto de 2020, verificados pelas Agência Lupa, analisando as fontes utilizadas em suas checagens.

Dessa forma, buscamos identificar se a fonte é uma forma de percepção e uma saída para dar confiabilidade à checagem.

Até maio de 2020, a Agência Lupa havia publicado mais 150 conteúdos referentes ao coronavírus, entre checagens e reportagens, e se sobrepuseram os conteúdos de desinformação que estão inseridos na disputa política que ocorre no Brasil em decorrência do novo coronavírus.

2. Método e protocolo de coleta de dados

No processo metodológico deste trabalho, escolhemos as checagens de fatos realizadas pela Agência Lupa, fazendo a coleta das checagens de fatos de março a agosto de 2020, meses com diversos acontecimentos envolvendo notícias e declarações falsas a respeito da covid-19, desde o primeiro caso de transmissão local e a primeira morte pelo vírus até o alto índice de mortalidade no Brasil. Ainda nesse período, o Brasil chegou a atingir a marca de 100 mil mortes por coronavírus.

Desse modo, realizamos o processo de análise de conteúdo das checagens, sendo esta a metodologia a ser utilizada neste trabalho, identificando quais as fontes utilizadas no processo de *fact-checking* desses veículos. De acordo com Martin W. Bauer (2003), a análise de conteúdo trata-se de uma análise do texto, em que é permitido “reconstruir indicadores e cosmovisões, valores, atitudes, opiniões, preconceitos e estereótipos e compará-los entre comunidades” (2003, p. 192). Assim, através dela, conseguiremos identificar as fontes selecionadas nas checagens, analisando e observando o conteúdo elencado.

A análise de conteúdo é utilizada para pensarmos diversos momentos, perfis e situações; assim, após a escolha das checagens e análise, conseguiremos saber quais foram os temas mais corriqueiros durante o período proposto e analisaremos quais as fontes mais utilizadas como estratégias de verificação, de acordo ao que se entende por fontes, tendo como base Aldo Schmitz (2011).

Segundo Bardin (2011), a análise de conteúdo é um método empírico, ou seja, por experiências e observações, e dependente do tipo de “fala” a que se dedica e do “tipo de interpretação que se pretende como objetivo” (Bardin, 2011 p. 30).

Com a grande proliferação de coronavírus por todo o mundo, todos os olhos se voltaram aos acontecimentos referentes a esse vírus, e com isso, os veículos noticiosos tiveram a missão de informar e orientar a população sobre esse vírus pouco conhecido.

Por haver poucos estudos sobre a covid-19, muitas questões foram levantadas, mas a maioria, ainda, não tinha respostas. Desse modo, todos os dias diversas *fake news* começaram a surgir, entre elas informações falsas sobre a origem do vírus e sua taxa de periculosidade. Assim, tratando-se de um vírus mortal que atingiu e continua a atingir milhares de pessoas por todo o

mundo, saber a informação verídica e alertar a população tornou-se mais que essencial, tendo em vista os danos nocivos que as *fake news* podem trazer, principalmente se levarmos em conta a situação de pandemia.

Diante disso, os serviços de *fact-checking* julgaram-se como fontes seguras para esclarecer notícias e desmentir *fake news*, entretanto, é importante sabermos quais as fontes usadas por esses veículos, e como se deu a confiabilidade tida nelas.

Por isso, buscamos selecionar uma iniciativa de checagem de fatos que tenha trabalhado ativamente em meio à pandemia, sendo ela a Agência Lupa. Através dela, analisaremos quais fontes o sistema de *fact-checking* utilizou para as checagens de notícias durante os meses de março a agosto de 2020, período este que ficou marcado pelo primeiro caso de coronavírus no Brasil por transmissão local, até o mês de agosto, quando o país ultrapassou a marca de 100 mil mortes.

Em março, com a declaração de pandemia pela OMS e a primeira morte por coronavírus no Brasil no dia 17 de março de 2020, diversas pessoas foram bombardeadas com *fake news* sobre o vírus e repassaram essas informações sem uma checagem; entre elas, o presidente Jair Bolsonaro, figura oficial do país, que replicou *fake news* e minimizou o vírus e sua capacidade mortal em seus discursos e aparições oficiais e não-oficiais, sendo que de fevereiro de 2020 à abril de 2021, mais de 1.260 declarações falsas ou contraditórias foram feitas por ele. Neste mês de março, o presidente referiu-se ao coronavírus como uma “uma gripezinha”, durante uma de suas aparições, gerando forte impacto nos veículos de noticiosos, e trazendo mais insegurança acerca da letalidade do vírus e deu força às *fake news* já espalhadas.

Assim, no primeiro dia do mês de abril de 2020, o Brasil já continha quase 6 mil casos confirmados de covid-19 e mais de 200 mortos. No dia 16 de abril, completou-se um mês desde a primeira morte por coronavírus no Brasil, e desde essa data, o país já tinha alcançado a marca de 30.425 casos e quase 2 mil mortos, segundo dados do Ministério da Saúde.

Já no começo de maio, o país atingiu 100 mil casos de coronavírus e alcançou o recorde, até então, de 600 mortes por dia em decorrência da covid-19 no Brasil. Além disso, a hidroxicloroquina, medicamento que estava sendo usado em alguns hospitais como tratamento para o coronavírus, foi considerada ineficaz, não havendo comprovação científica do remédio, segundo estudo divulgado na revista *Journal of the American Medical Association*; entretanto, apesar disso, o presidente Jair Bolsonaro continua a defender o vírus e sua eficácia.

Com isso, no dia 19 de maio, Bolsonaro fez um *live* em sua rede social, em que anunciou um novo protocolo para o uso da hidroxicloroquina, ou, a popularmente conhecida cloroquina. Ademais, ainda na *live*, Bolsonaro fez piadas sobre a cloroquina, entre elas disse “quem é de direita toma cloroquina; quem é de esquerda, tubaína”. Por fim, o mês de maio chegou ao seu fim com mais de 500 mil casos de coronavírus confirmados.

Já em junho, após uma decisão do governo Bolsonaro para restringir o acesso à informação sobre os dados referentes à pandemia de coronavírus, os veículos Extra, O Globo, Folha de São Paulo, UOL, G1 e Folha de São Paulo formaram um consórcio de veículos de imprensa com o intuito de divulgar corretamente os dados e informações sobre a covid-19 no Brasil.

No dia 11 de junho, o presidente Jair Bolsonaro pediu em suas redes sociais, que seus apoiadores tentassem entrar nos hospitais públicos e de campanha, para checar se há a quantidade de leitos ocupados e pacientes infectados que estavam sendo divulgados nas mídias. O presidente pediu ainda que, quem conseguisse entrar, gravasse tudo e que enviasse as filmagens para o governo. De acordo com dados liberados pelo Ministério da Saúde, contidos no Painel Coronavírus, até junho no Brasil, mais da metade das mortes por coronavírus aconteceram neste mês, sendo 59 mil 594 mortos até o dia 30 de junho. Já no dia 29 de julho, o Brasil ultrapassa a marca de 90 mil pessoas mortas pela covid-19 e suas complicações, alcançando a triste marca de 100 mil mortes, no dia 08 de agosto.

Diante do exposto acima, foi visto que as agências de checagem necessitam estar atentas às falas da fonte oficial no Brasil, o Presidente, que ao contrário do que se espera de uma figura de grande potência no país, contribuiu para a desinformação.

Assim, este trabalho visa fazer uma análise dos conteúdos verificados durante a pandemia, com foco nas fontes que foram utilizadas por esses veículos, com o intuito de dar veracidade à checagem, comparando as fontes utilizadas por cada uma das três agências, em checagens referentes ao mesmo tema. Fazemos a identificação e classificação das fontes escolhidas no processo de *fact-checking* no combate às *fake news*, seguindo a Matriz de Classificação das Fontes de notícias de Aldo Schmitz, bem como sua definição.

Neste aspecto, os autores Bruno Souza Leal e Carlos Alberto Carvalho (2015), levantaram questionamentos acerca das vozes no jornalismo, em que é possível debater a utilização das fontes no conteúdo noticioso e a sua noção. Para eles, há uma lacuna entre os acontecimentos, os processos de apuração e reportagem e a construção narrativa das notícias, o que permite que sejam mais demandadas as fontes vistas como agentes sociais; aquelas com maior “poder” de fala, seja por contribuir com informações a esses veículos ou posição, como por exemplo, as fontes ligadas ao Estado.

Deste modo, permite-se inquirir quem são as fontes tidas como seguras, que possuem legitimidade o suficiente para aparecerem nas checagens? “A quem é dada a oportunidade de se manifestar na privilegiada arena midiática? Quem define e quem diz a suposta ‘verdade’ dos fatos?” (Leal & Carvalho, 2015, p. 609).

Ademais, de acordo com Daniel Damasceno (2020), e sua pesquisa a respeito da utilização das fontes oficiais como base nas checagens de fatos dos veículos Aos Fatos e Agência

Lupa, “as plataformas de *fact-checking* se valem, sobretudo, de dados fornecidos por fontes e estudos oficiais de instituições públicas. Esses dados são percebidos como índices inquestionáveis do real e não são postos à prova pelas checagens” (Damasceno, 2020, p.20). Deste modo, visamos também trazer um olhar acerca disso, e nos atentarmos às fontes oficiais empregadas nas agências.

Por fim, fizemos um processo de coleta das checagens feitas pela Lupa, em que foi escolhida uma checagem de cada mês, de março a agosto e as dispomos em uma tabela, onde pode-se encontrar seu título, local de acesso e data da verificação por parte da agência.

Título do conteúdo	Unidade de registro e contexto	Data
#Verificamos: É falso que surto de H1N1 em 2009 foi mais intenso do que epidemia de Covid-19	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/03/27/verificamos-coronavirus-h1n1/	27 de março de 2020
#Verificamos: É falso que FDA liberou hidroxicloroquina para todos os pacientes com Covid-19	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/04/13/verificamos-fda-liberou-hidroxicloroquina-todos-pacientes-covid-19/	13 de abril de 2020
#Verificamos: É falso que São Paulo recebe 16 mil reais para cada registro de morte por Covid-19	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/05/25/verificamos-sao-paulo-16-mil-covid/	25 de maio de 2020
#Verificamos: É falso que cloroquina está sendo distribuída gratuitamente ‘em toda a Europa’	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/06/24/verificamos-cloroquina-gratuita-europa/	24 de junho de 2020
#Verificamos: É falso que coquetel com hidroxicloroquina tem eficácia de 99,9% contra covid-19	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/07/31/verificamos-coquetel-hidroxicloroquina/	31 de julho de 2020
#Verificamos: É falso que OMS passou a recomendar hidroxicloroquina e pediu desculpas por ‘erro’	https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/08/28/verificamos-oms-hidroxicloroquina-erro/	28 de agosto de 2020

Tabela 1. Agência Lupa
Fonte: Tabela elaborada pela autora (ano)

Assim, para realizarmos a identificação das fontes nas verificações analisadas, utilizamos os conceitos e definições de Aldo Schmitz (2011), acima já mencionados, nos quais identificamos as fontes conforme categorias inseridas em Grupo e Crédito, como exemplificado abaixo. Dentre os autores citados, escolhemos o autor Aldo Schmitz (2011) para termos como base ao analisarmos as fontes, por possuir vasto repertório a respeito das fontes e as segrega de forma minuciosa, permitindo que seja feita uma maior identificação quanto a variedade das fontes.

3. Caracterização da Agência Lupa

A primeira agência de checagem escolhida para este trabalho foi a Agência Lupa, que, como citado anteriormente, foi uma das pioneiras no que diz respeito à checagem de fatos no Brasil. A agência foi fundada em 2015, e ainda que seja hospedada no site da Revista Piauí, trabalha isenta a ele. A Lupa faz parte dos três veículos ativos atuantes no *fact-checking* no Brasil, que são signatários da *International Fact-Checking Network* (IFCN), rede mundial de checadores, que estão reunidos por meio do *Poynter Institute*, nos Estados Unidos, e que devem seguir o código de conduta e princípios éticos do grupo, como o apartidarismo, garantido pela Lupa através de um termo assinado por seus colaboradores. Assim, ao fazer parte da IFCN, a Lupa sofre auditorias anuais que ficam disponíveis ao público, que garante o selo que a identifica como uma plataforma de checagem aprovada pelos auditores internacionais da IFCN.

A metodologia da agência Lupa, de acordo com o seu site, baseia-se em outros sistemas implantados anteriormente, que assim como ela, atuam com o *fact-checking*. E para ela, uma das referências foi o site de verificação argentino *Chequeado*, existente desde 2010, e que exerce o papel de verificação e combate à desinformação, tendo sido o primeiro da América Latina dedicado a isso. Com isso, a Lupa desenvolveu um processo metodológico exclusivo, em que trabalha principalmente com base nas declarações proferidas por figuras públicas e que possuem viés de desinformação, como as mensagens que são transferidas inúmeras vezes em aplicativos como o WhatsApp e redes sociais.

Para definir quais serão as verificações a serem feitas, o jornalista deve acompanhar diariamente as falas e aparições feitas por figuras influentes na sociedade, ou seja, ele deve manter constante atenção ao que os políticos, líderes sociais e celebridades, dizem na internet, em jornais, revistas, rádios e programas de TV. A partir disso, ele começa o processo de seleção da frase e conteúdo no qual pretende trabalhar, tendo em vista os três critérios de relevância mantidos pela Lupa; são eles: as afirmações feitas por personalidades de destaque nacional; a assuntos de interesse público (que afetem o maior número de pessoas possível); e assuntos que tenham ganhado destaque na imprensa ou na internet recentemente. Portanto, para a Lupa, os fatores que devem ser relevantes nessa seleção são “quem fala”, “o que fala” e “que barulho faz”.

Em vista disso, sabe-se que a Lupa atua nas verificações de opiniões somente em caso de contradição a informações anteriores, frases com dados estatísticos, dados históricos, comparações e informações que dizem respeito à legalidade ou constitucionalidade de um fato. Além disso, a Lupa também atua na verificação da qualidade de produtos e serviços, anúncios publicitários, slogans e imagens, como as que viralizam em redes sociais, e que podem parecer suspeitas.

Após selecionado o conteúdo, o jornalista responsável faz um levantamento a respeito do que já foi abordado sobre ele, realizando o processo de clipping, coletando as publicações e citações feitas em diferentes sites, jornais e revistas. Em seguida, já com esse conteúdo em mãos, o jornalista busca dados oficiais a seu respeito, procura assessorias de imprensa e apura essas informações, podendo recorrer à Lei de Acesso à Informação.

Por fim, o jornalista pode utilizar especialistas para embasar sua verificação, não podendo aderir a informações de fontes anônimas por políticas da agência Lupa, e tendo o dever de disponibilizar acesso aos links e imagens que possam ter sido usados durante o processo de checagem. Isso porque, de acordo com a Lupa, o leitor atua como um chegador responsável pela checagem da notícia. Assim, a Lupa oferece ao público uma verificação completa e com fontes disponíveis a ele, que permitem notar o que levou a agência àquela conclusão.

Além disso, a Lupa utiliza uma etiqueta dentro da notícia verificada, dando a conclusão do veículo sobre o tema abordado. Ao todo, a agência apresenta nove variações de etiquetas, e cada uma delas com uma especificação diferente, conforme mostrado abaixo.

Etiqueta	Significado	Cor
Verdadeiro	A informação está comprovadamente correta	Verde
Verdadeiro, mas	A informação está correta, mas o leitor merece mais explicações	Azul
Ainda é cedo para dizer	A informação pode vir a ser verdadeira. Ainda não é	Rosa
Exagerado	A informação está no caminho correto, mas houve exagero	Laranja
Contraditório	A informação contradiz outra difundida antes pela mesma fonte	Marrom

Subestimado	Os dados são mais graves do que a informação	Amarela
Insustentável	Não há dados públicos que comprovem a informação	Lilás
Falso	A informação está comprovadamente incorreta	Vermelha
De olho	Etiqueta de monitoramento	Nude

Tabela 2. Etiquetas da Agência Lupa

Fonte: Elaborada pela autora com base em informações retiradas do site da Agência Lupa

Desta maneira, as etiquetas auxiliam o leitor na identificação e conclusões feitas pela Lupa acerca daquele conteúdo. No caso das etiquetas “de olho”, o conteúdo em questão continuará a ser investigado e acompanhado, posteriormente ganhando outra etiqueta. Ressalta-se também que, embora as etiquetas sejam dadas como uma forma de conclusão daquela checagem, de acordo com a Lupa, as etiquetas estão passíveis de alteração, desde que surjam eventuais questões e apontamento sobre ela, podendo partir do leitor ou das fontes relacionadas ao tema checado.

4. Conceito de fontes

As fontes se dividem e se classificam em diversas categorias e conceitos, e podem sofrer alterações em sua divisão. Aldo Antonio Schmitz (2011) traz a divisão das fontes por um grupo no qual elas pertencem, dividindo-se em um total de oito tipos; são eles: Oficial; Empresarial; Institucional; Popular; Notável; Individual; Especializada e Referencial.

A **fonte oficial** é aquela que detém grande poder por possuir um cargo que é mantido pelo governo e pelo Estado. Essa fonte possui o senso lógico de reconhecimento da importância, e visibilidade do espaço noticioso para fazer valer seus discursos. São elas as fontes escolhidas com mais frequência pelos jornalistas, pois são as preferidas por levantarem informações relevantes à população e que são de interesse público. Contudo,

ainda que as fontes oficiais possuam certo grau de confiabilidade, de acordo com Schmitz (2011), elas podem vir a falsear a realidade.

O segundo tipo de fonte elencada por Schmitz é a **fonte empresarial**, que representa “uma corporação empresarial da indústria, comércio, serviços ou do agronegócio. Às vezes suas ações têm interesse comercial e estabelecem relações com a mídia visando preservar a sua imagem e uma reputação ilibada” (Schmitz, 2011, p. 25). Além disso, essas fontes podem ter interesse em certa “propaganda” ao dar informações.

A terceira fonte citada é a **fonte institucional**, sendo instituições e organizações sociais e sem fins lucrativos. Essa fonte pode ser vista com alguma desconfiança em alguns casos, pois embora o interesse possa não ser pessoal, a informação proferida será em defesa ou favorecimento da instituição em questão.

Outra fonte importante é a **fonte popular**, que é o cidadão comum que fala apenas por si. Normalmente, a fonte popular aparece para defender direitos e/ou cobrar deveres dos governantes; além disso, essa fonte pode aparecer também como alguém que testemunhou um ocorrido, e serve como humanizadora e contextualizadora em uma notícia.

Ademais, Schmitz (2011) apresenta a **fonte notável**, comumente os artistas e personalidades famosas ou conhecidas por algum talento, seja ele na música, esporte, política e outros. Já a **fonte especializada**, são pessoas e organizações que dispõem de um conhecimento específico, e são muito utilizadas no que diz respeito ao jornalismo científico e de saúde, isso porque, conforme Aldo Schmitz (2011, p. 27), “o jornalista pode não saber, mas conhece quem sabe e recorre ao especialista para estabelecer conexões e analisar a complexidade do tema”.

Além dos tipos de fonte acima citados, há também a **fonte testemunhal**, que é aquela que estava no local do acontecimento, seja como participante da ação ou apenas observadora e é considerada uma **fonte independente**. Por fim, Schmitz classifica a fonte referencial; nela, o jornalista tem como fonte a bibliografia, seja um documento, livro, dossiê e afins, desde que seguros e confiáveis.

5. A seleção das fontes pela Lupa

Inicialmente, no processo de análise das verificações de informações a respeito da covid-19 realizadas, fizemos a coleta das publicações checadas pela agência Lupa, na

qual foram coletadas seis verificações, cada uma delas referente a um mês, de março a agosto de 2020.

Cada uma das verificações escolhidas pela agência Lupa, foram coletadas e então inseridas neste trabalho com base em seu conteúdo, isso porque as checagens selecionadas apontam questões que possuem grande relevância para o atual contexto vivido.

Alguns dos temas são referentes à hidroxicloroquina, que foi objeto de diversas *fake news* e citada inúmeras vezes pelo presidente Jair Bolsonaro, como medicamento eficaz para combate ao coronavírus e assuntos referentes a questionamentos acerca da letalidade do vírus, assim visto na verificação de março, que continha um conteúdo de questionamento do impacto da covid-19 em relação à H1N1 em 2009.

Todas as verificações selecionadas são decorrentes de informações que circulavam nas redes sociais; ao todo, quatro das seis checagens selecionadas na Agência Lupa contam com informações relacionadas à hidroxicloroquina. Assim, segundo o autor Ciro Marcondes Filho (2019), as *fake news* atuam em dois planos básicos, sendo um deles a ação pontual em “momentos decisivos por meio do massacre volumoso de posts nos *Facebooks, Twitters, Whatsapps* de um grande círculo de pessoas” (Marcondes Filho, 2019, p. 20), o que pode ser exemplificado através das verificações escolhidas.

Ao ler e analisar cada checagem de acordo ao exposto na Tabela I, fizemos as coletas das fontes utilizadas, em que se notou que das oito classificações de fontes feitas por Aldo Schmitz (2011), somente quatro tipos foram empregues; são elas as fontes oficiais, institucionais, empresariais e referenciais.

O número de fontes encontradas nesta agência de *fact-checking* é de trinta ao todo. Contudo, dessas trinta, as fontes referenciais, que são relativas às bibliografias consultadas pelos jornalistas (Schmitz, 2011), sites, dados, entrevistas, estudos e afins, foram as mais escolhidas pela Lupa, com um total de vinte e quatro fontes referenciais. Das seis verificações, todas continham essa classificação de fonte utilizada para apurar e descrever as checagens.

O fato de as fontes referenciais terem sido as mais frequentes nos conteúdos selecionados traz à mostra um grau de confiança empregada pelos jornalistas nas fontes oriundas de materiais disponibilizados pelas fontes oficiais. Deste modo, notamos que de certa forma há uma predileção no emprego deste tipo de fonte, algo já estudado e pesquisado anteriormente pelo autor Aldo Schmitz (2011, p. 32), o qual constata que as fontes referenciais detêm de muita confiabilidade por parte dos jornalistas: “Para os

jornalistas brasileiros, as fontes que merecem maior crédito são os especialistas, seguidos pelas fontes de referência, testemunhal, institucional, empresarial, oficial e popular, nessa ordem decrescente”.

Contudo, é importante ressaltarmos que, por mais que as fontes com origens provenientes do oficial sejam as mais usadas, isso não significa que serão sempre empregadas, tendo em vista que, ainda segundo Schmitz (2011), a confiança do jornalista depositada nesses tipos de fontes, não significa uma subordinação ou vínculo a elas. Por outro lado, foi observado que em determinados pontos, como o uso constante de fontes oficiais e referenciais, o *fact-checking* se assemelha as mesmas estratégias utilizadas nos veículos jornalísticos, os quais, de certo modo, são subordinados a um tipo de fonte.

Assim, pode-se dizer que por mais que os temas se diversifiquem, a dependência nas fontes referenciais permanece nas seis verificações; e tratando-se de *fact-checking*, esse é um ponto em que se diferencia do jornalismo tradicional. Os checadores possuem maior disponibilidade de banco de dados e informações, pois os assuntos abordados, no caso da Agência Lupa, são em sua maioria temas que percorreram diversas pessoas, e que já possuem respaldos e pesquisas a seu respeito, e que podem ser utilizados como apoio às conclusões feitas pelos checadores.

Ainda conforme Machado (2003, p. 6), houve um aumento na acessibilidade de dados, assim, o uso do banco de dados públicos e outros dados armazenados pela mídia, faz com que haja “um deslocamento do lugar das fontes da esfera do oficial”, tendo em vista que esses conteúdos tornaram-se públicos, ou seja, podemos então perceber que, a acessibilidade proporcionada pela própria internet e meio digitais, faz com que o jornalista tenda a se apoiar em fontes referenciais.

Pode-se observar ainda, que essas fontes provenientes de dados oficiais ou publicações científicas garantem maior credibilidade à checagem e, conseqüentemente, ao selo direcionado pelos jornalistas a cada verificação.

Em segundo lugar, sabe-se que as fontes oficiais foram as mais utilizadas nas estratégias de *fact-checking*, com um total de 4 fontes diferentes citadas. Por outro lado, ainda que o número de fontes oficiais pareça pequeno, tendo em vista que o tema das verificações analisadas se refere à covid-19, grande maioria dos dados utilizados para referenciar vinham de estudos e pesquisas feitas por órgãos oficiais ou especialistas. Além disso, as fontes oficiais colhidas pela Lupa estão diretamente ligadas ao sistema de saúde em âmbito estadual, nacional e internacional.

Ademais, nas checagens da Lupa em que foram coletadas as fontes, em todas havia ao menos uma fonte oficial ligada ao assunto, ou seja, 100% das verificações dependem de uma fonte oficial para se validarem, o que retoma o que foi citado previamente no início deste trabalho: as fontes oficiais são frequentemente priorizadas pelos jornalistas, embora não possam garantir totalmente a veracidade do que foi dito por elas.

Nos sistemas convencionais de jornalismo a preferência pelas fontes oficiais representa uma estratégia dos profissionais para obter dados fidedignos de personalidades reconhecidas, respaldadas pelo exercício de uma função pública (Machado, 2003, p. 4).

Assim, sabendo do objetivo do *fact-checking*, que é divulgar as desinformações e corrigi-las, acredita-se que as fontes oficiais consigam grande foco por parte dos verificadores, por deter de uma credibilidade implícita em seus cargos de relevância pública., é o que Traquina (2005) chama de “hierarquia da credibilidade”, em que afirma que a autoridade de uma fonte é fundamental para os jornalistas: “Quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade” (Traquina, 2005, p. 191). Desta forma, a utilização de fontes oficiais como preferenciais está presente na história do jornalismo, e pode ser vista através de estudos empíricos na sociologia do jornalismo (Traquina, 2005).

Entretanto, é importante ressaltarmos aqui que, por mais que tenha havido uso majoritário de fontes oficiais e referenciais, fontes oficiais como a *Food and Drug Administration* (FDA), órgão regulador de medicamentos nos Estados Unidos, foram utilizadas para garantir a veracidade de um conteúdo falseado que estava diretamente ligado a ela, envolvendo o seu nome, fazendo com que fosse imprescindível um parecer da mesma. A necessidade de um entendimento ou informações provenientes da própria FDA era aparente, dado que ainda no título da verificação da Lupa, nomeado de “É falso que FDA liberou hidroxicloroquina para todos os pacientes com Covid-19”, o nome do órgão foi mencionado.

Por último, temos as fontes empresariais e institucionais, ambas com uma fonte citada nas verificações da Lupa. Todavia, assim com a FDA, a Novartis, grupo farmacêutico suíço, foi usada como fonte por meio de sua assessoria, para referir-se a um assunto condizente à empresa.

Classificada como fonte empresarial, por representar uma “corporação empresarial da indústria, comércio, serviços” (Schmitz, 2011, p. 25), a Novartis apareceu

na checagem em questão, pois o texto da informação falsa a apresentava como detentora de um estudo que comprova a eficácia da hidroxicloroquina no combate ao coronavírus. O propagador da desinformação alegava que a Novartis tanto possuía esse estudo a respeito do medicamento que “mata o vírus” quanto iria realizar uma doação considerável de 130 milhões de doses do remédio, alegando ainda que essa seria a solução para o “cenário apocalíptico” previsto pelas grandes mídias.

Com isso, fez-se necessária uma mostra da opinião da própria Novartis sobre o uso da hidroxicloroquina. Até então, a empresa havia se posicionado alegando que era preciso mais estudos sobre o medicamento, não podendo comprovar sua eficácia. Além disso, a doação mencionada pela publicação era destinada unicamente para fins de pesquisa e estudos clínicos sobre o medicamento, e não para seu uso; ou seja, neste quesito a informação era “Verdadeira, mas”, conforme a tabela II de etiquetas da agência Lupa.

Ademais, foi classificada como a única fonte institucional coletada nas verificações da agência Lupa, o Instituto Nacional de Saúde Pública da Bélgica. No conteúdo de *fact-checking* em que o Instituto é mencionado, o tema em questão também é concernente à hidroxicloroquina, dispondo do título “É falso que a cloroquina está sendo distribuída gratuitamente ‘em toda a Europa’”. Assim, a fonte é utilizada como recurso para falar sobre a permissão do uso do medicamento na Bélgica, país localizado no continente europeu, que era o tema abordado na verificação.

E de acordo com Schmitz (2011, p. 42) as fontes empresariais e institucionais, assim como as oficiais, ganham mais atenção dos jornalistas por não representarem a si mesmas, mas sim um grupo social ou organização, ganhando relevância por “uma questão de segurança corporativa”.

Assim, foi visto que por mais que a agência tente variar as fontes, as checagens acabam por tornar-se mais do mesmo, no que diz respeito às fontes, dado que assim como notado por Machado (2003), foi atentado nessa coleta, um vício referente às fontes oficiais e devidas delas, como é o caso das fontes referenciais. Portanto, notou-se que em sua grande maioria, as fontes vindas do Estado foram as tidas pela agência Lupa, como seguras para garantir e corrigir informações sobre a pandemia da covid-19.

Contudo, ainda que essas fontes tenham sido utilizadas seguidamente, acredita-se que a Lupa utilizou de estratégias de repetição no uso de informações provenientes da Organização Mundial da Saúde (OMS), por exemplo, que foi a fonte mencionada mais

vezes (5), por ser uma fonte com autoridade no assunto referente à covid-19 e a responsável por declarar pandemia global em março de 2020. Ainda, a agência em sua maioria fez uso de fontes citadas nos demais veículos midiáticos, seja de verificação ou não, o que nos mostra uma pouca variação de fontes oficiais de verificação.

Além disso, notou-se que a Lupa utiliza da fonte mencionada no conteúdo enganoso para esclarecer dúvidas sobre o assunto, seja por meio oficial ou referencial.

Por último, foi visto que a agência Lupa não fez uso de fontes especializadas no assunto em nenhuma das checagens analisadas; houve uma ausência de fontes especialistas da pandemia de covid-19. No entanto, por mais que não tenham sido utilizadas esses tipos de fontes, notou-se que a Lupa usou como recurso para sanar essa ausência, as fontes referenciais e oficiais, como estudos e pesquisas de cientistas da área da saúde e farmacêutica.

6. Considerações finais

Após a coleta de fontes e análise, percebeu-se uma dissociação do jornalismo tradicional do *fact-checking*, tendo em vista que o jornalismo tradicional demanda de muita escuta das fontes especialistas para comprovação de uma informação. Ainda assim, constatamos por meio de pesquisas que, embora o *fact-checking* da Lupa não tenha recorrido as fontes especializadas naquele momento, a própria mídia tradicional, até então, utilizava poucos recursos de especialistas, e quando o fazia, se beneficiava de fontes especializadas provenientes no Ministério da Saúde, que era a fonte referência, tendo em vista o período analisado.

Os dados demonstram que somente quatro dos oito tipos de fontes classificadas por Aldo Schmitz (2011) foram usadas: oficiais, empresariais, institucionais e referenciais. Assim, notou-se que a classificação de fonte com maior uso pela Agência Lupa, é a fonte referencial. Nela, foram atribuídas pesquisas de renome a respeito da covid-19, dados e estudos sobre medicamentos que causaram e continuam a causar repercussão durante a pandemia, sendo este, a hidroxicloroquina, tema de várias checagens aqui analisadas.

Há uma grande confiança por parte dos jornalistas da agência Lupa, nessas fontes referenciais de pesquisas, logo, dada a necessidade de apuração e investigação também presente no jornalismo tradicional, percebemos que o *fact-checking* demanda de mais buscas por documentações e estudos, pois não se submete apenas às falas das fontes oficiais como era o esperado no início da pesquisa.

Deste modo, foi visto que a checadora tenta construir um espaço que se difere do jornalismo tradicional, com maior apuração, investigação e tempo para fazê-los, tendo em vista que

atualmente os jornalistas tradicionais trabalham sob pouco tempo disponível até a difusão de uma informação.

Ademais, o trabalho feito pela Lupa não se limita somente a um maior preenchimento de informações e verificação acerca de um conteúdo, ou seja, não pode se dizer que ele exerce uma função que caberia ao jornalista antes das transformações tecnológicas, isso porque, a checagem vai além, indagando até mesmo informações que já foram difundidas pela mídia.

Por outro lado, muito embora o fact-checking da Lupa seja em grande parte ancorado por fontes referenciais, há uma ausência de cientistas e fontes especializadas no assunto coronavírus, que sirvam como uma base maior e direta de contexto para as checagens, isso porque, na Lupa, não foram identificadas quaisquer fontes especializadas.

Observamos também a ausência de fontes testemunhais e cidadãos comuns em todas as checagens, que embora necessitem em sua maioria de fontes confiáveis e fidedignas, poderiam ter utilizado desses recursos de fonte, para humanizar os conteúdos, bem como trazer outros pontos de vista acerca dos temas expostos e de aproximar o público do conteúdo exposto. Contudo, por mais que nenhuma das checagens da plataforma de *fact-checking* analisadas contivessem esses grupos de fontes, não foi percebida qualquer alteração na relevância do material checado, tendo havido um emprego adequado das fontes escolhidas.

Foi visto ainda, que embora esteja em segundo plano, não sendo o grupo de fontes mais utilizado, há uma grande confiabilidade em fontes oficiais, que não se difere da checagem tradicional feita dentro das redações. Isso porque, segundo Machado (2003), no jornalismo convencional, existe a preferência pelas fontes oficiais, por representarem uma maneira de obtenção de dados e informações verídicas: “Mesmo com a comprovação da parcialidade dos detentores dos poderes sociais, a estrutura centralizada do jornalismo convencional gera uma supremacia absoluta das fontes oficiais” (Machado, 2003, p. 5).

Diante disso, é importante nos atermos que nem sempre as fontes oficiais e oriundas de referências dela são fontes desinteressadas, e podem utilizar deste espaço de confiança, para ludibriar, e ainda, conforme Schmitz (2011), essas fontes podem dizer inverdades.

Sem embargo, notamos que há uma grande transparência das fontes pela Agência Lupa, que disponibiliza seus nomes e origens em todas as checagens, incluindo até mesmo em forma de hiperlink os conteúdos tidos como referências. Entretanto, conforme afirma Damasceno (2020), as plataformas de *fact-checking* por mais que disponham de transparências das fontes, esse processo de seleção nunca será completamente exposto ao público.

Ademais, ao nos atentarmos para as grandes pesquisas, estudos e dados referenciais apresentados em cada uma das checagens aqui expostas, é visto que o jornalismo tradicional apressa a produção de conteúdo, e por isso, preferencia as fontes mais acessíveis (Wolf, 2008) algo não visto no *fact-checking* coletado neste trabalho. Foi visto que há espaço até mesmo de

dias entre as checagens acerca de um mesmo tema, o que exemplifica a não preocupação com a agilidade, mas sim, com a confiabilidade e veracidade das informações ali expostas, bem como para com a seleção de fontes mais apuradas.

Desta forma, foi observado que principalmente as fontes referenciais foram utilizadas como uma percepção e saída para dar confiabilidade às checagens feitas, e por isso, fazem uso de diversas fontes em uma só checagem. Algo que foi percebido na checagem de junho da Agência Lupa “#Verificamos: É falso que cloroquina está sendo distribuída gratuitamente ‘em toda a Europa’”, em que foram identificadas 12 fontes referenciais.

Outro ponto notado, é que assim como atentando por Damasceno (2020), a Lupa checa temas relevantes e concernentes à preocupação da população, checando conteúdos que podem vir a causar mais danos durante a pandemia e prejudicar a diminuição de casos de coronavírus e medidas de prevenção.

Ao selecionar conteúdos que estão repercutindo, os jornalistas verificadores desempenham a função não mais somente de *gatekeepers*, em que selecionam a notícia segundo diversos critérios de valores-notícia (Pena, 2015) e impostos pelos próprios veículos como já discorrido neste trabalho. Esses jornalistas passam a desempenhar também a função de *gatewatcher*, selecionando conteúdo a serem checados a partir de uma curadoria do que está sendo proposto e comentado pelo público (Chagas, 2017).

A respeito dos conteúdos desinformativos, Brito e Pinheiro (2014) alegam que não há uma desinformação sem o propósito desinformativo, sem o objetivo de enganar, contudo, esse objetivo parte do emissor de origem, assim, os demais emissores e compartilhadores da mensagem e receptores, podem fazer parte da “informação manipulada” (Pinheiro; Brito, 2014), sendo parte do público que a partir da “alienação”, acredita estar compartilhando uma informação verídica.

Desta forma, este é o conceito que acreditamos ser encontrado nas checagens analisadas, isso porque, parte das checagens se referia a assuntos voltados a uma eficácia surpreendente da hidroxicloroquina, ivermectina, e principalmente, se referiram a temas negacionistas acerca da mortalidade do vírus e medidas preventivas, que podem, de certa forma, terem sido reafirmadas a partir de ações e discursos do presidente Jair Bolsonaro, fonte oficial no país, demonstrando uma alienação na população.

Finalmente, a pesquisa aqui proposta atingiu o seu objetivo, conseguindo observar um padrão que permeia, em sua maioria, entre fontes referenciais e oficiais, e embora tenha surpreendido ao não utilizar impreterivelmente as oficiais, não se distancia tanto do que era o esperado.

Por fim, conclui-se que ainda são necessárias outras pesquisas em torno deste conteúdo, para se faça entender com maior abrangência esses veículos e suas estratégias. A pesquisa também desperta o interesse futuro em conhecer, por meio de entrevistas com os(as) jornalistas

checadores, quais são os valores por trás da comunidade interpretativa dos “*fact-checkers*”, qual a rotina dos jornalistas na seleção, quais os valores e se estão em consonância com as ideias e valores compartilhados pela comunidade interpretativa do jornalismo como um todo.

Referências

- Agência Lupa. (2020, Mai 05). *Lupa lança plataforma de checagens em português sobre o novo coronavírus*. <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/05/05/lupa-plataforma-coronavirus-verificado/>>.
- Agência Lupa. (2015, Out 15). *Entenda as etiquetas da Lupa*. <<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/entenda-nossos-pinguins/>>.
- Aos Fatos. (2021, Fev 04). *Todas as declarações de Bolsonaro, checadas*. <<https://www.aosfatos.org/todas-as-declara%C3%A7%C3%B5es-de-bolsonaro/>>.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. Edição 70.
- Bauer, M. W. (2003). Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: Bauer, M. W; Gaskell, G. *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Um manual prático. Editora Vozes.
- BBC News. (2020, Mar 24). *Em rede nacional, Bolsonaro critica fechamento de escolas e comércio e compara coronavírus a ‘resfriadinho’*. <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52028945>>.
- Coronavírus Brasil. (2021, Mai 10). *Painel Coronavírus*. <<https://covid.saude.gov.br/>>.
- Damasceno, D. & Almeida Filho, E. P. de. (2020, Junho 23-25). *Jornalismo e Fact-checking: fontes oficiais na base da checagem e critérios não explicitados na seleção do que checar orientam a análise de Aos Fatos e Agência Lupa* [Apresentação de artigo]. XXIX Encontro Anual da Compós, Campo Grande (MS, Brasil). <<http://www.repositorio.ufc.br/handle/riufc/56278>>
- Folha de São Paulo. (2020, Jun 08). *Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19*. <<https://www1.folha.uol.com.br/equilibrioesaude/2020/06/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.shtml>>.
- Gomis, L. (2004). Os interessados produzem e fornecem os fatos. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, I(1), 102-117. <<https://doi.org/10.5007/%25x>>
- G1. (2020, Abr 07). *Brasil terá pico de Covid-19 em abril e maio, e vírus deve circular até meados de setembro, afirma Mandetta e especialistas em relatório técnico*. <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/07/brasil-tera-pico-de-covid-19-em-abril-e-maio-e-virus-deve-circular-ate-meados-de-setembro-afirma-mandetta-e-especialistas-em-relatorio-tecnico.ghtml>>.

- G1. (2020, Abr 16). *Brasil tem 1.924 mortes e 30.425 casos de coronavírus, diz ministério*. <<https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/16/brasil-tem-1924-mortes-e-30425-casos-de-coronavirus-diz-ministerio.ghtml>>.
- Jama Network. (2020, Mai 11). *Association of Treatment With Hydroxychloroquine or Azithromycin With In-Hospital Mortality in Patients With COVID-19 in New York State*. <<https://jamanetwork.com/journals/jama/fullarticle/2766117>> .
- Leal, B. S, & Carvalho, A. C. (2015). De fontes a agentes jornalísticos: a crítica de uma metáfora morta. *Intexto*, (34), 606-622. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201534.606-622>
- Machado, E. (2003). *O ciberespaço como fonte para os jornalistas*. Calandra.
- Marcondes, C. (2019). Fake news: o buraco é muito mais em baixo. In: J, Figueira; S, Santos. *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Imprensa da Universidade de Coimbra - Portugal, 17-31. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7>
- Pereira, F. H. (2004). O jornalista sentado e a produção da notícia online no Correio Web. *Em Questão*, 10(1), 95-108. <https://www.seer.ufrgs.br/EmQuestao/article/view/85>
- Pinheiro, M. M. K.; & Brito, V. P. (2014). Em busca do significado da desinformação. *DataGramZero – Revista de Ciência da Informação*, 15(6), 2014. <<http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/8068>>.
- Pinto, M. (2000). Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo. *Comunicação e Sociedade*, 14(1-2), 277-294. [https://doi.org/10.17231/comsoc.2\(2000\).1401](https://doi.org/10.17231/comsoc.2(2000).1401)
- Sanar Medicina. (2020, Mar 19). *Linha do tempo do Coronavírus no Brasil*. <<https://www.sanarmed.com/%20linha-do-tempo-do-coronavirus-no-brasil>>.
- Schmitz, A. A. (2011). *Classificação das fontes de notícias*. <<http://bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>>.
- Schmitz, A. A. (2011). *Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Combook.
- Seibt, T. (2018). *Como reconhecer uma informação falsa disfarçada de notícia sem grandes ferramentas?*. New Order. <<https://medium.com/neworder/fake-news-03-como-reconhecer-uma-informacao-falsa-disfarcada-de-noticia-sem-grandes-ferramentas-260d6fb188ba>>.
- Seibt, T. (2018). *Guia prático de fact-checking*. Pensamento.org,
- Silva, J. M. Fake News, a novidade das velhas falsificações. In: J, Figueira. S, Santos, S. *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Imprensa da

Universidade de Coimbra - Portugal, 2019. 33-45. <https://doi.org/10.14195/978-989-26-1778-7>

Toural, C, Coronel, G, & Ferrari, P. Big Data e Fake News na sociedade do des(conhecimento). In: G, Coronel.. *El Poder de los Datos*. 24-27. 2a Edição - Aveiro: Ria Editorial, 2020. <www.riaeditorial.com ISBN 978-989-8971-10-4>.

Uol. (2020, Mai 20). '*Quem é de direita toma cloroquina, quem é de esquerda, Tubaina*', diz Bolsonaro. <<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/agencia-estado/2020/05/20/quem-e-de-direita-toma-cloroquina-quem-e-de-esquerda-tubaina-diz-bolsonaro.htm>>.

Wardle, C., Derakhshan, H. (2019). Reflexão sobre a "desordem da informação": Formatos da informação incorreta, desinformação e má informação. In: Jornalismo, Fake news e desinformação. *Manual para Educação e Treinamento em Jornalismo - Série UNESCO sobre Educação em Jornalismo*. UNESCO. 47-58.

Wolf, M. (2008). *Teorias das comunicações de massa*. Trad. Karina Jannini. 3ª ed. Martins Fontes.

World Health Organization. (2020, Mar 11). *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*. <<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>>.

Worldometers. (2020, Mai 10). *Covid-19 Coronavirus Pandemic*. <<https://www.worldometers.info/coronavirus/>>.

Submetido: 31/08/2021 - Aceite: 22/12/2021 - Publicado: 31/01/2022