

O JORNALISMO COMO RESPONSÁVEL PELAS *FAKE NEWS* QUE ELE NÃO CONCEBE: POR QUE O UOL CONFERE APARECE COMO UMA PLATAFORMA NECESSÁRIA?

Níniue Paiva¹

Valquíria Kneipp²

Resumo

Com a velocidade da informação em um mundo superconectado, ocorre a potencialização das notícias falsas na sociedade. Esta pesquisa tem como objetivo investigar como o jornalismo contemporâneo vem combatendo as *fake news*. Com bases conceituais calcadas na proposta de Matthew D’Ancona (2018) de pós-verdade, buscou-se responder à questão: como a checagem de fatos se caracteriza como uma ferramenta na preservação do acesso à informação e na confiança da atividade jornalística? Como objeto empírico, foi selecionada a editoria UOL Confere, do Portal de Notícias UOL. O instrumental metodológico contou com observação virtual, levantamento, catalogação e análise dos conteúdos checados por um mês, caracterizando-se como um estudo de caso.

Palavras-chave: *Jornalismo; Fake news; Pós-verdade; Checagem; Informação.*

INTRODUÇÃO

A velocidade da informação em um mundo superconectado é um reforço à disseminação de notícias falsas. O número de compartilhamentos e *likes* nas redes sociais, dita, muitas vezes, quem está correto – ou o mais correto. Afinal, junto com as *fake news*, também se popularizou o termo pós-verdade, o que segundo Mariana Barbosa (2019) tem colocado à prova instituições que outrora eram portadoras da verdade: a imprensa, a

¹ Estudante de Graduação. 9º semestre do Curso de Jornalismo da UFRN. E-mail: ninivepaiva@gmail.com.

² Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFRN. E-mail: valquiriakneipp@yahoo.com.br

ciência e as elites intelectuais. Estes, como partes responsáveis da ordem social, precisam se defender. Mas em especial, o jornalismo, desacreditado muitas vezes por representantes políticos. Nesse sentido, este artigo se propõe a investigar, a partir do canal UOL Confere³, como a checagem de fatos se caracteriza como uma importante ferramenta na preservação do acesso à informação e na confiança da atividade jornalística.

Além do processo de construção da notícia, – buscar fontes, dados comprovados, informações relevantes – o jornalista tem agora também o ofício de “desconstruir a notícia”. Eugênio Bucci (2019) explica que “*news*” não são “*fake*”, e as *fake news* não são verdadeiramente *news*. Por isso, podemos dizer que este novo trabalho do jornalista consiste em descaracterizar as notícias falsas que simulam uma linguagem jornalística. De fato, não existe uma única fonte de *fake news*, elas surgem e não há possibilidade de controlá-las, entretanto, o Jornalismo assumiu a responsabilidade de descaracterizá-las.

A exemplo disso, a plataforma brasileira de conteúdos UOL, controlada pelo Grupo Folha, criou, em janeiro de 2017, a editoria UOL Confere, uma iniciativa que conta com uma equipe de repórteres que realizam a checagem de notícias contextualizando os fatos, apontando dados, números e desdobramentos. A plataforma ganhou força com a explosão de notícias falsas nas eleições de 2018.

O serviço se apresenta como necessário, considerando o estudo realizado em 2018 pelo Instituto Ipsos, intitulado “Fake news, filter bubbles, post-truth and trust”⁴, em que 62% dos entrevistados no Brasil admitiram ter acreditado em notícias falsas até descobrirem que não eram verdade (IPSOS, 2018). Por este motivo, realizamos a observação virtual do portal em todo o mês de setembro de 2019, com a execução de levantamento, catalogação e análise dos conteúdos.

PÓS-VERDADE NO CENÁRIO DAS FAKE NEWS

O impacto tecnológico marcou o jornalismo do século XIX e continua marcando até o presente, reforçando o imediatismo, como aponta Traquina (2004). Se o advento do telégrafo permitiu o funcionamento dos jornais em tempo real, o surgimento do *smartphone* promoveu uma maior circulação de notícias instantaneamente. A democratização do acesso à informação e à tecnologia, sem dúvidas, é algo positivo para a

³ Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/confere/>>.

⁴ Fake news, bolhas de filtro, pós-verdade e verdade (tradução nossa).

sociedade. Todavia, é necessário que as informações que circulam sejam reais para que não se tornem desinformação.

As *fake news* não são um fenômeno recente, mas é possível perceber, como ressalta Lorena Alves (2018), que a produção delas se adequa às interfaces das redes sociais digitais. São conteúdos que contêm informações claras que carregam mensagens alusivas e fáceis de serem interpretadas e captadas rapidamente pelo olhar que acompanha o *feed* de notícias. A facilidade de compartilhar conteúdos é outro fator que auxilia na divulgação das notícias falsas. De acordo com um estudo realizado pela Universidade de Columbia e o Instituto Nacional da França em 2016, 59% dos links compartilhados no *Twitter* não recebiam o click dos usuários para ler o conteúdo (DEWEY, 2016). Desta maneira, apenas uma manchete atraente é capaz de garantir que o conteúdo chegue muito longe.

Para D’Ancona (2018) postar uma mentira on-line é a forma mais rápida e poderosa de espalhá-la, especialmente, porque “quando alguém com uma conta no *Twitter* pode reivindicar ser uma fonte de notícias, fica infinitamente mais difícil distinguir fato e mentira. Todos e ninguém são ‘especialistas’” (D’ANCONA, 2018, p. 59). Aliado a isso, existe ainda a tendência das pessoas aceitarem informações compatíveis com o que já acreditam e é nesse contexto que surge a pós-verdade.

Em 2016, o Oxford Dictionaries escolheu “pós-verdade” como sua palavra do ano, definindo-a como forma abreviada para “circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal. Sua exata etimologia é contestada, embora haja um consenso geral de que foi utilizada pela primeira vez em 1992, na revista *The Nation*, em um artigo do escritor sérvio-norte-americano Steve Tesich (D’ANCONA, 2018, p. 20).

POLÍTICA E PÓS-VERDADE

A política se mostrou um espaço propício para a propagação de *fake news* com a justificativa de que pontos de vista diferentes podem ser encarados como verdades diferentes, dessa forma, cada um escolhe o que acredita ser mais conveniente. As eleições presidenciais de 2016 nos Estados Unidos mostraram isso. Delmazo e Valente (2016) ressaltam a análise realizada pelo site *Buzzfeed News*, que demonstrou que as notícias falsas nos últimos três meses da campanha geraram mais engajamento no *Facebook* que as mais importantes de veículos de comunicação como *The New York Times*, *Washington Post*, *Huffington Post*, *NBC News*, entre outros.

O reforço dos representantes políticos como pessoas que acreditam em suas próprias verdades contribui com esse cenário. Conforme ressalta D’Ancona (2018), Trump disse, em sua primeira entrevista coletiva como presidente, que havia alcançado, desde Ronald Reagan, a maior vitória no colégio eleitoral. Entretanto, em 2008, Obama havia assegurado 61 a mais que Trump. Refutado, ele respondeu que falava dos republicanos, mas George H. W. Bush também conquistou mais votos que ele em 1988. Então, o presidente apenas replicou que na realidade havia visto essa informação em algum lugar, mas que teria sido uma vitória bastante substancial, o que justificava a afirmação. (D’ANCONA, 2018).

Sem dúvidas, não é possível desvencilhar as *fake news* do cenário dos avanços tecnológicos, com a ideia da “desintermediação” (CRUZ, 2019, p. 27) das notícias pelos canais tradicionais de comunicação, e o contexto de crise no sistema político-partidário. No Brasil, as *fake news* também ganharam destaque em 2016, ano em que ocorreu o *impeachment* da então presidente Dilma Rousseff e foram ganhando ainda mais força com os resultados da Operação Lava Jato e as eleições governamentais de 2018.

Foi nessa conjuntura que surgiu o “fenômeno Bolsonaro”, que para além da ideologia política, deve ser “entendido na esfera dos valores”, como apontam Fernanda Bruno e Tatiana Roque (2019). As autoras lembram que a defesa de valores familiares se constituiu como ponto mais importante do que a veracidade na política. Segundo dados levantados por UFMG e USP, as oito imagens falsas mais compartilhadas num conjunto de 347 grupos públicos de WhatsApp monitorados num período anterior ao primeiro turno eleitoral de 2018 não fazem menção direta aos candidatos à Presidência, mas às ideias e valores da campanha de Jair Bolsonaro.

A Inteligência Artificial (IA) também ganhou seu espaço nesse ambiente e começou a ser utilizada para a criação de conteúdo falso de forma automatizada. Assim, surgiram as *deepfakes* – combinação de *fake news* com inteligência artificial. Além da possibilidade de criar as notícias falsas, a IA também é capaz de interferir como e onde as notícias chegam, direcionando-as para “bolhas”. Como sinaliza Dora Kaufman (2019), “deslocamos o *gatekeeper* humano para o algoritmo, que capta, organiza e dá acesso à informalização digitalizada” (KAUFMAN, 2019, p. 52).

O surgimento de empresas especializadas em disparo de mensagens em massa foi uma possibilidade oferecida pela Inteligência Artificial. Em 2018, durante a campanha eleitoral, empresários contrataram pacotes de mensagens em massa contra o PT (MELLO,

2018). Mais tarde, foram descobertas evidências de que tanto as campanhas de Jair Bolsonaro (PSL), como de Fernando Haddad (PT), que disputaram o segundo turno presidencial, utilizaram serviço de distribuição de mensagens em massa (REBELLO; COSTA; PRAZERES, 2018). Ainda mais recente, estudos realizados por pesquisadores da FESPSP e da UERJ revelaram que o presidente Jair Bolsonaro contou com um exército de robôs virtuais que apoiaram as manifestações pró-governo e contra o Congresso Nacional em 15 de março de 2020 (PADUAN, 2020).

A revelação desses dados, especialmente realizada por veículos comunicacionais provocam a insatisfação do presidente e seus apoiadores quanto esses veículos e, a exemplo de Trump, Bolsonaro reforça um contexto de pós-verdade, para desacreditar a imprensa e justificar seus atos. Nesse sentido, a atividade jornalística é desacreditada como um todo e cria-se um cenário de perseguição política. Afinal, com tantas notícias em apoio ao presidente, quem estaria certo? Cada um escolhe o seu lado.

Chegamos, então, a um impasse. Traquina (2004) aponta para a teoria democrática de Christians, Ferre e Fackler (1993), que apresenta que o jornalismo deve ser um veículo de informação para garantir aos cidadãos as ferramentas indispensáveis para exercer seus direitos e sua voz em seus interesses e questões (CHRISTIANS; FERRE; FACLER, 1993 apud TRAQUINA, 2004). Nesse sentido, o jornalismo não pode se enquadrar como uma função de provocar dúvidas através de informações enganosas. É dever do jornalista informar com veracidade, para que não existam dubiedades.

EDITORIA UOL CONFERE NA BATALHA CONTRA NOTÍCIAS FALSAS

O *fact-checking* é o ato de apurar a veracidade da informação através de dados e registros, ou seja, uma atividade realizada desde sempre nos veículos de imprensa. Entretanto, algumas mudanças aconteceram ao longo do tempo. De acordo com Scofield Jr. (2019), antes, o trabalho servia para evitar que erros e imprecisões chegassem aos consumidores, mas com a perda da exclusividade dos veículos de comunicação como mediadoras do debate público, isso se modificou. A primeira iniciativa da checagem e fatos como conhecemos hoje teve início no início dos anos 1990, quando Brooks Jackson, então repórter político da CNN, “inaugurou o formato de checagem posterior ao fato ao se dedicar a verificar a veracidade das propagandas políticas veiculadas na mídia americana em épocas de eleição” (SCOFIELD JR., 2019, p. 62).

O processo de consolidação da checagem de fatos, demorou ainda alguns anos para se consolidar. Em 2003, a fundação americana *Anneberg Public Policy Center* criou o *FactCheck.org*. Mas foi na campanha presidencial norte-americana de 2008, com a criação do jornal *Tampa Bay Times*, vencedor do prêmio Pulitzer *PolitiFact*, e do *Fact Checker*, do *Washington Post*, que a checagem ganhou mais força (AOS FATOS, s./ d.).

No Brasil, o *fact-checking* iniciou com projetos pontuais, como o *Mentirômetro* e o *Promessômetro* da *Folha de São Paulo*, em 2010. Entretanto, foi nas eleições de 2014 que a prática se popularizou com método. Surgiram o blog Preto no Branco, do jornal *O Globo*, e o Truco, da *Agência Pública*, mas ambos foram descontinuados após as eleições. No ano seguinte, surgiu o *Aos Fatos*, primeira plataforma brasileira a checar sistematicamente o discurso público (AOS FATOS, s. d.).

A partir daí surgiram outras plataformas de checagem de fatos, como a escolhida para análise neste artigo: o UOL Confere. Antes da criação do produto, o UOL experienciou algumas práticas de checagem, com o UOL Eleições em 2014 e 2016, mas foi apenas em 2017 que surgiu o canal permanente “com a missão de contar para o público a verdade sobre notícias falsas, e se tornar um lugar de referência e confiança para o leitor” (UOL CONTENT LAB, 2017).

Hoje, o UOL Confere é um dos 28 veículos participantes do Comprova, um projeto idealizado e realizado por jornalistas que trabalham em colaboração em prol de ratificar e esclarecer os diversos tipos de informações falsas que circulam pelas diversas mídias, reduzindo seu alcance, e, por conseguinte, seus danos na sociedade. O Comprova utiliza etiquetas para suas verificações, que foram atualizadas em novembro de 2019, e representam os seguintes conteúdos (COMPROVA, 2019):

Tabela 1 – Etiquetas de verificação utilizadas pelo Comprova

| | |
|-----------------|---|
| Enganoso | Conteúdo retirado do contexto original e usado em outro com o propósito de mudar o seu significado; que induz a uma interpretação diferente da intenção de seu autor; conteúdo que confunde, com ou sem a intenção deliberada de causar dano. |
| Falso | Conteúdo inventado ou que tenha sofrido edições para mudar o seu significado original e divulgado de modo deliberado para espalhar uma mentira. |
| Sátira | Memes, paródias e imitações publicadas com intuito de fazer humor. O Comprova verifica conteúdos satíricos quando percebe que há pessoas tomando-os por verdadeiros |

| | |
|-------------------|--|
| Comprovado | Fato verdadeiro; evento confirmado; localização comprovada; ou conteúdo original publicado sem edição. |
|-------------------|--|

Fonte: elaborado a partir dos dados do Uol Confere (2019).

Através do Comprova, o UOL Confere realiza as checagens de fatos e explica a forma como chegou à conclusão de cada publicação. A cada notícia, são explanadas quais foram as fontes originais utilizadas, destacando links e referências. Além disso, o canal contextualiza as informações, dando um panorama geral da situação que levou à circulação daquela notícia falsa.

O UOL Confere é uma plataforma que representa uma forma necessária de fazer jornalismo com técnicas que atendam ao contexto social atual e por isso a escolhemos como objeto de estudo. Como método de análise, optamos pelo estudo de caso, que se caracteriza como um modo de se investigar um tópico empírico. No estudo de caso, “o interesse primeiro não é pelo caso em si, mas pelo que ele sugere a respeito do todo”. (CASTRO *apud* DUARTE, 1977, p. 219)

Para realizar este estudo, foi efetuada a observação virtual das publicações do portal durante todo o mês de setembro de 2019. Estas foram organizadas em tabela por data, título, gênero, origem e conclusão. A seguir, a tabela com as especificações:

Tabela 2 – Levantamento das publicações do UOL Confere

| Data | Título | Gênero | Origem | Conclusão |
|---------|---|-----------------|---|-------------------------------------|
| 3-set. | É falso que Lula tenha vendido solo da Amazônia para empresa norueguesa | Imagem | Instagram e Facebook | Enganoso/Falso/Evidência Comprovada |
| 3-set. | França já fez testes nucleares na Ásia e foi processada pela poluição do ar | Discursos | Discussão de presidentes (França e Brasil) | Esclarecimento |
| 6-set. | Lei de abuso de autoridade não dá superpoderes ao STF, dizem especialistas | Tuíte | Twitter da deputada federal Carla Zambelli (PSL-SP) | Equívocada |
| 6-set. | Filme de Vereza indicado a prêmio não usou Lei Rouanet, mas nem poderia | Texto | Artigos nas redes sociais | Enganoso/Evidência Comprovada |
| 7-set. | Nordeste tem mais ONGs registradas do que a Amazônia, apontam institutos | Imagem/Montagem | Redes sociais (Facebook) | Dado inverídico |
| 11-set. | É falso que Bolsonaro tem câncer e não levou facada | Imagem/Tweet | Redes sociais | Falso |

| | | | | |
|---------|--|-----------------|---|-----------------------------------|
| 11-set. | Foto de catador de recicláveis vestido de verde e amarelo é de 2016 | Imagem | Redes sociais (Facebook) | Contexto errado |
| 13-set. | Chanceler erra ao dizer que satélites detectam fogueira como queimada | Discurso | Fala do chanceler Ernesto Araújo | Erro |
| 13-set. | Post exagera ao creditar só a Bolsonaro recursos para educação e Amazônia | Imagem | Facebook | Enganoso |
| 13-set. | É falsa afirmação de que vídeo mostra apreensão de diamante em ONG | Vídeo | Redes sociais | Falso |
| 17-set. | Ministros do STF não aprovaram "auxílio pet shop" | Corrente/texto | Redes sociais (Facebook/Whatsapp) | Falso |
| 17-set. | É falso que aviões israelenses foram enviados para apagar fogo na Amazônia | Texto e vídeo | Facebook | Falso |
| 19-set. | É montagem: faculdade não ironizou ministros do STF em outdoor | Imagem/Montagem | Redes sociais | Falso/Montagem |
| 19-set. | Nova lei eleitoral não valerá em 2020 se Bolsonaro vetar no fim do prazo | Tuíte | Twitter | Evidência Comprovada |
| 19-set. | É falso que Paulo Guedes tenha publicado tuíte criticando o Congresso | Imagem/Montagem | Facebook | Falso |
| 20-set. | Xingar o presidente é crime, mas dificilmente leva à prisão | Corrente/Imagem | Facebook | Esclarecimento |
| 21-set. | Deputados erram informações ao debater sobre agrotóxicos na Câmara | Discurso | Discursos em Câmara dos Deputados | Falso/Subestimado/Verdadeiro, mas |
| 24-set. | Veja em que pontos Bolsonaro errou e acertou durante o discurso na ONU | Discurso | Discurso do presidente na Assembleia Geral da ONU | Falso/Impreciso/Verdadeiro |
| 24-set. | É falso que Alcolumbre tenha ameaçado parar Previdência se houver protesto | Texto | Redes sociais | Falso |
| 24-set. | É enganoso post que associa foto de lixo a baderna de estudantes na UFSC | Tuíte | Twitter do empresário Luciano Hang | Enganoso |
| 25-set. | Projeto de poços artesianos no Nordeste não é de Bolsonaro, mas de Temer | Imagem | Facebook | Falso |

| | | | | |
|---------|---|------------------|--------------------|-------|
| 25-set. | Post atribui a Maia declaração falsa sobre votações no Congresso | Imagem com texto | Facebook e Twitter | Falso |
| 26-set. | Eduardo Bolsonaro publica informação e foto erradas sobre Greta Thunberg | Tuíte/Imagem | Twitter | Falso |
| 27-set. | STF decidiu não dar prazo para Justiça cobrar devolução de verba desviada | Imagem | Redes sociais | Falso |
| 27-set. | Greta Thunberg não estuda na escola mais cara do mundo, nem tem veleiro | Textos/Imagens | Redes sociais | Falso |

Fonte: elaborado a partir dos dados do Uol Confere (2019).

Ao longo dos 30 dias, foram publicadas 25 checagens, que foram realizadas de acordo a demanda de tópicos de relevância para o debate público. Todas as notícias analisadas são relacionadas à temas políticos e ideológicos, ressaltando o que foi tomado como hipótese anteriormente neste trabalho sobre como a política é um terreno fértil para o surgimento das notícias falsas. É importante ressaltar que durante este período, a pauta das queimadas na floresta amazônica estava em alta. Isso, porque, no mês anterior a cidade de São Paulo viu o céu escurecer às 15h. A explicação divulgada em diversos canais foi de que incêndios florestais teriam provocado o acontecimento. Conforme Alana Fraga (2019), meteorologistas informaram que a causa da noite prematura em São Paulo foi uma frente fria, apesar de a fumaça de queimadas no Centro-Oeste haverem chegado à capital paulista. De toda forma, a repercussão das queimadas Amazônicas já havia chegado aos veículos de comunicação internacionais, e a pauta ganhou ainda mais força.

Junto do grande número de comentários acerca do assunto, vieram também as notícias falsas. Por isso, oito, das 25 notícias analisadas pelo UOL Confere neste mês eram dedicadas a conteúdos relacionados ao meio ambiente. Além disso, uma outra análise também envolve um ponto com o tema, a que trata das informações que Bolsonaro proferiu em seu discurso na Assembleia Geral da ONU. Na ocasião, ele deu quatro declarações com informações falsas ou imprecisas sobre o assunto.

Ainda seguindo a linha de discursos, o site fez quatro publicações envolvendo a fala de personalidades políticas, incluindo o discurso de Bolsonaro para a ONU e a discussão indireta entre o presidente brasileiro e o presidente francês Emmanuel Macron. Outras informações falsas também foram divulgadas por políticos, mas em seus perfis em redes sociais, como as publicações dos deputados federais Eduardo Bolsonaro e Carla Zambelli.

Assim, a maioria das notícias falsas foram amplamente divulgadas nas redes sociais, mesmo que não tenham sido originadas lá.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A agilidade dos botões de curtir e compartilhar facilita uma vida que exige cada vez mais imediatismo. Ao mesmo tempo, pode dificultar o entendimento de realidade e, até mesmo, influenciar na manutenção da democracia. As notícias falsas não são um fenômeno antigo, mas a forma como as vemos, sim. O que, antes, era uma preocupação extrema em não divulgar uma “barriga” no noticiário virou a preocupação em qual será a próxima mentira que terá que ser desmentida.

O compromisso com a verdade passou a ser ainda mais relevante no contexto em que vivemos. O surgimento de agências de checagem de informações transformou-se numa ferramenta crucial, em que o combate a notícias falsas é praticado a partir de métodos de checagem que asseguram o jornalismo relevante, transparente e com credibilidade. O UOL Confere se consolida em vista disso, como um projeto brasileiro guiado pelo combate à desinformação e veiculação de *fake news*, que promove importante serviço à sociedade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVES, Lorena Ferreira. Fake News: contra-ataque à pós-verdade. In: ENCONTRO INTERNACIONAL DE ARTE E TECNOLOGIA. *Anais...*, Brasília, 2018. Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/779/o/26-Lorena_Ferreira.pdf>. Acesso em: 16 Jul. 2020.

AOS FATOS. **O que é checagem de fatos** – ou fact-checking?. Disponível em: <<https://www.aosfatos.org/checagem-de-fatos-ou-fact-checking/>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

BARBOSA, Mariana. “Isso a imprensa não mostra”. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 7 - 12.

BRUNO, Fernanda; ROQUE, Tatiana. “A ponta de um iceberg de desconfiança”. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 13 - 24.

COMPROVA. Projeto Comprova (institucional). Disponível em: <<https://projeto comprova.com.br/about/>>. Acesso em: 17 Jul. 2020.

CRUZ, Francisco. “Fake News definem uma eleição?”. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 25 - 35.

D’ÂNCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. Barueri: Faro Editorial, 2018.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas CL. Fake news nas redes sociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Media & Jornalismo**, v. 18, n. 32, p. 155-169, 2018. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2183-54622018000100012>. Acesso em: 18 Jul. 2020.

DEWEY, Caitlin. 6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says. **The Washington Post**, Washington, 16 jun. 2016. Disponível em: <<https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

DUARTE, Marcia. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005, p. 215 – 235.

FRAGA, Alana. Fogo na Amazônia chama a atenção do mundo e abala imagem do Brasil. **Globo Rural**, 22 ago. 2019. Disponível em: <<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Sustentabilidade/noticia/2019/08/fogo-na-amazonia-chama-atencao-do-mundo-e-abala-imagem-do-brasil.html>>. Acesso em: 19 Jul. 2020.

GALHARDI, Raul. Brasil é terreno fértil para fake news. **Observatório da Imprensa**, Campinas, número 1051, 20 ago. 2019. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/crise-na-imprensa/brasil-e-terreno-fertil-para-fake-news/>>. Acesso em: 17 Jul. 2020.

IPSOS, Public Affair. **Fake news, filter bubbles, post-truth and trust**. Disponível em: <<https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/fake-news-filter-bubbles-post-truth-and-trust.pdf>>. Acesso em: 17 Jul. 2020.

KAUFMAN, Dora. “A inteligência artificial mediando a comunicação mediando a comunicação: impactos da automação”. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 49 - 58.

MELLO, Patrícia Campos. Empresários bancam campanha contra o PT pelo WhatsApp. **Folha de São Paulo**, São Paulo, ano 98, n. 32.705, 18 out. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/empresarios-bancam-campanha-contr-o-pt-pelo-whatsapp.shtml>>. Acesso em: 18 Jul. 2020.

PADUAN, Roberta. Robôs publicaram 55% dos tuítes de apoio a Bolsonaro em 15 de março. **Veja**, 3 abr. 2020. Disponível em: <<https://veja.abril.com.br/politica/robos-publicaram-55-dos-tuites-de-apoio-a-bolsonaro-em-15-de-marco/>>. Acesso em: 19 Jul. 2020,

PÚBLICA. O que é fact-checking? **Observatório da Imprensa**, Campinas, ed. 949, 11 jul. 2017. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/checagem-de-informacoes/o-que-e-fact-checking/>>. Acesso em: 19 jul. 2020.

REBELLO, Aiuri; COSTA, Flávio; PRAZERES, Leandro. PT usou sistema de WhatsApp; campanha de Bolsonaro apagou registro de envio de WhatsApp. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 26 out. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/campanha-de-bolsonaro-apagou-registro-de-envio-de-whatsapp-pt-usou-sistema.shtml>>. Acesso em: 19 Jul. 2020.

ROCHA, Bernardo; LAVARDA, Suélen; SILVEIRA, Ada. O avanço das *fake news* e sua retratação na mídia de referência. CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. **Anais...**, Cascavel, 2018. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1477-1.pdf>. Acesso em: 19 jul. 2020>. Acesso em: 6 Dez. 2020.

SCOFIELD JR, Gilberto. “Desconstruindo as *fake news*: o trabalho das agências de fact-checking”. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019, p. 59 - 68.

SPINELLI, Egle Müller; SANTOS, Jéssica de Almeida. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como ferramenta de combate às fake News. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, mai. 2018. Disponível em: <<https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/4629/13090>>. Acesso em: 17 Jul. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: porque as notícias são como são. Vol.1. Santa Catarina: Editora Insular, 2004.

UOL. **UOL Confere**. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/confere/>>. Acesso em: 03 set. 2019.

UOL AD Lab. UOL Confere se consolida no combate à disseminação de fake news no Brasil. **UOL**, 17 mai. 2017. Disponível em: <<https://blog.publicidade.uol.com.br/2017/05/17/uol-confere-se-consolida-no-combate-a-disseminacao-de-fake-news-no-brasil/>> Acesso em: 17 Jul. 2020.