



Fact-checking e o controle da propaganda eleitoral

Fernando Gaspar Neisser (USP, Brasil)

fernando@cpdpadvogados.com.br

Silveira, Andrade Advogados.
Rua Sampaio Viana, 202, cj. 122 Paraíso
04004-001 - Sao Paulo, SP - Brasil

Resumo

O artigo discute a nocividade da mentira no debate político, apontando, contudo, ser inviável e inoportuno que o controle de conteúdo das propagandas eleitorais seja realizado pela Justiça Eleitoral. Assim, respeitando o princípio da subsidiariedade do controle judicial, apresenta uma alternativa de autoproteção coletiva que vem sendo colocada em prática nos Estados Unidos nos últimos anos, denominada fact-checking. Após explanar as principais características e o funcionamento desta atividade, traça as alterações que seriam necessárias para sua transposição à realidade brasileira.

Palavras-chave: Fact-Checking – Propaganda Eleitoral – controle judicial

Abstract

The article discusses the negative effects lies bring to the political debate, pointing, however, to be impractical and inappropriate for the election advertising content control to be carried out by the Electoral Justice. Thus respecting the subsidiarity principle of judicial review, presents an alternative of collective self-protection that has been put into practice in the United States in recent years, called fact-checking. After explaining the main features and the operation of this activity, traces the changes that would be needed to transpose it to the Brazilian reality.

Keywords: Fact-Checking – Election Advertising – judicial control

“The disinterested pursuit of truth has a long history; its origin, characteristically, precedes all our theoretical and scientific traditions, including our tradition of philosophical and political thought. I think it can be traced to the moment when Homer chose to sing the deeds of the Trojans no less than those of the Achaeans, and to praise the glory of Hector, the foe and the defeated man, no less than the glory of Achilles, the hero and his kinsfolk. This had happened nowhere before; no other civilization, however splendid, had been able to look with ‘equal eyes’ upon friend and foe, upon success and defeat [...]”.

“This is the root of all so-called objectivity – this curious passion, unknown outside the Western civilization, for intellectual integrity at any price”.

ARENDDT, Hannah, Truth and Politics.

1. A mentira e a política

A vida em sociedade exige, desde o início dos tempos, que seus membros atuem de forma política. Política é aqui compreendida em sua forma mais fundamental, como capacidade de organização da vida coletiva que pressupõe não apenas o uso da força física, mas algo mais. Este algo mais, que se perfaz no uso da palavra como forma de persuasão, exige admitir a ideia de comunicação; de transmissão de uma mensagem entre emissor e receptor.

Ensina a história, contudo, que a transmissão de mensagens é indissociável da mentira; que em sentido vulgar nada mais é que a deturpação de seu conteúdo. Para os que creem, um dos primeiros episódios que se tem registro é exatamente a falsa comunicação da Serpente com Eva, afirmando, ao contrário do quanto dissera Deus, que ela e Adão poderiam comer da árvore do bem e do mal, uma vez que nada viriam a sofrer¹.

Há, por outro lado, os que acreditam que inclusive os livros sagrados e as religiões sobre eles fundadas não passam de conjuntos de lendas e mitos, com a finalidade de melhor controlar as massas². Para estes, melhor parece ser expor a crua realidade humana examinada pelos olhos da ciência.

O psicólogo Jerald Jellison, professor da Universidade da Carolina do Sul realizou pesquisa com vinte pessoas, gravadas em áudio ao longo de vários dias. Após analisar o conteúdo das fitas, concluiu que em média cada pessoa conta por volta de duzentas mentiras por dia³.

Não apenas mente-se muito, mas desde muito cedo. Vasudevi Reddy, da Universidade de Portsmouth analisou cinquenta bebês e concluiu que ao menos desde os seis meses de idade

1. Gênesis, 3, 4-5.

2. Neste sentido é a famosa frase de Karl Marx, quando afirmou que “A miséria religiosa é, ao mesmo tempo, a expressão da miséria real e o protesto contra a miséria real. A religião é o suspiro da criatura oprimida, o âmago de um mundo sem coração e a alma de situações sem alma. É o ópio do povo”. MARX, Karl. Para a Crítica da Filosofia do Direito de Hegel. Trad. Artur Mourão. Covilhã: LusoSofia Press, 2008, p. 6.

3. Esta citação se tornou ao longo do tempo quase uma lenda urbana na internet. Pesquisando sua origem, contudo, foi possível aferir a veracidade e respectiva fonte: JELLISON, Jerald. M. I’m sorry, I didn’t mean to, and other lies we love to tell. Morris Plains: Chatham Square Press, 1977.

já iniciam o aprendizado da mentira, chorando quando nada há de errado apenas para ganhar atenção e carinho dos pais⁴. Para o pesquisador japonês Hiroko Nakayama a prática é inclusive benéfica, contribuindo para o aprendizado da vida em sociedade e o desenvolvimento emocional⁵.

Se a mentira é um fenômeno social ubíquo, praticamente universal, estranho seria se não encontrasse firme campo para vicejar na atividade política. Esta conflituosa relação foi tema de incontáveis reflexões ao longo da história, sendo que algumas das mais bem-humoradas são atribuídas ao escritor inglês Jonathan Swift. Dizia o autor que “apesar do diabo ser o pai das mentiras, ele parece ter perdido, assim como outros grandes inventores, muito de sua reputação pelas contínuas melhoras feitas em seu invento desde então”⁶.

Parte significativa do pensamento construído ao longo do tempo chega a admitir não apenas a validade, mas até mesmo a necessidade de mentira política em algumas circunstâncias. Contrapondo as noções weberianas das diferentes éticas, dos princípios e da responsabilidade, o historiador norte-americano Martin Jay postula que a segunda deve informar com maior frequência as ações do governante, sob risco de que este se preocupe mais em “salvar a própria alma do que o mundo”⁷.

Ainda que não se tenha uma visão moralista da matéria, compreendendo os limites do que pode ser buscado em termos de afastamento da mentira do debate político, parece certo que em excesso a prática é não apenas deletéria, mas pode colocar em risco os próprios fundamentos da democracia.

Há uma clara diferença em admitir que opiniões contrapostas se digladiem no campo político e outra, completamente diversa, afirmar que a verdade factual é sempre inexistente, igualando opinião a fato. A tênue linha divisória é traçada com percuciência por Antonio Maria Baggio, quando reconhece que no plano procedimental a democracia dispensa a aferição da verdade absoluta, uma vez que “para se chegar a uma decisão [...] a questão não é saber se a opi-

4. Matéria publicada no jornal The Telegraph em 01/07/2007: <http://www.telegraph.co.uk/news/science/science-news/3298979/Babies-not-as-innocent-as-they-pretend.html>. Acesso em 15/07/2015.

5. NAKAYAMA, Hiroko. Changes in the affect of infants before and after episodes of crying. *Infant Behavior & Development*, 36(4), Dezembro, 2013: 507-512.

6. A própria indicação da autoria desta frase, contida em artigo publicado em seu nome no jornal britânico The Inquirer de 09/09/1710 é, em si, falsa. Assim como o texto mais famoso sobre o tema, que lhe é atribuído – Treatise of the Art of Political Lying -, o artigo foi escrito pelo seu amigo John Arbuthnot, médico e clérigo da Corte. Ambos eram parte de um grupo chamado Scriblerus Club, juntamente com Alexander Pope e outros, mas Arbuthnot era excessivamente tímido e preferia escrever em nome de seu amigo mais conhecido. SWIFT, Johnatan. **El arte de la mentira política**. 2ª Ed. Madri: Ediciones Sequitur, 2009, pp. 68 e 88-93.

7. O autor afirma que um apego excessivo à busca pela verdade absoluta costuma desembocar em governos autoritários. Diz, deste modo, que “for ironically, truth-telling can under certain circumstances be a weapon of the powerful, while lying is a tactic of the weak. And the politician who doggedly follows his moral convictions, embracing what Weber famously called a *Gesinnungsethik* (ethic of ultimate ends), may ultimately do more harm than one who practices a *Verantwortungsethik* (ethic of responsibility). Convictions, after all, is an ambivalent virtue when compromise and flexibility may better serve the common good. For it may be fueled more by the desire – dare we call it self-serving? – to save one’s soul than to save the world. This is not a brief for cynicism or immorality nor a justification of winning ‘by any means necessary’, let alone an exhortation to give up entirely the desire to know what is the truth (at least to the extent that politics include that quest). It is just a sober recognition that politics, however we choose to define its essence and limit its contours, will never be an entirely fib-free zone of authenticity, sincerity, integrity, and righteousness. And maybe, I hope it will be clear by now, that’s ultimately a good thing too”. JAY, Martin. **The virtues of mendacity: on lying in politics**. Charlottesville: University of Virginia Press, 2010, p. 180.

nião dos cidadãos é verdadeira; mas apenas contá-las". Contudo, se tal postura é levada ao extremo chega-se a um ponto de desconfiança que mina a possibilidade da "dimensão relacional pois torna a verdade matéria apenas de escolha pessoal, limitando-a assim àquilo que é verdadeiro para o indivíduo em seu domínio privado, onde a verdade é sempre 'relativa' e não tem valor universal"⁸.

O ponto de equilíbrio no debate parece ter sido atingido no magistral ensaio de Hannah Arendt publicado na revista *The New Yorker* em 1967. A filósofa inicia admitindo que "a história do conflito entre verdade e política é antiga e complicada e nada pode ser ganho pela simplificação ou mera denúncia moral"⁹. A partir daí, preocupada com a metamorfose da história que os regimes totalitários haviam promovido, especialmente o nazismo e o stalinismo, assenta a diferença que deve haver ao tratar a questão das opiniões e dos fatos. Afinal, como se sabe, "as verdades [inclusive as factuais] se opõem às opiniões no modo de asserção de sua validade"¹⁰. As primeiras não se alteram pelo grande ou pequeno número dos que as apoiam, uma vez que amparadas em fundamento de ordem distinta; na possibilidade de contraposição com a realidade material aferível.

Para Arendt a consequência no longo prazo da reiteração da mentira factual no campo político é a disseminação de um "peculiar tipo de cinismo", "uma recusa absoluta em acreditar na verdade de qualquer coisa, não importando quão bem estabelecida ela seja". Assim, o problema não seria propriamente que as pessoas passariam a crer que o falso é verdadeiro, mas que "o sentido pelo qual nos orientamos no mundo real – e a categoria de verdade contra falsidade está entre os meios mentais para este fim – é destruído"¹¹.

Nesta linha de raciocínio é que se adota a compreensão de Kim Fridkin, Patrick Kennedy e Amanda Wintersieck, para quem, considerando as eleições um mecanismo de accountability, entendem que as democracias representativas "não podem florescer sem eleições justas, livres e regulares, caracterizadas por campanhas nas quais candidatos em competição exponham o estado atual das questões de fato e demonstrem como pretendem liderar a nação no futuro"¹².

Com estas premissas em mente é que parece correta a busca da mitigação da mentira no campo político, especialmente quando ela diz respeito a fatos, podendo com isso ser objeto de um juízo de realidade.

8. BAGGIO, Antonio Maria. Truth and Politics: The Loss of Authoritativeness in Contemporary Politics. *Journal of Dialogue & Culture*, Vol. 1, No. 1, Março, 2012: 46-60 (48).

9. ARENDT, Hannah. Truth and Politics. *The New Yorker*, 25 de fevereiro, 1967, 49-88 (49).

10. Ob. Cit. p. 52.

11. Ob. Cit. p. 78.

12. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Liar, Liar, Pants on Fire: How Fact-Checking influences Citizen's Reaction to Negative Advertising. *Political Communication*, 32:1, Fevereiro, 2015: 127-151 (145).

2. Subsidiariedade do controle judicial e autoproteção coletiva

Reconhecer a nocividade da difusão de mentiras no cenário político não implica, necessariamente, atribuir ao Estado, especificamente à Justiça Eleitoral, a tarefa de combatê-las. O tema foi objeto de detida análise em outra oportunidade, quando se perquiriu com mais vagar os óbices a uma atuação direta do controle estatal sobre o conteúdo daquilo que é difundido na propaganda eleitoral¹³.

Dentre os tópicos analisados naquela ocasião, tem pertinência ao debate aqui proposto o da subsidiariedade do controle judicial. O conceito comporta mais de um sentido, sendo o mais comum aquele que afasta a possibilidade de persecução criminal quando outras formas menos violentas de controle judicial se mostram suficientes.

Não é nesta acepção que se utiliza a subsidiariedade aqui. Indo além da sua peculiar aplicação ao Direito Penal, pode-se conceber a subsidiariedade em relação à própria judicialização. Quer-se com isso dizer que se for possível aos próprios destinatários das normas, cidadãos individualmente tomados ou a sociedade, de modo coletivo, se proteger contra a lesão causada pela divulgação de fatos inverídicos na propaganda eleitoral, então não haveria razão a justificar e legitimar a intervenção judicial.

Equivale-se de certa forma, com este raciocínio, o conceito de subsidiariedade e o de autoproteção, entendido este último nos âmbitos individual e coletivo. Afinal, não é demais recordar que *“a pessoa é o primeiro guardião de si mesma”* e *“por mais que a visão contratualista do Estado imponha admitir que os cidadãos outorguem ao Estado a proteção de sua segurança, é certo que tal ficção não pode ir além do limite do razoável”*¹⁴.

Conforme pontuado por Bernd Schünemann, *“devem eliminar-se do âmbito da punibilidade todos aqueles comportamentos frente aos quais a vítima não merece nem necessita de proteção, pois ela mesma pode se proteger suficientemente, bastando que queira”*¹⁵. Na mesma linha são as considerações de Hirsch, Seelmann e Wohlers, tratando o tema com a ideia de *“mediating principles”*, afirmando que *“se espera de vítimas potenciais que adotem medidas para sua própria proteção”*¹⁶.

Há que se reconhecer, contudo, que individualmente é difícil para grande parte da população promover a referida autoproteção. Existe uma indiscutível assimetria de informação,

13. NEISSER, Fernando Gaspar. **Crimes eleitorais e controle material da propaganda eleitoral: necessidade e utilidade da criminalização da mentira na política**. 2014. 276 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo. A versão integral está disponível na Biblioteca Digital de Teses e Dissertações da USP, no link: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2136/tde-08122014-163134/pt-br.php>. Acesso em 18/07/2015.

14. NEISSER, Fernando Gaspar. Ob. Cit. p. 192.

15. SCHÜNEMANN, Bernd. Protección de bienes jurídicos, ultima ratio y víctimodogmática. Sobre los límites inviolables del Derecho penal en un Estado de Derecho Liberal. Tradução do alemão para o espanhol de Eduardo Javier Riggi e Ricardo Robles Planas. In: VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang; ROBLES PLANAS, Ricardo (Org.). **Límites al derecho penal: principios operativos en la fundamentación del castigo**. Barcelona: Atelier, 2012, pp. 80-81.

16. VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang. Introducción. ¿Qué son los ‘mediating principles’? In: VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang; ROBLES PLANAS, Ricardo (Org.). **Límites al derecho penal: principios operativos en la fundamentación del castigo**. Barcelona: Atelier, 2012, p. 58.

além de ser desproporcionalmente alto o custo em que deve incorrer cada cidadão para que consiga depurar da propaganda eleitoral aquilo que é factualmente falso¹⁷.

Neste cenário é que ganha espaço a ideia de congregar pessoas para, de forma coletiva e estável, otimizar recursos na atividade de verificação da veracidade do quanto prolapado na propaganda eleitoral. Esta modalidade de iniciativa, denominada fact-checking¹⁸, tomou corpo nos Estados Unidos nos últimos anos, com a criação de entidades dedicadas à atividade de controle factual das mensagens de campanha.

Como será visto mais adiante, duas instituições se destacaram nesta primeira fase: FactCheck.org, ligada ao Annenberg Policy Center da Universidade da Pensilvânia, criada em 2003; e PolitiFact, lançada pelo St. Petersburg Times em 2007¹⁹.

2.1. Os obstáculos à verificação da verdade factual pela Justiça Eleitoral

Parece necessário justificar com maior profundidade as razões pelas quais o controle judicial não parece ser a melhor forma de lidar com o espraçamento de inverdades ao longo da disputa eleitoral. A questão compõe o cerne do estudo que culminou com a apresentação de dissertação de mestrado perante a Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, já referida, mas seus principais pontos merecem aqui ser expostos.

Ao estudioso do Direito, pondera-se, não cabe assumir uma postura descolada da realidade sobre a qual deve ser aplicado seu conhecimento. Como pontua criticamente Muñoz Conde, não se deve “fazer uma apologia do Direito pelo Direito, esquecendo que este não tem um valor absoluto, mas relativo”.

17. Não por outra razão é tão baixa a credibilidade da publicidade eleitoral. Conforme dito com apoio nas considerações de Hannah Arendt na nota 11, o comportamento típico acaba sendo de um ceticismo quase absoluto. Pesquisa suscitada por Daniel Weiss, editor-chefe da mais relevante revista sobre marketing eleitoral, a Campaigns & Elections, aponta que 91% dos eleitores identificam haver fatos falsos na propaganda eleitoral, enquanto 56% afirmam que isso ocorre com alta frequência. WEISS, Daniel. **Truth in advertising: Fact-Checking Outfits Monitor Claims in Political Ads**, <http://www.campaignsandelections.com/magazine/us-edition/175572/truth-in-advertising-factchecking-outfits-monitor-claims-in-political-ads.html>. Acesso em 18/07/2015.

18. Optou-se neste artigo por manter a nomenclatura em sua versão original, em Inglês fact-checking. A razão é que sua tradução literal – verificação de fatos ou factual – perde muito em força comunicativa. Ao menos até eventual construção de um conceito em língua portuguesa que melhor descreva a atividade, entende-se mais adequada a opção aqui tomada. Do mesmo modo fala-se em fact-checker e fact-check

19. Daniel Weiss diz, no mesmo artigo, que: “Political fact checking has been an occasional feature of media outlets such as the New York Times for years, though these efforts tend to be sidebars to their primary mission of news gathering. In the last decade, however, two organizations have launched full-time enterprises dedicated to political fact checking—and they have begun to make their presence felt. FactCheck.org, a project of the University of Pennsylvania’s Annenberg Public Policy Center that launched in late 2003, gained renown the next year when Vice President Dick Cheney referenced it in his debate with Democrat John Edwards in an attempt to rebut Edwards’s charges regarding Cheney’s former company, Halliburton. (Ironically, Cheney misstated the Web address as FactCheck.com, and media focus on his solecism brought the organization even more attention). PolitiFact, launched by the St. Petersburg Times in 2007, won a Pulitzer Prize for its coverage of the 2008 presidential campaign. The Pulitzer board’s citation saluted it for examining “more than 750 political claims, separating rhetoric from truth to enlighten voters.” Over the last two years, PolitiFact has expanded its mission to fact-check members of Congress and the White House as well as other political players, rendering judgments with the six settings of its “Truth-O-Meter”: True, Mostly True, Half True, Barely True, False and Pants on Fire. (The latter is reserved for claims that are not only inaccurate but ridiculously so.) It has also partnered with local papers to set up state-based operations in Florida, Wisconsin, Texas, Ohio, Virginia, Georgia, Oregon and Rhode Island”.

uma vez que “o *Direito* [...] não é mais que um instrumento posto a serviço dos fins da comunidade”. Assim, “o edifício sistemático perderá em beleza, mas ganhará em funcionalidade e eficácia”²⁰. Deste modo, dois elementos devem entrar na ponderação quanto à implantação de um modelo judicial de controle: sua viabilidade, ou seja, a possibilidade de que seja conduzido com sucesso; e a oportunidade de sua realização, se os custos envolvidos não superam os possíveis benefícios.

Quanto à viabilidade, pergunta-se se a Justiça Eleitoral é capaz, pelos meios à sua disposição, de aferir a veracidade daquilo que se divulga como propaganda eleitoral. A preocupação aqui reside em evitar as promessas que não podem ser cumpridas, cujo acúmulo sempre retira aos poucos a legitimidade da atuação do Estado.

A dificuldade reside na quase impossível compatibilização entre análise objetiva, garantia dos meios de defesa, tempo escasso para produzir decisões judiciais e confusão epistemológica entre as noções de fato e opinião, verdade e veracidade.

O que se verifica, no mais das vezes, é uma atuação propositalmente comedida, na medida em que as saudáveis amarras que o devido processo legal impõe não permitem ao Poder Judiciário afirmar peremptoriamente a falsidade de muitas das mensagens publicitárias avaliadas. Muitas vezes os fatos estão emaranhados com opiniões e juízos de valor²¹. Em outras a mensagem transita na zona cinzenta entre veracidade e falsidade que, com razão, a Justiça Eleitoral prefere deixar para análise do eleitor.

A Justiça Eleitoral, até por força de necessária restrição legal à ideia de tipicidade das condutas ilícitas, fica limitada em suas manifestações ao binômio licitude-ilicitude. Não lhe cabe, por exemplo, afirmar que um conteúdo é parcialmente veraz. Que mesmo sendo verdadeiro, foi descontextualizado. Ou, ainda, que uma mensagem, conquanto factualmente correta, pode levar a conclusões equivocadas. Esta flexibilidade somente pode ser observada em mecanismos não judiciais de controle, como o aqui proposto.

No plano da oportunidade também não são boas as perspectivas da atuação estatal no controle do conteúdo da propaganda eleitoral. Inicialmente, pelo efeito de esfriamento do debate público que acarreta esta modalidade de intervenção²².

20. MUÑOZ CONDE, Francisco. Introducción. In: ROXIN, Claus. Política criminal y sistema del derecho penal. 2ª ed. Buenos Aires: Hamurabi, 2002, p. 23.

21. Conforme leciona Javier Augusto de Luca, “não vige para as opiniões os standards das narrações de fatos, apesar dos problemas já vistos de separar um e outro”. Nesta senda, “a expressão de ideias e opiniões se inscreve no direito de crítica dos atos dos poderes e personagens políticos insertos em questões de interesse coletivo”. AUGUSTO DE LUCA, Javier. La veracidad, las expresiones y el derecho penal. In: MIR PUIG, Santiago; CORCOY BIDASOLO, Mirentxu (Dir.). Protección penal de la libertad de expresión e información. Valência: Tirant lo Blanch, 2012, p. 76. Tradução livre.

22. O tema tem amparo já no pensamento de John Stuart Mill e em sua luta contra a censura. O autor afirma que “the opinion which it is attempted to suppress by authority may possibly be true. Those who desire to suppress it, of course deny its truth; but they are not infallible. They have no authority to decide the question for all mankind, and exclude every other person from the means of judging. To refuse a hearing to an opinion, because they are sure that it is false, is to assume that their certainty is the same thing as absolute certainty. All silencing is an assumption of infallibility. Its condemnation may be allowed to rest on this common argument, not the worse for being common. Unfortunately for the good sense of mankind the fact of their fallibility is far from carrying the weight in their practical judgment which is always allowed to it in theory; for while everyone well knows himself to be fallible, few think it necessary to take any precautions against their own fallibility, or admit the supposition that any opinion, of which they feel very certain, may be one of the examples of the error to which they acknowledge themselves to be liable. Absolute princes, or others who are accustomed to unlimited deference, usually feel this complete confidence in their own opinion on nearly all subjects”: MILL, John Stuart. **On liberty and other writings**. Nova Iorque: Classic Books International, 2010, p. 19.

Como se intui, até por sua finalidade primária, o controle judicial promove a coerção em relação às condutas previstas nas normas proibitivas. Em outras palavras, a ideia é que os destinatários das normas, temerosos de sofrerem os efeitos negativos da pena, respeitem a lei.

Ocorre que as leis costumam ser polissêmicas e, no caso concreto, como visto em face do problema da viabilidade do controle, nem mesmo a Justiça Eleitoral parece ter suficiente segurança para afirmar que um conteúdo é ou não falso. Quiçá se pode exigir maior precisão do cidadão no momento de aferir os limites da proibição²³.

Com isso, previsível que parte das pessoas deixe de comunicar fatos e opiniões no período eleitoral, com receio de atrair a sanção prevista no ordenamento jurídico. Em ao menos uma parcela dos casos, contudo, parece certo que aquilo que seria divulgado não incorreria em violação da norma e, portanto, superaria o controle judicial.

Ante a mera existência do controle estatal, contudo, estas informações deixam de ser veiculadas aos cidadãos, pelo mecanismo exposto de autocensura, acarretando o mencionado esfriamento do debate público, em fenômeno denominado “chilling effect” pela doutrina²⁴.

Por fim, entende-se que o controle por parte do Poder Judiciário tem um forte componente paternalista e contribui, por si só, para a manutenção do corpo político em estado de infantilização.

Quando o cidadão se depara com a conhecida tela azul, dando contra que determinada publicidade foi retirada do ar em razão das falsidades que continha, algumas são as conclusões

23. “Na raiz do fenômeno da autocensura está a plurivocidade dos comandos transmitidos pelas normas jurídicas. Com isso se quer dizer que um mesmo comando pode ser – e comumente o é – interpretado de formas diversas pelos seus receptores, levando-os a comportamentos que não necessariamente se adequam aos limites previstos quando instituída aquela mesma norma. Há, ainda, relação direta entre o grau de subjetivismo trazido na norma e a amplitude de interpretações possíveis dadas a ela. Um exemplo pode facilitar a compreensão desta assertiva. Pense-se a fixação de limites de velocidade para o tráfego de veículos em uma determinada via. A norma é aparentemente objetiva, pois a limitação se dá em termos numéricos, afetando uma grandeza física que é a velocidade média. Mesmo assim, alterações mecânicas nos instrumentos que aferem esta grandeza – no próprio veículo do condutor ou nos mecanismos de controle (radares) – impõem que o Poder Público faça, ao final, correções na medição. Com isso, aquele número, inicialmente tomado como objetivo, passa a ser compreendido no momento de verificação da ocorrência da infração como um gradiente; então, pune-se apenas aquele que excedeu não o próprio limite normativo, mas este limite acrescido de uma faixa de tolerância. Ademais, o receio de superar o limite objetivo faz com que parte dos motoristas conduza seus veículos mantendo velocidade média inferior à máxima autorizada. Se esta reflexão for verdadeira mesmo para normas supostamente objetivas, quiçá terá ainda maior escopo de aplicação em hipóteses vastamente subjetivas, como aquela aqui tratada, referente à divulgação de fatos sabidamente falsos na propaganda eleitoral. Conforme já salientado, o próprio Poder Judiciário tem imensa dificuldade na aplicação deste tipo de norma, esbarrando em obstáculos hermenêuticos que tornam, por vezes, impossível constatar um ou mais aspectos do tipo penal. A falsidade dos fatos, a consciência desta mesma inverdade pelo interlocutor e a potencialidade de influência sobre a formação da vontade do eleitor são elementos típicos de difícil circunscrição”: NEISSER, Fernando Gaspar. Ob. Cit. pp. 233-234.

24. Esta é a posição da mais abalizada doutrina, de Jónatas Machado, quando afirma que “a ordem jurídica não pretende reagir contra toda e qualquer descortesia, o discurso emocional e a hipérbole retórica”, pois “uma proteção ampla das liberdades de comunicação terá necessariamente como consequência a presença de utilizações abusivas das mesmas, ao passo que uma pronta penalização destas utilizações teria necessariamente um efeito inibidor (chilling effect)”. Diferentemente do dever de maior cautelar atribuído aos jornalistas, “semelhante dever não pode estender-se à generalidade dos cidadãos, pelo que terá necessariamente de ser concedida maior margem para exageros e abusos”. Assim, “uma sociedade democrática e aberta deve saber viver com os excessos discursivos, que frequentemente trazem em si mesmos a sua própria condenação”: MACHADO, Jónatas E. M. **Liberdade de expressão: dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social**. Coimbra: Coimbra Editora, 2002, pp. 790-791.

a que inconscientemente chega. Em primeiro lugar pensa, por óbvio, que aquela publicidade era falsa; e se fosse apenas essa a mensagem comunicada pela decisão judicial não haveria problema.

Ocorre que disso decorre concluir também que há alguém fazendo a clivagem do conteúdo das propagandas eleitorais. E mais, que este alguém não é ele, eleitor. Tal sentir desobriga o cidadão de arcar com uma responsabilidade que é sua, a ser dirimida de modo individual ou coletivo, mas jamais delegada ao Estado.

Além disso, se determinada publicidade foi retirada do ar ou se concedeu direito de resposta, pensamento lógico que se extrai é que todas as demais são verdadeiras. Afinal, se não fossem, também teriam sido alvo do implacável controle estatal²⁵.

Esta conclusão não poderia ser mais falsa ou prejudicial ao desenvolvimento da cidadania. Ela macula aquele saudável ceticismo que deve informar as atitudes dos cidadãos diante do debate político, ceticismo diverso daquele negativo mencionado por Hannah Arendt. Como leciona um dos pioneiros da análise da propaganda política, Oliver Thomson, “a resposta às preocupações sobre a manipulação por qualquer grupo [...] não é a censura, mas fazer as audiências mais conscientes de que vários grupos estão tentando manipulá-la; como eles fazem isso; porque e quando”²⁶.

25. Na mesma linha são as ponderações de Francisco Teixeira da Mota, quando assenta, em tema correlato, que este “castrante paternalismo” considera que as pessoas são “incultas, primárias, acriançadas e despidas de espírito crítico – só leem rótulos só percebem o que é evidente, que é necessário se proteger”, buscando delas afastar “o confronto com opiniões ou informações polêmicas, agressivas e contundentes sobre as figuras do poder já que não são capazes de pensar por si próprias e tudo o que lerem ou que ouvirem tomam como verdadeiro”: TEIXEIRA DA MOTA, Francisco. **A liberdade de expressão em tribunal**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2013, p. 98.

26. O autor acrescenta que “the only way to avoid dictatorship of taste, attitude, by one leading group or another is to train audiences to discriminate, particularly by being able to recognize the cruder techniques of emotional cybernetics. Thus a degree of immunization can be built up. People can be insulated to some extent against the worst effects of propaganda, even the most subtle kind”. THOMSON, Oliver. **Mass persuasion in history: a Historical Analysis of the Development of Propaganda Techniques**. Nova Iorque: Crane, Russak & Company, 1977, p. 131.

3. O surgimento do fact-checking

Como afirmam Brendan Nyhan e Jason Reifler, “*uma das mais significativas inovações no jornalismo norte-americano ao longo da última década foi o crescimento do fact-checking como uma nova abordagem de cobertura política*”²⁷. A leitura corrente interpreta o movimento de fact-checking como “*a última de uma série de inovações à prática jornalística que têm feito a forma de produzir notícia desde o nascimento do jornal moderno*”²⁸.

Uma linha do tempo da evolução das escolas jornalísticas foge do escopo deste trabalho. Contudo, importa destacar que se identifica com clareza o surgimento do chamado “jornalismo objetivo” a partir da década de 1920, com a criação de associações de profissionais da área e a adoção de códigos de conduta, com o intuito de prestigiar uma cobertura imparcial. Ao longo das décadas que se seguiram, contudo, muito provavelmente em função da melhora do nível de instrução de leitores e jornalistas, o foco paulatinamente alterou-se para uma abordagem mais analítica e interpretativa dos acontecimentos. Encaixa-se nesta forma de tratamento da notícia a contumaz crítica formulada durante a Guerra do Vietnã e a reportagem que deu origem ao escândalo Watergate²⁹.

A multiplicação dos canais de mídia, tanto escrita quanto televisionada, incrementando a concorrência pela audiência, aliada à necessidade cada vez mais premente de garantir um financiamento comercial deste tipo de atividade, contribuíram, nos anos que se seguiram, para uma profunda alteração na cobertura da disputa política, especialmente a eleitoral. Este fenômeno é concomitante ao aumento vertiginoso da importância e dos consequentes gastos das campanhas eleitorais com a transmissão de propagandas na televisão e no rádio.

Esta nova modalidade de cobertura, ao contrário do caráter crítico e analítico da que a precedeu, passou a tratar a disputa eleitoral como um jogo, uma novela em episódios ou uma corrida de cavalos. A audiência passou a acompanhar o dia a dia das campanhas em busca de escândalos, acusações e querelas anedóticas. As empresas de mídia, especialmente na televisão, temerosas de perder as volumosas aquisições de tempo de transmissão em suas grades feitas por candidatos, cada vez mais relevantes em seus balanços, relegaram a um segundo plano

27. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **Estimating Fact-checking's Effects: Evidence from a long-term experiment during campaign 2014**. Pesquisa encomendada pelo American Press Institute e pelo Democracy Fund. 28 de abril de 2015. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAAhUKEwiYltmZwoHHAhXLgpAKHSmNBoo&url=http%3A%2F%2Fwww.americanpressinstitute.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2Festimating-Fact-Checkings-Effect.pdf&ei=22S5Vdi8HsuFwgSpmpRQCA&usq=AFQjCNFeo45QMG7c5ZJ1y-HQmKVIuHPsaQ&sig2=yxdP7RDJNSVHieoCq4tIEg&bvm=bv.99028883,d.Y2I>. Acesso em 15/07/2015. p. 1.

28. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Diffusion of Fact-checking: Understanding the growth of journalistic innovation**. Pesquisa encomendada pelo American Press Institute e pelo Democracy Fund. Ainda não publicada em periódico. 22 de abril de 2015. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCoQFjACahUKEwjcodSMxYHHAhXChJAKHTTr_C30&url=http%3A%2F%2Fwww.americanpressinstitute.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FThe-Growth-of-Fact-Checking.pdf&ei=5We5VZybHMKJwgS6_q_oBw&usq=AFQjCNEQwNf69m0NjsLitPxWYoziC4Sbqg&sig2=dmfZ0VFytn_-k6GfXBE9Og&bvm=bv.99028883,d.Y2I&cad=rja. Acesso em 15/07/2015. p. 2.

29. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Diffusion of Fact-checking: Understanding the growth of journalistic innovation**. pp. 2-3.

a busca pela verdade factual, preferindo adotar uma posição neutra de apenas ouvir os dois lados de cada história, no que se conhece por cobertura “he said-she said” ou “ele disse-ela disse”³⁰.

Em contraposição a esta tendência, ainda na década de 90 do século XX, tem início uma tímida reação de parte da imprensa, com experiências conhecidas por ad-watch³¹. Tratava-se de um espaço dedicado na cobertura jornalística de televisão e da mídia impressa à análise de algumas peças de propaganda eleitoral que haviam sido veiculadas³². Ainda sem uma pretensão sistemática de tratamento desta informação, começava ali uma abordagem crítica ao conteúdo do quanto era divulgado aos eleitores³³.

Foi apenas nos anos 2000, mais especificamente em 2003, que surgiu a primeira entidade dedicada exclusivamente à atividade de fact-checking, o site FactCheck.org, do Annenberg Public Policy Center da Universidade da Pensilvânia. Conforme afirmam seus fundadores e coordenadores, Brooks Jackson e Kathleen Hall Jamieson, a entidade é um “advogado de defesa do consumidor para eleitores” e teve nove milhões de visitas em seu site nos seus primeiros dois anos, “de cidadãos buscando ajuda para se encontrar em meio ao engano e à confusão da política dos Estados Unidos”³⁴. Quatro anos mais tarde, em 2007, foram criados os outros dois empreendimentos de caráter estável e nacional que até hoje dividem com o FactCheck.org a primazia desta modalidade de cobertura nos Estados Unidos, o PolitiFact, do periódico St. Petersburg Times³⁵ e o Fact Checker, do prestigiado jornal Washington Post³⁶.

30. Michael Dobs, um dos primeiros profissionais da área de fact-checking, narrou em 2012 que sua motivação para iniciar este serviço no jornal Washington Post “was motivated in large part by a sense that Washington reporting had strayed away from the truth-seeking and truth-telling tradition... Truth-seeking and truth-telling were relegated to the sidelines of journalism, rather than assuming their rightful place, at the center”: GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Ob. Cit. p. 3.

31. “While televised news coverage of political advertising had been increasing since the early 1970s (Kaid, Gobetz, Garner, Leland & Scott, 1993), the actual scrutiny of political ads by the U.S. mainstream press gained prominence during the 1992 presidential election (Cappella & Jamieson, 1994; Just, Crigler, Alger, Cook, Kern & West, 1996; Pfau & Loudon, 1994). Prompted by the notoriously deceptive attack ads from the previous presidential election of 1988, political ad watches were implemented by both broadcast and print reporters to police the ads for “fairness and accuracy” (Cappella & Jamieson, 1994, p. 343). Primarily, adwatches were intended to “reduce the net influence of misleading ads” (Pfau & Loudon, 1994, p. 326), “encourage restraint by creators of political commercials” and enable corrective information to be disseminated to voters (Cappella & Jamieson, 1994, p. 345; also see Jamieson & Waldman, 2000). More than just drawing attention to political advertising, adwatches entail critiques by the media to inform the voting public about the accuracy of claims made in political ads (Kaid et al., 1996)”. AMAZEEN, Michelle. **Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable**. 2012. 305 f. Tese (Doutorado em Filosofia). Faculdade de Filosofia da Universidade Temple. p. 25.

32. “In fact, the first incarnation of fact-checking was the introduction of the ‘ad-watch’ during the 1990 presidential election when the news media began to critique the candidates’ advertisements as a way of... inform[ing] the public about claims made that are either exaggerated or false’ (Pfau & Loudon, 1994, p. 326)”. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. p. 128.

33. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Ob. Cit. pp. 3-4.

34. JACKSON, Brooks; JAMIESON, Kathleen **Hall. unSpun: finding facts in a world of disinformation**. Nova Iorque: Random House, 2007, p. xi.

35. Atualmente o PolitiFact é vinculado ao jornal Tampa Bay Times.

36. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. p. 128.

Ao menos desde as eleições presidenciais norte-americanas de 2008 o movimento ganhou caráter nacional e multiplicou seu campo de atuação e relevância no cenário político e midiático. Foi neste ano que a questão ganhou relevo nacional, com o esclarecimento do rumor disseminado durante a campanha eleitoral com relação ao local de nascimento do então candidato democrata Barack Obama. Dizia-se, à época, que seu nascimento ocorrera no Quênia, o que impossibilitaria sua candidatura presidencial. Após um detalhado trabalho de verificação, FactCheck.org e PolitiFact vieram a público anunciar a falsidade da informação, apresentando as respectivas provas documentais³⁷.

Em 2012 o PolitiFact tinha “trinta e seis repórteres e editores trabalhando em onze estados e produzindo mais de oitocentas verificações nas eleições presidenciais e centenas mais relativas às eleições para a Câmara e o Senado”³⁸. No início de 2015, uma contagem apontava a existência de vinte e nove iniciativas e fact-checking nos Estados Unidos, “apenas cinco das quais estabelecidas antes de 2010”³⁹. Outra fonte fala em dúzias de “operações dedicadas a fact-checking em todo o país, conduzidas em muitos casos como parcerias com canais de mídia ou entre eles e organizações cívicas, universidades e afins”⁴⁰.

O movimento não se conteve apenas nas fronteiras norte-americanas, tendo sido estruturado em dezenas de países nos últimos anos. O Reporter’s Lab da Universidade Duke mantém um banco de dados atualizado de todas as iniciativas, contando-se atualmente estruturas em países como Egito, Nigéria, Tunísia, África do Sul, Afeganistão, Índia, Filipinas, Coreia do Sul, Turquia, Austrália, Nova Zelândia, Argentina, Colômbia, Costa Rica, Chile e Brasil⁴¹.

37. O episódio é objeto de detalhada descrição na tese de doutorado de Lucas Graves: “Conventional news outlets could, in turn, cite the work of the fact-checkers to challenge the rumors. After CNN host Lou Dobbs questioned Obama’s birthplace on his program in 2009, NPR’s Morning Edition featured FactCheck.org founder Brooks Jackson to offer an authoritative rebuttal. ‘This is nonsense,’ Jackson declared on the air. The NPR narrator continued: ‘That’s Brooks Jackson, a former senior investigative reporter for the Wall Street Journal and for CNN itself. He now runs FactCheck.org, a nonpartisan outfit associated with the University of Pennsylvania’s Annenberg Center’”. GRAVES, Lucas. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. 2013. 312 f. Tese (Doutorado em Filosofia). School of Arts and Science. Universidade Columbia. p. 121.

38. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. p. 127.

39. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. Ob. Cit. p. 1.

40. GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview. Media Policy Initiative Research Paper. New America Foundation. Fevereiro. 2012. p. 3. Para exemplificar o crescimento da atividade de fact-checking, os autores consultaram o banco de dados Nexis e apontaram que entre 2000 e 2001 não há uma única referência à verificação factual no discurso anual do Presidente ao Congresso (State of the Union address). Em 2003 e 2004 apenas uma iniciativa foi identificada, conduzida pela agência Associated Press. Em 2011, contudo, dúzias de entidades realizaram este tipo de verificação quanto ao discurso presidencial, com destaque para análises em tempo real transmitidas pela internet e em canais de televisão. Ob. Cit., p. 4.

41. A listagem completa, com os links para cada uma das entidades pode ser encontrado em: <http://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em 15/07/2015. As duas iniciativas brasileiras, o blog Preto no Branco, do jornal “O Globo”, e o Truco, mantido pela Agência de Reportagem e Jornalismo Investigativo Pública se limitaram, ao menos pelo que se vê em seus respectivos sites, à cobertura das eleições de 2014. Os sites podem ser encontrados em <http://oglobo.globo.com/blogs/preto-no-branco/>. Acesso em 15/07/2015. E <http://apublica.org/truco/>. Acesso em 15/07/2015.

4. Conceito e estruturação da atividade de fact-checking

De forma sucinta a atividade de fact-checking pode ser definida como uma forma de jornalismo de prestação de contas, dedicada a dar publicidade a erros factuais, independentemente de sua fonte⁴². Vale transcrever, por sua relevância, a definição dada pelo American Press Institute:

Fact checkers e organizações de fact-checking têm por finalidade aumentar o conhecimento disponível, emitindo relatórios mediante a pesquisa de alegados fatos contidos em declarações publicadas ou gravadas feitas por políticos ou quaisquer outras pessoas cujas palavras tenham impacto na vida de outros. Fact checkers investigam fatos verificáveis e seu trabalho é livre de vinculações partidárias, defesa de temas políticos ou retórica.

O objetivo do fact-checking deve ser o de fornecer informação clara e rigorosamente controlada aos consumidores, para que eles possam usar os fatos de modo a fazer escolhas plenamente conscientes no ato de votar ou em outras decisões essenciais⁴³.

A partir do conceito exposto é possível examinar a forma pela qual se estrutura a atividade de fact-checking e suas principais características, buscando com isso delimitar seus principais atributos e o modo pelo qual pode ser transplantado para a realidade brasileira.

4.1. Independência em relação às forças políticas

Entidades dispostas a realizar fact-checking precisam ser e parecer independentes em relação às forças político-partidárias, nesta ordem. Este é, fora de qualquer dúvida, o mais essencial requisito para que a atividade alcance a respeitabilidade que dará segurança aos seus usuários quanto à confiabilidade das verificações produzidas.

É natural que no calor da disputa política surjam diversas fontes dispostas a avaliar criticamente as peças de propaganda eleitoral e os discursos dos adversários político-ideológicos de quem as conduz. Com a disseminação das redes sociais e a facilidade com a qual são criados e mantidos blogs, nada mais simples do que produzir e disseminar este tipo de produto. Contudo, *“ainda que blogueiros partidários possam oferecer valioso material de análise, eles em geral não têm credibilidade entre grandes audiências, pois seu trabalho é limitado à oposição”*⁴⁴.

Pode-se dizer que com a profusão de fontes oferecendo verificação factual no cenário público, a grande divisão se dá entre *“fact-checkers apartidários e aqueles com agenda política própria”*. Estes últimos, contudo, são vistos mais como ferramentas na campanha política em curso do que propriamente como fornecedores de uma informação pretensamente isenta⁴⁵.

42. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*, DOI 10.1080/08913811.2014.993890. Pub. em 19/01/2015. Artigo obtido por e-mail diretamente da autora em 14/07/2015. p. 3.

43. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 4.

44. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 3.

45. GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. **The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview**, pp. 6-7.

Pesquisa de campo conduzida por Lucas Graves e Tom Glaisyer colocou à prova a percepção de que entidades de fact-checking independentes conseguem atingir públicos mais amplos, com maior credibilidade na informação produzida. Para tanto, analisaram a replicação na internet dos conteúdos produzidos por diversos sites da área, partidários e independentes. Distribuindo as fontes de acordo com sua valência política – ou seja, sua proximidade com as pautas “progressista” e “conservadora”, na gramática política norte-americana – e nível de politização⁴⁶.

Os resultados foram bastante contundentes, confirmando a hipótese adotada. Fontes ligadas ao campo progressista, como *politicalcorrection* e *mediamatters*, ou conservador, e.g. *newsbuster*, ainda que mantenham um grande público, têm sua influência restrita aos eleitores já próximos de cada polo ideológico. Ademais, suas avaliações factuais acabam sendo reproduzidas quase que exclusivamente por meios de comunicação igualmente partidários, como é o caso da MSNBC e FOX News, respectivamente.

Por outro lado, as três entidades de âmbito nacional e reconhecidas por sua independência – PolitiFact, FactCheck.org e Washington Post Fact Checker – são visualizados no campo intermediário do espectro político pelos seus leitores. Deste modo, recebem audiência de ambos os lados e ainda daqueles eleitores identificados com o centro político. Por fim, meios de imprensa considerados mais neutros, como CNN, ABC e a agência Associated Press repercutem com amplitude seus conteúdos⁴⁷.

Parece fora de dúvida, conforme demonstrado, que ser reconhecido pelo público como independente é fator necessário para a obtenção de credibilidade, ampliando com isso a repercussão das verificações produzidas pelos meios tradicionais de imprensa.

4.2. Objetividade e fixação de critérios pré-determinados de seleção

Algumas das mais severas, contundentes e justificadas críticas endereçadas ao movimento de fact-checking dizem respeito à falta de critérios objetivos na condução deste tipo de atividade. Diversas são as etapas que merecem atenção e cujos resultados, se enviesados os métodos adotados, podem conduzir a conclusões igualmente desequilibradas.

Deixando de lado as críticas de ordem estritamente política, veiculadas por candidatos insatisfeitos com o que se afirma acerca de suas colocações, tem especial relevo aquelas formuladas no âmbito acadêmico, cabendo destaque ao trabalho de Joe Uscinski e Ryden Butler⁴⁸.

46. GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. *The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview*, pp. 12-16.

47. “In broadcast news outlets, attention to fact-checkers obeys a partisan logic: PolitiFact and FactCheck.org are mentioned mainly on ostensibly neutral outlets such as CNN, while liberal Media Matters and conservative NewsBusters get most of their attention from Fox News (on the right) and MSNBC (on the left), though not solely from their ostensible supporters. [...] FactCheck.org, PolitiFact, and the Washington Post’s Fact-Checker also receive attention mainly from political sites. However, these nonpartisan fact-checkers have been very effective in crossing the aisle, with intense but roughly equal attention from political bloggers on the left and the right”. GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. *The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview*, p. 17.

48. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. *The Epistemology of Fact Checking*. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*. DOI 10.1080/08913811.2013.843872, 25:2, Pub. em 30/10/2013. Artigo obtido por e-mail diretamente do autor em 14/07/2015, (162-180).

Segundo os autores, é possível questionar como são selecionadas as declarações e peças de publicidade que passarão por análise. Obviamente não é possível, nem seria proveitoso, que rigorosamente tudo o que for dito por um político ou por seus assessores e apoiadores seja verificado⁴⁹.

O problema da ausência de critérios previamente definidos para esta seleção é a possibilidade de que alguém que tenha mais propagandas ou declarações verificadas e, portanto, maior risco de tê-las julgadas negativamente, transparecerá ao público como “mais mentiroso”⁵⁰. Este fenômeno decorre de um viés cognitivo conhecido como “heurística de disponibilidade”, um atalho mental inconscientemente adotado que faz parecer mais comum aquilo que foi visto recentemente um maior número de vezes⁵¹.

Não seria correto, do mesmo modo, deixar a seleção a cargo da análise meramente subjetiva do “interesse jornalístico” ou “interesse público”, conceitos vagos e que, mesmo inconscientemente, embutem a percepção política do agente. Afinal, “*questões consideradas importantes pela ideologia do fact Checker podem receber mais atenção, enquanto declarações incongruentes com sua visão de mundo podem estar sujeitas a um escrutínio maior*”⁵².

Mesmo reconhecendo a validade da crítica, parece fora de dúvida que ela não inviabiliza por si só a atividade aqui debatida. Mais coerente parece ser a postura de Michelle Amazeen, quando admite a necessidade da adoção de métodos sistemáticos de escolha e análise das amostras⁵³.

Quando se realiza pesquisa científica, exige-se dos envolvidos que apresentem justificativas para a seleção dos casos que levarão em conta, explicando a razão pela qual o método escolhido não acarretará vieses nos resultados. Nada obsta que metodologia similar seja adotada, como de fato o é, para a atividade de fact-checking⁵⁴.

Reconhecendo a limitação da abrangência do trabalho de fact-checking, Michelle Amazeen sugere, nas conclusões de sua tese de doutorado, que a seleção leve em conta especifica-

49. “Given the number of claims made each day, testing the veracity of each would be an impossible task. Therefore, fact checkers must pick and choose. Which actors will have their statements checked? Which particular statements will be checked?”. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p. 164.

50. “Actors with more statements deemed false are thought to be liar, while actors with fewer statements deemed false are thought to be honest”. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p. 165.

51. O estudo dos vieses cognitivos se imbrica com o tema da percepção que os cidadãos têm com relação ao conteúdo das propagandas eleitorais assistidas, notícias apreendidas na imprensa e declarações ouvidas ou vistas. Não compete descer amiúde no tema nos estreitos limites deste trabalho, mas recomenda-se a leitura da seminal obra de Daniel Kahneman e de seus estudos em parceria com Amos Tverski. De igual modo são proveitosas as considerações de Leonard Mlodinow no tema. KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011. TVESRKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases**. In: KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011, p. 419-432. TVESRKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Choices, Values, and Frames**. In: KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011, p. 433-448. MLODINOW, Leonard. **Subliminar: Como o inconsciente influencia nossas vidas**. Rio de Janeiro, Zahar, 2012.

52. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p. 166.

53. “Fact-checkers would benefit from adopting a more systematic and transparente method of claim selection”. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 18.

54. Nem todos defendem a adoção de uma sistemática científica para a tarefa. Bill Adair, fundador do PolitiFact e atualmente professor na Universidade Duke, citado por Lucas Graves, afirma que “We’re guided by news judgement. And we are all journalists, we’re not social scientists”. GRAVES, Lucas. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. p. 143.

mente a quantidade de recurso dispendidos com a veiculação de um determinado anúncio e a sua repercussão no noticiário⁵⁵.

Assim, uma série de critérios objetivos e claros pode ser utilizada para justificar a escolha do material a ser analisado. A facilidade com que se acessa e sistematiza dados no atual estágio do desenvolvimento tecnológico permite que se leve em conta: o número de vezes que uma determinada peça publicitária foi ao ar ou a exposição em concreto dos eleitores a ela; a repercussão na imprensa tradicional que uma declaração obteve; a quantidade de vezes que um tema foi replicado na internet, em plataformas como Twitter ou Facebook⁵⁶; dentre outras formas de mensuração que possam ser determinadas de antemão.

Ainda sob a óptica da seleção de material, é preciso atentar que nem toda informação é passível de ser verificada no que toca à sua veracidade. Conforme já dito anteriormente, especialmente quando se tratou da dificuldade que a Justiça Eleitoral tem em promover o controle judicial, apenas “fatos” podem passar por este tipo de crivo. Deste modo, os critérios adotados devem conseguir excluir da análise não apenas os julgamentos políticos e morais efetuados, como também relações de causalidade inferidas⁵⁷ e postulações voltadas ao futuro⁵⁸.

Estes últimos pontos são essenciais para resguardar a credibilidade e objetividade do trabalho de fact-checking, na medida em que boa parte do discurso político toma os fatos apenas como pano de fundo, construindo sobre eles um julgamento eminentemente subjetivo; vinculando fatos em relações de causalidade supostas e, por fim, lançando predições sobre o porvir.

Imagine-se, por exemplo, que uma peça publicitária inicie com a exposição da situação da saúde em um município, afirmando que tantos leitos hospitalares foram fechados durante a gestão em curso e que uma determinada quantidade de recursos deixou de ser aplicada na área. Em seguida, o afirma-se que tais números representam a pior gestão da saúde já vista,

55. “As 70% of the paid political ads in 2008 were never evaluated by either FactCheck or PolitiFact, it is recommended that adwatchers prioritize their resources to first evaluate ads receiving significant paid media support as well as those “press ads” receiving significant free airtime. Collaborations may be necessary to determine which ads are receiving substantial amplification via the news media. As evidenced in chapter 3, FactCheck and PolitiFact were successful at this endeavor as the ads they evaluated in 2008 did air significantly more than the ads that were not evaluated. Efforts can be further prioritized by recognizing that attack ads had the greatest odds, in 2008, of containing inaccuracies among the ads that were evaluated. Furthermore, fact-checkers should consider the desperation factor. Inaccurate claim ratings were more likely when candidates were experiencing a loss of momentum as measured by declining public opinion measures”. AMAZEEN, Michelle. **Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable**. pp. 237-238.

56. O site Emergent, do Tow Center for Digital Journalism, com a missão de desconstruir rumores veiculados pela internet, justifica a escolha daquilo que é analisado pela quantidade de “shares” que recebem nas mídias sociais, por exemplo. <http://www.emergent.info/about>. Acesso em 22/07/2015.

57. Sobre o tema, definem Uscinski e Butler que “a causal claim is one that asserts a relationship between facts. [...] While definitions of causality vary, social scientists are generally cautious in asserting causal relationships because it is rarely clear which effects stem from which causes”. Mais adiante, apontam a impropriedade de se tentar avaliar este tipo de relação: “In seeking to identify causal relationships, social scientists employ a variety of methods, such as experiments, complex statistical analyses, time series, and comparative case studies. These sophisticated methodologies go beyond the set of tools available to the typical fact checker”. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., pp. 168-169.

58. De forma sintética e clara, afirmam os autores que “because the future cannot be observed, claims about the future cannot be verified and should not be checked as facts”. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p 170.

apontando que a redução da verba destinada à manutenção dos hospitais é a causa da piora dos índices. Por fim, finaliza o comercial sugerindo que se reeleito o atual mandatário, a situação tende a piorar.

Para que se promova uma análise estritamente objetiva, nos limites daquilo que é possível e desejável na atividade de fact-checking, seu escopo deve estar restrito aos dados expostos inicialmente: se é verdadeira ou falsa a informação de que tantos leitos foram extintos, bem como a quantidade de recursos efetivamente despendida. Todo o resto compõe o discurso político cuja apreciação, se oportuna ou inoportuna, convincente ou não, cabe exclusivamente ao cidadão.

Novamente entende-se que, conquanto não se trate de uma separação de simples construção, é absolutamente passível de ser realizada. O que se extrai deste subitem, contudo, é que fact-checking vai muito além de meramente reportar fatos. Com isso, ganha corpo a ideia de que, por se tratar de uma atividade que necessita amparo científico específico em sua formulação e condução, o mais recomendado é que sua estrutura esteja vinculada a uma instituição científica, como uma universidade ou centro de estudos. Não parece possível, deste modo, que uma divisão dentro de um jornal, sem desmerecer a atividade jornalística, consiga atender ao rigor científico necessário.

4.3. Adoção de formatos de classificação de simples compreensão

Não basta apenas a observância do rigor técnico, com uma organização sistemática e clara da colheita das informações. É preciso não perder de vista que fact-checking é primordialmente uma atividade voltada ao público, com o intuito de transmitir informação com fidedignidade, de modo a permitir que as decisões sejam tomadas com o maior esclarecimento possível. Assim, imprescindível para o sucesso que o formato adotado para esta comunicação seja acessível ao público e consiga, de forma simples, o resultado da análise empreendida.

A simplicidade buscada, contudo, não pode descambar para uma clivagem simplista, que enxergue o mundo em uma dualidade de preto e branco, cega às nuances e tons acinzentados que caracterizam boa parte do que se diz no âmbito político. As ambiguidades e aproximações que tanto permeiam o debate são objeto de preocupação no mencionado estudo de Uscinski e Butler.

Sobre as primeiras, afirma que a tendência a equiparar inexactidões exculpáveis a mentiras parte do pressuposto *“não apenas que existe uma realidade objetiva (premissa com a qual concordamos), mas que ela é tão livre de ambiguidades que jornalistas, mesmo sem especialização em um determinado tema, podem descobri-la”*⁵⁹.

Neste tema, cabe reportar à parte final do último subitem. A multiplicidade de temas tratados no debate político não pode ser considerada de forma trivial. Não será a mera boa vontade do analista a permitir separar o verdadeiro do falso. Necessário, portanto, que as entidades de fact-checking possam acionar especialistas nas mais variadas áreas, da economia à política externa, da agricultura ao transporte público, o que realmente não se logra encontrar com rapidez no âmbito estritamente jornalístico⁶⁰. Daí porque sustenta-se a correção de se

59. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p. 172.

60. As técnicas referentes à análise propriamente dita, incluindo os meios de verificação factual não são objeto do presente artigo, uma vez que desbordam do interesse jurídico do tema. Recomenda-se, contudo, não apenas a já citada obra de Brooks Jackson e Kathleen Hall Jamieson, como o excelente trabalho de Sarah Harrison Smith. SMITH, Sarah Harrison. *The Fact Checker's Bible: a guide to getting it right*. Nova Iorque: Random House, 2004.

vincular este tipo de iniciativa ao ambiente universitário, exatamente pela facilidade de acionar experts em toda a gama de conhecimentos.

No que toca às aproximações, segunda parte das preocupações acima expostas, a questão merece ponderação. Se a inflação aferida em um mês foi de 7,45%, seria falsa uma declaração eu afirmasse ter sido de 7,5%? E se dissesse 8% ou 7%? Como afirmado, “ninguém sabe onde fica a linha entre uma aproximação numérica razoável, a licença retórica, uma estimativa próxima e a falsidade”⁶¹.

Exatamente em virtude deste tipo de reflexão é que as entidades dedicadas ao fact-checking não adotam formatos meramente duais de classificação do material analisado. Não se trata de carimbar algo como meramente “verdade” ou “mentira”, característica que, como se viu no item 2, limita sobremaneira a possibilidade de atuação da Justiça Eleitoral. Ao menos dentre as três mais relevantes iniciativas, nenhuma abraça o criticado maniqueísmo.

O PolitiFact classifica o material que analisa de acordo com uma métrica a que denomina “Truth-O-Meter”⁶², que em tradução livre seria algo como “Verdadeirômetro”. A divisão é claramente explanada em seu site, havendo a divisão em seis categorias, quais sejam: 1) True (verdade), quando o material é acurado e nenhuma informação relevante deixou de ser trazida no contexto; 2) Mostly True (majoritariamente verdade), quando acurado, mas necessitando esclarecimentos ou informações adicionais; Half True (meia verdade), quando parcialmente acurado, deixando de mencionar questões importantes ou tirando-as de contexto; Mostly False (majoritariamente falso), quando há algum elemento de verdade, mas ignora fatos críticos que fazem transmitir uma impressão diversa; False (falso), quando há inexactidão factual clara; e Pants on Fire⁶³, quando além de não ser acurada a informação, faz uma afirmação ridícula⁶⁴.

O Fact Checker mantido pelo jornal Washington Post mantém o tom bem-humorado e simples de classificação. Igualmente exposto de forma clara em seu site, tem-se o chamado “Teste do Pinóquio”. “Sempre que possível”, já antevendo as dificuldades em promover classificações de todo tipo de material, os fatos analisados são dispostos nas seguintes categorias: Um Pinóquio, quando os fatos estão obscurecidos, há uma exposição seletiva da verdade, omissões ou exageros, mas não falsidades claras; Dois Pinóquios, quando há omissões ou exageros significativos, eventualmente algum erro factual ou jogo de palavras com intuito de esconder a verdade; Três Pinóquios, se há erros factuais significativos ou óbvias contradições; Quatro Pinóquios, em caso de falsidade clara; Selo Gepeto, quando o material representa “a verdade, apenas a verdade e nada mais do que a verdade”; Pinóquio Invertido, quando a afirma-

61. USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. Ob. Cit., p. 173.

62. “Of the elite national fact-checkers, PolitiFact has the most carefully developed and articulated process for researching political claims and rendering a verdict. In part this stems from the group’s franchise model. In order to license the PolitiFact method to state partners, beginning in early 2010, the group had to codify that method; it had to develop clear policies and procedures which could be imparted in training sessions and incorporated into official literature, both public and private”. GRAVES, Lucas. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. p. 197.

63. A expressão não tem tradução direta para o Português. Trata-se de um jogo de palavras, cuja rima só ocorre em Inglês, típica das brincadeiras infantis. A expressão completa é “Liar, liar, pants on fire”. Algo como “mentiroso, mentiroso, suas calças estão pegando fogo”. Menções na internet atribuem sua origem ao poema “The Liar”, de William Blake. Ocorre que, ironicamente, trata-se também de uma mentira, uma vez que não há registro de ter o poeta inglês escrito tais versos. Assim, melhor parece ficar apenas como o jogo infantil de palavras.

64. <http://www.politifact.com/about/>. Acesso em 28/07/2015.

ção representa uma alteração radical em posição previamente assumida sobre o mesmo tema; e Veredito Pendente, quando os fatos são complexos a ponto de não se ter chegado a uma conclusão clara⁶⁵.

No caso do FactCheck.org, ao contrário dos dois exemplos acima trazidos, não há uma classificação em categorias. Os materiais são analisados e sobre eles é produzido um texto dissertativo que permite inferir de forma mais flexível e abrangente se há erros factuais ou contextualizações deficientes⁶⁶. Para Michelle Amazeen, esta forma de expor os resultados busca “evitar entendimentos simplistas do mundo”⁶⁷.

Conforme se pode perceber, não parece fundada a preocupação com relação ao suposto maniqueísmo nas análises, trazido por Uscinski e Butler. Longe de ser esta a realidade, os casos expostos demonstram métodos que congregam, a um só tempo, flexibilidade e simplicidade, tornando palatável ao cidadão a apreensão das informações.

4.3.1. O risco do destino dado ao movimento Ad-Watch

Conforme trazido brevemente no item 3, quando se tratou da evolução histórica do tema, houve um momento, especialmente no início da década de 90 do século XX, no qual surgiram programas que promoviam o que se denominou “ad-watch”.

A percepção generalizada de aumento da agressividade das propagandas eleitorais levou alguns canais, especialmente de televisão, a promover uma análise das publicidades veiculadas. A sistemática envolvia transmitir a publicidade e, posteriormente, o apresentador ou comentarista traçava a análise crítica e apontava seus eventuais defeitos⁶⁸.

O problema que veio a ser identificado em pesquisas realizadas nos anos que se seguiram é que havia um claro efeito bumerangue em relação à intenção daqueles que veiculavam este tipo de programa⁶⁹. Em verdade, mesmo que o apresentador estivesse lá afirmando que

65. <http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/about-the-fact-checker/>. Acesso em 28/07/2015.

66. “For FactCheck.org, the process of accuracy judgments is not disclosed. Its website provides no details on its monitoring process or any classification systems to categorize ad claims. However, it appears the following categories are adhered to: true, misleading, distortion, misrepresentative, false, and incomplete information. Explanation of the operational definitions of these terms is not provided. Therefore, the standard by which it generally discriminates between an ad characterized as misrepresentative versus misleading is not clear”. AMAZEEN, Michelle. Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable. p. 35.

67. AMAZEEN, Michelle. Revisiting the Epistemology of Fact-Checking. p. 6.

68. AMAZEEN, Michelle. Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable. pp. 25-26.

69. “This experiment suggested ad watches could have an unintended consequence – transmitting the message of the political advertisement being scrutinized”. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTER-SIECK, Amanda. Ob. Cit., p. 129.

a propaganda era falsa ou desnecessariamente agressiva, o efeito final era o de fixar ainda mais aquele conteúdo para os eleitores⁷⁰.

A explicação para este efeito passa por uma característica da apreensão de conteúdo pelo cérebro humano, devidamente conhecida e explorada por quem produz publicidade comercial. Trata-se do efeito denominado “doce para os olhos”, pelo qual “quando as palavras dizem uma coisa e as imagens outra, são as imagens que contam”⁷¹.

A partir deste tipo de episódio, cuja percepção acabou levando quase ao fim desta modalidade de noticiário, pode-se perceber a necessidade de que a atividade de fact-checking seja desenvolvida com critérios técnicos e científicos e que seus efeitos sejam constantemente mensurados.

4.4. Transparência dos dados que embasam as conclusões e o reconhecimento de erros

A credibilidade buscada na atividade de fact-checking não pode ser confundida com o mero argumento de autoridade. A pretensão não é a de que o cidadão acredite na análise apenas pelo fato de ter sido produzida por uma entidade respeitada e conhecida por usualmente acertar em suas colocações.

Deste modo, o compromisso de objetividade somente pode se tornar explícito e indiscutível quando são apresentadas as fontes que permitiram chegar a uma determinada conclusão. Esta abordagem transparente caracteriza a atividade de fact-checking e instiga o cidadão a reconstruir os passos que levaram àquele julgamento. Assim, o relatório sobre um material analisado basicamente resume os dados coletados.

Cada entidade se vale de um método para tornar públicas as fontes das quais se valeu no processo de verificação. O PolitiFact, por exemplo, lança mão de uma coluna à direita do relatório, indicando os links que levam às fontes pesquisadas. Do mesmo modo, no corpo do texto cada afirmação traz em destaque, com hipertexto, a fonte que a sustenta⁷².

O Fact Checker do Washington Post, por outro lado, prefere apresentar suas fontes apenas como hipertexto em meio ao próprio relatório. Assim se verifica na recente análise que atribuiu dois Pinóquios à afirmação de Hillary Clinton de que se apenas presidentes demo-

70. “Moreover, Pfau and Loudon (1994) offered evidence of a “boomerang” (p. 326) effect whereby, under certain format conditions, voters exposed to an adwatch were actually more influenced by the ad itself than by the critique of the ad (also see Just et al., 1996). In other words, the critique had no effect in refuting inaccurate claims in an advertisement. Similarly, Simons, Stewart and Harvey (1989) offered evidence that rhetorical criticism by commentators – akin to adwatches – is conditionally ineffective”. AMAZEEN, Michelle. **Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable**. pp. 26-27.

71. Brooks Jackson e Kathleen Hall Jamieson narram que esta característica é deliberadamente explorada, por exemplo, em comerciais de remédios. No momento em que é obrigado dizer os efeitos colaterais – muitos dos quais potencialmente assustadores aos consumidores -, opta-se por preencher a tela com imagens cativantes que desviam a atenção da audiência. Pesquisas empíricas apontam que o conteúdo ouvido é apreendido de forma mínima nestas circunstâncias. JACKSON, Brooks; JAMIESON, Kathleen Hall. Ob. Cit., pp. 51-53.

72. Como exemplo, traz-se análise recente sobre a acusação lançada contra Hillary Clinton, de que ela teria se recusado a testemunhar perante o Congresso acerca do atentado terrorista em Benghazi. A conclusão é de que a afirmação é falsa e as dez fontes utilizadas estão dispostas ao lado direito do relatório: <http://www.politifact.com/truth-o-meter/statements/2015/jul/31/facebook-posts/meme-says-hillary-clinton-refuses-testify-benghazi/>. Acesso em 31/07/2015.

cratas houvessem governado os Estados Unidos nas últimas décadas, o déficit público teria sido quitado⁷³.

Mesma estratégia de inserir as fontes como parte do próprio texto, vinculando-as aos sites, imagens e documentos que fornecem suporte às alegações, é adotada pelo FactCheck. Isto pode ser visto com clareza na análise realizada quanto à fotografia que circulou recentemente nas redes sociais, dando conta de um suposto encontro entre Barack Obama e Hassan Rouhani, presidente do Irã. A demonstração de se tratar de fotomontagem é apresentada com indicação, inclusive, das fotografias utilizadas no processo de edição⁷⁴.

Nas palavras de Lucas Graves, a “*lista de fontes anexada a cada artigo serve como lembrança de que se trata de uma nova forma de jornalismo*”, uma vez que a abertura dos fatos que deram suporte às conclusões autoriza uma “*defesa contra os críticos que permanecem sem se convencer*”⁷⁵.

Além de garantir transparência, a prática permite que os cidadãos que acessam os relatórios apontem falhas no processo e sugiram correções. Parte significativa da credibilidade destas entidades deriva do fato de admitirem os erros, quando acuradas as críticas, alterando suas conclusões de forma clara.

A multiplicidade de dados disponíveis e a possibilidade de que um determinado usuário traga informações novas, com força para reforçar ou infirmar o julgamento dado é característica da atual sociedade da informação. Como afirma Susan Reilly, citando Jack Hitt, a versão definitiva de um texto, atualmente, não é mais aquela que saiu das mãos de seu autor original, mas a que resulta da colaboração dos inúmeros leitores na parte destinada aos comentários. Com a devida filtragem e análise das correções sugeridas, os relatórios podem ser “*revisados, corrigidos e melhorados colaborativamente*”⁷⁶.

4.5. Disseminação a diversos meios de imprensa

Ainda que o crescimento vertiginoso da internet nos últimos anos aponte para uma redução paulatina da importância das mídias tradicionais na disseminação de notícias, não se pode generalizar este movimento ou, com isso, decretar a extinção das redes de televisão, rádio e o noticiário impresso.

Pesquisa conduzida pelo American Press Institute em 2014 aponta que ainda 87% das pessoas acompanham o noticiário na televisão, 65% o fazem pelas rádios e 61% em jornais e revistas⁷⁷. Estes dados são confirmados pelo relatório State of the News Midia 2015, do

73. <http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/wp/2015/07/13/hillary-clintons-claim-that-a-democratic-president-would-have-paid-down-the-national-debt/>. Acesso em 13/07/2015.

74. <http://www.factcheck.org/2015/07/obama-rouhani-photo-is-not-real/>. Acesso em 24/07/2015.

75. GRAVES, LUCAS. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. p. 179.

76. REILLY, Susan S. The Technology of Truth: Revisiting Aeropagítica. **The International Journal of Technology, Knowledge and Society**. V. 9, 2013. p. 5.

77. “Traditional media remain important even for those Americans with the most gadgets. People who own and use more devices are no more or less likely to use print publications, television, or radio to access the news. For example, 62 percent of people who use only one internet enabled device say they used the print version of a publication to get news in the last week, as do 60 percent of those who use three or more mobile devices”: How Americans get their news. <http://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/how-americans-get-news/>. Acesso em 25/07/2015.

prestigiado Pew Research Center, divulgado em 29 de abril deste ano, dando conta do crescimento da audiência das redes nacionais de televisão em 5% e das locais em 3%, compensando em certa medida a queda na vendagem de jornais, da ordem de 3%⁷⁸.

A credibilidade de quem produz notícia é também um fator de relevo na análise. Ainda que as mídias sociais venham ganhando espaço como fonte, elas são consideradas confiáveis por apenas 44% dos norte-americanos, ante 88% que dão credibilidade às organizações de mídia⁷⁹.

Neste cenário, torna-se essencial que os relatórios e análises produzidos pelas entidades de fact-checking sejam reproduzidos e comentados pelos meios tradicionais de imprensa. Pesquisa realizada por Lucas Graves, Brendan Nyhan e Jason Reifler analisou a cobertura entre os ciclos eleitorais de 2004, 2008 e 2012. Confirmou, após ponderação dos dados obtidos, *“a crescente proeminência do fact-checking no jornalismo”*, demonstrando que *“a cobertura de fact-checking cresceu também nos níveis regional e estadual, não apenas em âmbito nacional”*. Especialmente no que toca às matérias veiculadas por jornais e redes de televisão que não produzem material próprio, verificou-se que a cobertura mais do que dobrou, *“um nível impressionante de crescimento”*⁸⁰.

O esforço em prol do aumento da repercussão dos conteúdos produzidos pelas entidades de fact-checking parece ser, longe de qualquer dúvida, preocupação constante. Ao que se nota, o empenho vem sendo correspondido por uma disseminação cada vez mais ampla, permitindo que um número maior de cidadãos tenha acesso às análises.

4.6. Perenidade da atuação e triangulação de resultados

Uma característica que marca o movimento de fact-checking atual é a perenidade das principais entidades que ganharam força ao longo dos últimos anos⁸¹. Ao contrário das experiências vistas anteriormente, como o caso dos programas de ad-watch, a dedicação não se esgota com a cobertura dos ciclos eleitorais.

Esta estabilidade traz vantagens não apenas para a qualidade individual do trabalho de cada entidade, uma vez que conduzidos por profissionais mais e mais experientes e capacitados, mas permite que ao longo do tempo passe a ser possível traçar comparações entre os resultados dos relatórios produzidos por cada uma delas. Afinal, os fatos mais relevantes que ganham força no noticiário acabam sendo em regra os mesmos, o que implica uma multiplicidade de análises feitas por grupos de pessoas diferentes⁸².

78. <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/>. Acesso em 25/07/2015.

79. http://www.americanpressinstitute.org/wp-content/uploads/2014/03/PersNewsCycle-Exhibit_04.jpg. Acesso em 25/07/2015.

80. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Diffusion of Fact-checking: Understanding the growth of journalistic innovation**. pp. 8-9.

81. FactCheck, PolitiFact e Washington Post Fact Checker.

82. “The three sites cover much of the same material, cite one another in their work, and, as we shall see, come together in moments of controversy. They are rivals joined in a very self-conscious project of pioneering a new kind of journalism”. GRAVES, Lucas. **Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. p. 128.

Esta realidade permitiu que Michelle Amazeen, em resposta às críticas formuladas por Uscinski e Butler, realizasse uma pesquisa denominada “triangulação da verdade”. Sua tese é a de que, apesar de haver falhas metodológicas no trabalho de cada entidade, a “*combinação de diferentes métodos de análise e apresentação*”, por meio da triangulação, “*pode compensar as aparentes fragilidades de qualquer abordagem individual*”⁸³.

Reportando-se a pesquisa anterior que apontara 98% de congruência nas conclusões das três principais entidades na cobertura das eleições de 2008, Amazeen analisou 491 peças de propagandas eleitorais que foram ao ar entre 2008 e 2012. Os resultados são extremamente animadores. Os comerciais avaliados pelas três entidades simultaneamente apontaram 100% de congruência, implicando que os resultados das três foram iguais. Quando apenas duas fizeram a avaliação, em quaisquer combinações, a congruência não foi inferior a 95%⁸⁴.

Como conclui a autora, “*fact-checkers que de forma esmagadora chegam a conclusões similares usando métodos diversos, emprestam credibilidade aos seus esforços, semelhante ao de uma triangulação científica*”⁸⁵.

A estabilidade deste tipo de iniciativa, além da vantagem acima descrita, vem acarretando certo grau de institucionalização e troca de experiências entre os envolvidos. Em junho de 2014 o The Poynter Institute organizou um encontro internacional do tema, denominado Global Fact-Checking Summit, em Londres, reunindo por volta de quarenta profissionais da área e acadêmicos de entidades sediadas nos Estados Unidos, Índia, África do Sul, Sérvia, Polônia, Itália, França e Chile⁸⁶.

Conforme pontuou em sua análise Angie Drobnic Holan, editor do PolitiFact, o encontro permitiu concluir que os princípios que informam a atividade de fact-checking podem e estão sendo adaptados para realidades distintas ao longo do globo⁸⁷. Ainda no encontro foi decidida a criação de uma associação internacional para reunir as entidades dedicadas à atividade, tendo como um de seus objetivos o incentivo à universalização da prática⁸⁸.

83. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 8.

84. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. pp. 8-15.

85. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 15.

86. <http://www.poynter.org/how-tos/journalism-education/255806/lessons-from-london-fact-checkers-have-passion-but-need-more-checks/>. Acesso em 29/07/2015.

87. <http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2014/jun/20/3-takeaways-2014-global-fact-checking-summit/>. Acesso em 29/07/2015.

88. <http://www.poynter.org/news/mediawire/255372/fact-checkers-plan-international-organization/>. Acesso em 29/07/2015.

5. Efeitos da atividade de fact-checking

Narrado o contexto de surgimento das entidades de fact-checking e descritas suas características e modo de funcionamento, próximo passo é aferir quais são os seus efeitos práticos. Afinal, se o intuito é expor uma forma de tratamento e divulgação da informação com vistas à sua transposição para o cenário brasileiro, importa saber se a experiência norte-americana vem obtendo êxito.

Cabe, assim, delimitar o que se pode entender por sucesso e fracasso. Em outras palavras, quais podem ser os efeitos positivos ou negativos advindos da atividade de fact-checking.

Para Lucas Graves e Tom Glaisyer “o sucesso dos fact-checkers deve ser mensurado em três áreas correlatas: mudança nas mentes das pessoas, mudança no jornalismo e mudança no debate político”. Colocando de outro modo, “pode o fact-checking realmente evitar que uma mentira seja dita? Pode-se constranger as pessoas públicas a serem mais honestas? Ou o dano já foi feito quando o fact-checking intervém?”⁸⁹.

Como dito pelo mesmo Lucas Graves, agora em sua tese de doutorado, parece certo que “o jornalismo produzido pelo movimento fact-checker claramente tem efeitos no mundo”, dividindo estes efeitos nas reações causadas “nos leitores, com outros jornalistas e com as figuras públicas”⁹⁰.

Assim, para fins de organização do raciocínio, opta-se por dividir os impactos causados pelo fact-checking em três grupos, a saber, seus efeitos nos eleitores, sobre candidatos e campanhas eleitorais e na cobertura jornalística.

5.1. Efeitos sobre os eleitores

O principal “consumidor” da atividade de fact-checking é, naturalmente, o cidadão. É primordialmente a ele que se volta o esforço de esclarecimento e decodificação das mensagens políticas que circulam na sociedade. Nada mais justo, portanto, que o primeiro critério de aferição do desempenho do fact-checking diga respeito aos efeitos que traz nos eleitores.

Se for verdade que o ser humano é racional, como gosta de se auto definir, então ao receber informações que coloquem em dúvida ou que diretamente desacreditem o quanto dito pelos seus candidatos de preferência, é de se esperar que mude de opinião. Agir de modo diverso seria pura e simplesmente irracional.

Para o bem ou para o mal, contudo, é exatamente desta última forma que comumente se comportam as pessoas. Como afirmam Taber e Lodge, “longe da calculadora racional retratada pela prosa Iluminista e pelas equações especiais, o homo politicus parece ser uma criatura de gostos e preconceitos simples, que são extremamente resistentes à mudança”⁹¹. A esta conclusão chegaram os professores da Universidade Stony Brook após duas pesquisas conduzidas com estudantes, na qual são apresentados argumentos favoráveis e contrários às suas posições pretéritas em temas políticos controversos, a saber, ação afirmativa e controle de armas.

89. GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. *The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview*. p. 1.

90. GRAVES, Lucas. *Deciding What’s True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News*. p. 236.

91. TABER, Charles; LODGE, Milton. Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*. 24:2, 157-184, DOI: 10.1080/08913811.2012.711019. Pub. em 20/09/2012. pp. 176-178.

Os resultados apontam que os participantes leem com mais frequência e dão maior valor aos argumentos que confirmam suas opiniões, o que se denomina viés de confirmação, e os que atacam as posições contrárias às suas, o viés de desconfirmação. Do mesmo modo, julgam pouco relevantes tanto os fundamentos que suportam às posições contrárias, quanto aqueles que infirmam suas certezas⁹². A esta postura, atribuem o nome “ceticismo motivado”, sugerindo que as pessoas apenas são céticas quando estão a defender posições com as quais concordam. Referindo-se a outro experimento, é a mesma conclusão mencionada por Leonard Mlodinow, quando diz que “as pessoas encontram razões para continuar apoiando os políticos de sua preferência mesmo quando eles são acusados de graves e comprovados deslizes” e, de outro lado, “acreditam em comentários de terceira mão sobre qualquer ilegalidade como prova de que o candidato do outro partido deveria ser banido da política de uma vez para sempre”⁹³.

Se este for o cenário, então parece que o fact-checking teria pouco a contribuir no debate político. Afinal, nada parece forte o suficiente para derrubar as visões preconcebidas que as pessoas têm sobre os temas que lhes são apresentados e, portanto, mesmo a prova cabal de que uma publicidade é falsa não teria o condão de convencer os partidários daquele candidato.

Felizmente, a questão não é tão simples. Pesquisas mais detalhadas dão conta que a intensidade destes vieses tem estrita relação com o grau de partidarização do cidadão que recebe a informação. Pessoas mais firmemente partidárias são menos influenciadas pelos dados, uma vez que mesmo inconscientemente preferem se aferrar em suas certezas prévias⁹⁴.

Além disso, a possibilidade de análise mais parcimoniosa das informações cresce na medida em que os cidadãos saem do “modo automático”, inconsciente, de leitura da realidade. Em termos técnicos, “quando as pessoas se apoiam no processamento sistemático, características da mensagem como a presença de argumentos de alta qualidade, são influentes”⁹⁵. A atividade de fact-checking, se realizada de forma correta, teria o condão de promover esta transição, levando o cidadão a “parar para pensar”. Isto, contudo, não ocorre sempre, tendo mais frequência quando o fact-checking conclui que a propaganda analisada continha falsidades⁹⁶.

Esta última pesquisa mencionada, realizada por Fridkin e Kennedy conclui que “fact-checks influenciam a avaliação da precisão, utilidade e tom das propagandas negativas”, além de “alterar a chance de que os cidadãos aceitem as afirmações feitas nos comerciais”⁹⁷.

Por fim, recente estudo conduzido por Nyhan e Reifler analisou o aumento da quantidade de informação política que os eleitores afirmam ter, antes e depois de expostos ao fact-checking. Na mesma pesquisa, procurou saber como as pessoas julgam o trabalho de fact-checking. Os resultados foram animadores.

92. TABER, Charles; Lodge, Milton. Ob. Cit., pp. 166-180.

93. MLODINOW, Leonard. Ob. Cit., p. 246.

94. “Our analysis show that the information environment interacts with individual-level motivation in a powerful way. When individual-level motivation is absent (i.e., on topics that do not have any partisan implications), greater amounts of news coverage generally translate into higher levels of political knowledge. However, when a topic has implications for one of the two parties, increasing the level of media coverage heightens the partisan perceptual bias”. JERIT, Jennifer; BARABAS, Jason. Partisan Perceptual Bias and the Information Environment. *The Journal of Politics*. V. 0, n. 0, 2012, p. 11.

95. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. p. 130.

96. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. pp. 136-137.

97. FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. Ob. Cit. p. 146.

Pessoas que conhecem fact-checking têm uma impressão favorável à iniciativa (94%), sendo maior o apoio entre aqueles com maior grau de sofisticação política, i.e. maior grau de instrução em temas políticos⁹⁸. Aqueles que tomaram contato com materiais produzidos por entidades de fact-checking acertaram mais perguntas em um teste realizado, cabendo especial destaque ao achado empírico que demonstrou não haver correlação entre aceitação dos fatos e concepções previamente estabelecidas⁹⁹.

As conclusões das pesquisas trazidas apontam para um norte bem definido: eleitores sem preferências partidárias fortes são mais suscetíveis à atividade de fact-checking. Esta informação é de especial relevo no caso brasileiro, uma vez que a série histórica de pesquisas que o IBOPE realiza sobre o tema apontou, para 2015, que 66% dos eleitores não tem preferência por qualquer partido político, um recorde histórico¹⁰⁰.

5.2. Efeitos sobre os candidatos e as campanhas eleitorais

Não são apenas os cidadãos, na condição de eleitores, que são influenciados pela atividade de fact-checking. Também candidatos e suas equipes de campanha reagem aos relatórios produzidos e divulgados pelas entidades.

Uma ampla pesquisa buscou demonstrar e mensurar estes efeitos nas eleições legislativas de 2012 nos Estados Unidos. Mais de mil candidatos às casas legislativas de nove estados foram selecionados aleatoriamente e divididos por sorteio em três grupos. O primeiro recebeu uma carta dando conta que entidades de fact-checking estariam fiscalizando aquela eleição e o que estava sendo dito pelos candidatos, alertando-os para os efeitos negativos de serem flagrados com alguma informação falsa. O segundo, uma carta genérica, apenas falando que a veracidade do que era dito pelos candidatos estava sendo avaliada, mas sem mencionar as en-

98. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. *Estimating Fact-checking's Effects: Evidence from a long-term experiment during campaign 2014*. pp. 8-9.

99. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. *Estimating Fact-checking's Effects: Evidence from a long-term experiment during campaign 2014*. pp. 11-12.

100. "A preferência dos brasileiros por algum partido político bateu um recorde negativo neste mês de abril. Série histórica do IBOPE Inteligência mostra que 66% dos brasileiros (duas em cada três pessoas) não têm simpatia por nenhuma sigla, percentual mais alto desde 1988, quando o IBOPE passou a acompanhar a preferência partidária dos brasileiros. Antes disso, o valor mais alto já registrado havia sido nos meses de agosto e dezembro de 2013, quando, nos dois casos, 59% não tinham simpatia por qualquer partido. Na primeira medição, em junho de 88, um em cada quatro brasileiros (25%) declarava simpatia pelo PMDB e 12% pelo PT. Naquela época, 38% não tinham preferência. Ao longo de 10 anos, a preferência pelo PMDB foi diminuindo até que em junho de 99 a disputa se igualou: cada partido tinha a preferência de 18% dos eleitores. O Partido dos Trabalhadores assumiu a liderança do ranking um ano antes da eleição de Lula para presidente, quando, em junho de 2001, 25% tinham simpatia pelo PT, 14% pelo PMDB e 5% pelo PSDB. Desde então, o PT permanece como partido mais citado como o preferido dos brasileiros, conseguindo uma margem de 27 pontos percentuais ou mais sobre PSDB e PMDB em duas ocasiões: em março de 2010 (33% X 6%) e em abril de 2013 (PT - 36%, PSDB - 9% e PMDB - 4%). Atualmente, 14% dos brasileiros declaram simpatia pelo PT, voltando para o patamar de junho de 2000. Outros 6% citam o PSDB e 5% mencionam o PMDB. Os demais partidos somam 7%". <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/2-de-cada-3-brasileiros-nao-tem-simpatia-por-nenhum-partido-politico.aspx>. Acesso em 30/07/2015.

tidades de fact-checking ou mesmo esta expressão. Por fim, o grupo de controle não recebeu qualquer tipo de carta¹⁰¹.

Comparou-se, posteriormente, o número de vezes que os candidatos de cada grupo tiveram propagandas ou declarações julgadas falsas, com resultados bastante claros. Houve “*diferenças impressionantes nos indicadores de exatidão entre os legisladores que receberam as cartas com a ameaça de verificação por fact-checkers e aqueles para os quais se enviou a carta placebo ou os que não receberam carta alguma*”. Em termos numéricos, demonstrou-se haver uma redução da ordem de 63% na chance de que os candidatos recebessem uma avaliação negativa¹⁰².

Como concluíram os autores do estudo, a atividade de fact-checking tem efeitos que desbordam a mera transmissão de informação aos eleitores. Deste modo, a existência deste tipo de entidade de verificação pode contribuir de forma decisiva para tornar os candidatos mais cautelosos com o que dizem e propagandeiam. Nas palavras de Michelle Amazeen, “*fact-checking tem o potencial de melhorar o comportamento político*” geral e, com isso, “*um número maior de candidatos qualificados, que de outro modo não aceitariam participar da disputa eleitoral, pode decidir concorrer*”¹⁰³.

5.3. Efeitos na cobertura jornalística

Conforme mencionado no subitem 4.5, ao longo das eleições de 2004, 2008 e 2012 houve um aumento substancial da reprodução dos materiais produzidos pelas entidades de fact-checking na imprensa norte-americana.

Em números, a média de artigos publicados por jornal avaliado em pesquisa realizada por Lucas Graves, Brendan Nyhan e Jason Reifler saltou de 8.5 em 2004 para 13.5 em 2008 e, finalmente, 43.6 em 2012. Excluindo-se da conta aqueles meios de imprensa que contavam com entidades próprias e, por isso, tinham uma maior tendência a se interessar por veicular os relatórios (Washington Post e Tampa Bay Times), o crescimento ainda é palpável, de 12 para 26 matérias entre 2008 e 2012¹⁰⁴.

Além do aumento quantitativo, pode-se perceber uma melhora qualitativa na cobertura da imprensa, quando esta passa a produzir matérias tratando diretamente de fact-checking ou reproduzindo relatórios elaborados pelas entidades responsáveis. Como salientado por Michelle Amazeen, há um aumento substancial dos contatos feitos pelos leitores, cartas, e-mails, telefonemas e afins¹⁰⁵.

Esta comunicação mais intensa, aliada a um embasamento mais sólido e crítico tem o potencial de melhorar a imagem da mídia tradicional, muitas vezes vista como enviesada. Se

101. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Effects of Fact-Checking Threat: Results from a field experimente in the states**. Research Paper. New America Foundatio. Outubro de 2013. pp. 2-3.

102. NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Effects of Fact-Checking Threat: Results from a field experimente in the states**. pp. 5-6.

103. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 17.

104. GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Diffusion of Fact-checking: Understanding the growth of journalistic innovation**. pp. 6-8.

105. AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. p. 16.

nos Estados Unidos fala-se em um viés liberal¹⁰⁶, mais próximo às posições do Partido Democrata, no Brasil propala-se uma contumácia na crítica aos governos conduzidos pelo Partido dos Trabalhadores, como aponta o grupo de pesquisas que produz o “Manchetômetro”¹⁰⁷.

Não resta dúvida que uma imprensa com credibilidade, publicando matérias com embasamento mais sólido e mantendo contato direto maior com seus consumidores é um benefício indireto valioso.

6. Fact-checking no Brasil

Conforme dito anteriormente, o intuito do presente artigo é expor a forma de funcionamento, características e efeitos da atividade de fact-checking, com vistas a sugerir sua possível adoção no Brasil. Se o diagnóstico exposto nos itens 1 e 2 merece acolhida, então parece ser urgente a busca por soluções outras que a mera judicialização do debate político.

Recordando as premissas tomadas, afirmou-se que a mentira factual na propaganda eleitoral e no discurso público em geral traz consequências negativas para a democracia. Reduz a confiança nas instituições, nos partidos e agentes políticos e, no longo prazo, inculca uma modalidade especial de cinismo nos cidadãos que inviabiliza a reconstrução destes laços esgarçados. Este cinismo, ainda que como um mal-estar difuso, é claramente perceptível por qualquer pessoa que viva no Brasil e tome contato com o mundo da política institucional.

Em seguida ponderou-se que a Justiça Eleitoral, por meio do controle judicial, não pode responder de modo satisfatório à missão de purgar a inverdade factual da propaganda eleitoral. Limites inerentes à própria atividade jurisdicional e à gramática do Direito, aliados à visão paternalista que permeia esta tentativa de controle, podem acabar trazendo consequências negativas ao próprio desenvolvimento democrático.

Assim, uma solução mais madura e transparente parece ser a de trazer de volta a tarefa de depurar o discurso político para a sociedade, que para isso pode se organizar em entidades de fact-checking cujas características foram aqui expostas.

No caso brasileiro, contudo, impõe traçar algumas ponderações, uma vez que a mera transposição de modelos alienígenas, se feita de forma acrítica, pode trazer resultados negativos ou ao menos frustrar as expectativas construídas.

Inicialmente aponta-se como necessário que a iniciativa esteja umbilicalmente vinculada a uma instituição universitária. Com o exemplo do FactCheck.org, instituído por um centro de estudos da Universidade da Pensilvânia, pode-se perceber as vantagens desta proximidade.

106. NYHAN, Brendan. *Does the US Have a Liberal Bias? Perspectives on Politics*, V. 10, n. 3, 767-771.

107. Trata-se de iniciativa do Laboratório de Estudos de Mídia e Esfera Pública (LEMEP), grupo de estudos com registro no CNPq, sediado no Instituto de Estudos Sociais e Políticos (IESP) da UERJ. No início de 2015, uma apontava-se: “Como podemos constatar nessa breve análise, Dilma continua sob fogo cerrado da cobertura da grande imprensa. O padrão de viés contrário a ela continua similar àquele do período eleitoral, já revelado em análises prévias do Manchetômetro. Nas páginas de opinião, que não foram analisadas durante o período eleitoral, descobrimos um viés ainda mais forte contra a presidente reeleita. Se somarmos editoriais e artigos de opinião chegamos a números expressivos como o de 29 textos contrários na segunda semana de novembro. Somando as seis colunas negativas publicadas nessa semana, o número vai para 35: uma média de cinco textos contrários a Dilma por dia nos três jornais”. <http://www.manchetometro.com.br/artigos/a-volta-do-manchetometro/>. Acesso em 30/07/2015.

A necessidade de observância de um rigor metodológico na estruturação e condução dos trabalhos já seria, por si só, motivo suficiente a recomendar uma estreita ligação acadêmica. Mas não apenas por este motivo. É no ambiente universitário que se consegue acesso, de forma rápida e no mais das vezes gratuita, a especialistas das mais diversas áreas do conhecimento.

Como já dito, a tecnicização de diversos aspectos da vida humana, característica da pós-modernidade, tornou mais complexo e variado o debate político. Se há um século os problemas nacionais podiam ser organizados em alguns poucos temas – economia, defesa, saúde, educação e talvez um ou outro mais -, hoje não parece possível que um grupo pequeno de pessoas agregue a gama de conhecimentos para promover a verificação do que é comunicado nas campanhas eleitorais.

Um alerta há de ser suscitado. As universidades públicas brasileiras, como de resto nossos órgãos estatais em geral, têm baixo grau de flexibilidade no que toca às contratações de pessoal, realização de despesas e captação de doações privadas. Estes obstáculos podem ser transpostos com a adoção de novas modalidades de estruturação, como as organizações sociais e as organizações da sociedade civil de interesse público, por exemplo, ou pela iniciativa de universidades de âmbito privado.

Por fim, o ambiente universitário, enquanto instância institucional, tradicionalmente se mantém longe da disputa político-eleitoral. Talvez em função da necessidade de obter verbas de qualquer governo que venha a ser eleito ou pelo mero fato de contar com um corpo docente com tendências políticas variadas, fato é que as universidades não têm protagonismo nesta seara. Esta característica as qualifica como atores isentos e capazes de ostentar a credibilidade necessária para este tipo de projeto.

Alguns dos fatores que recomendam a proximidade institucional com a academia desencorajam este mesmo tipo de aproximação no que toca aos meios de imprensa. Não se sustenta aqui um afastamento completo, uma vez que a disseminação dos materiais produzidos pelo fact-checking deve contar com o interesse de jornais, revistas, redes de televisão e rádio. Apenas entende-se que institucionalmente não deve haver vínculo.

Além de não deterem os meios técnicos e a capacidade de acessá-los com a mesma agilidade, não se pode deixar de lado a estruturação do mercado de mídia no Brasil, caracterizado por uma intensa concentração em poucas empresas. O diagnóstico vale tanto para a imprensa escrita, quanto televisionada; algumas vezes com propriedades cruzadas entre os modais.

Este cenário, ao invés de apontar para um comportamento cartelizado no que toca ao conteúdo, sugere uma competição que não permite com facilidade a troca de conteúdo entre concorrentes. Melhor explanando, não é crível que o material que venha a ser produzido por uma entidade vinculada diretamente a um jornal, revista ou rede de televisão venha a ganhar repercussão nas suas concorrentes.

Ademais, igualmente não se pode pretender que os principais e mais relevantes meios de imprensa no Brasil sejam conhecidos por sua absoluta imparcialidade quanto às disputas político-partidárias, para se dizer o mínimo¹⁰⁸. Sem necessidade de buscar mais dados em apoio, basta admitir que os atores e partidos políticos principais não reconhecem, com um mínimo grau de unanimidade, esta isenção. Isto é o quanto basta para que eventual iniciativa

108. A análise gráfica realizada pelo Manchetômetro sobre a cobertura da imprensa escrita e do Jornal Nacional, da Rede Globo de Televisão, em 2015, aponta uma desproporção nas matérias com tom negativo em relação a PT e PMDB, quando comparado ao PSDB e PSB, por exemplo. <http://www.manchetometro.com.br/cobertura-2015/cobertura-2015-partidos/>. Acesso em 30/07/2015.

neste sentido sofra o descrédito daqueles que precisam, ao menos ostensivamente, admitir a credibilidade das entidades de fact-checking.

Diante de tudo o quanto exposto é possível concluir ser recomendada e possível a adoção, no Brasil, da prática do fact-checking. Para tanto, o projeto deve ser organizado a partir de uma estrutura acadêmica, dentro do espaço universitário, dotando-o da flexibilidade necessária para captar e dispendar recursos. Sua relação com a imprensa tradicional deve ser ampla e constante, sem, contudo, uma vinculação institucional que limite a difusão do conhecimento produzido.

7. Referências

AMAZEEN, Michelle. **Blind Spots: Examining Political Advertising Misinformation and How the U.S. News Media Hold Political Actors Accountable**. 2012. 305 f. Tese (Doutorado em Filosofia). Faculdade de Filosofia da Universidade Temple.

AMAZEEN, Michelle. **Revisiting the Epistemology of Fact-Checking**. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*, DOI 10.1080/08913811.2014.993890. Pub. em 19/01/2015. Artigo obtido por e-mail diretamente da autora em 14/07/2015.

ARENDDT, Hannah. **Truth and Politics**. *The New Yorker*, 25/02/1967, 49-88.

AUGUSTO DE LUCA, Javier. La veracidad, las expresiones y el derecho penal. In: MIR PUIG, Santiago; CORCOY BIDASOLO, Mirentxu (Dir.). **Protección penal de la libertad de expresión e información**. Valência: Tirant lo Blanch, 2012.

BAGGIO, Antonio Maria. **Truth and Politics: The Loss of Authoritativeness in Contemporary Politics**. *Journal of Dialogue & Culture*, Vol. 1, No. 1, Março, 2012: 46-60.

FRIDKIN, Kim; KENNEDY, Patrick J.; WINTERSIECK, Amanda. **Liar, Liar, Pants on Fire: How Fact-Checking influences Citizen 's Reaction to Negative Advertising**. *Political Communication*, 32:1, Fevereiro. 2015: 127-151.

GRAVES, Lucas. **Deciding What 's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News**. 2013. 312 f. Tese (Doutorado em Filosofia). School of Arts and Science. Universidade Columbia.

GRAVES, Lucas; GLAISYER, Tom. **The Fact-Checking Universe in Spring 2012: An Overview**. Media Policy Initiative Research Paper. New America Foundation. Fevereiro. 2012.

GRAVES, Lucas; NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Diffusion of Fact-checking: Understanding the growth of journalistic innovation.** Pesquisa encomendada pelo American Press Institute e pelo Democracy Fund. Ainda não publicada em periódico. 22 de abril de 2015. Disponível em: https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CCoQFjACahUKEwjcodSMxYHHAhXChJAKH-Tr_C30&url=http%3A%2F%2Fwww.americanpressinstitute.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FThe-Growth-of-Fact-Checking.pdf&ei=5We5VZybHMKJwgS6_q_oBw&usg=AFQjCNEQwNf69m0NjsLitPxWYoziC4Sbqg&sig2=dmfZ0VFyt_n_-k6GfXBE9Og&bvm=bv.99028883,d.Y2I&cad=rja. Acesso em 15/07/2015.

JACKSON, Brooks; JAMIESON, Kathleen Hall. **unSpun: finding facts in a world of disinformation.** Nova Iorque: Random House, 2007.

JAY, Martin. **The virtues of mendacity: on lying in politics.** Charlottesville: University of Virginia Press, 2010.

JELLISON, Jerald. M. **I´m sorry, I didn´t mean to, and other lies we love to tell.** Morris Plains: Chatham Square Press, 1977.

JERIT, Jennifer; BARABAS, Jason. **Partisan Perceptual Bias and the Information Environment.** *The Journal of Politics*. V. 0, n. 0, 2012.

KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow.** Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011.

MACHADO, Jónatas E. M. **Liberdade de expressão: dimensões constitucionais da esfera pública no sistema social.** Coimbra: Coimbra Editora, 2002.

MARX, Karl. **Para a Crítica da Filosofia do Direito de Hegel.** Trad. Artur Mourão. Covilhã: LusoSofia Press, 2008.

MILL, John Stuart. **On liberty and other writings.** Nova Iorque: Classic Books International, 2010.

MLODINOW, Leonard. **Subliminar: Como o inconsciente influencia nossas vidas.** Rio de Janeiro, Zahar, 2012.

MUÑOZ CONDE, Francisco. Introducción. In: ROXIN, Claus. **Política criminal y sistema del derecho penal.** 2ª ed. Buenos Aires: Hamurabi, 2002.

NAKAYAMA, Hiroko. **Changes in the affect of infants before and after episodes of crying.** *Infant Behavior & Development*, 36(4), Dezembro, 2013: 507-512.

NEISSER, Fernando Gaspar. **Crimes eleitorais e controle material da propaganda eleitoral: necessidade e utilidade da criminalização da mentira na política**. 2014. 276 f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Faculdade de Direito, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.

NYHAN, Brendan. **Does the US Have a Liberal Bias?** *Perspectives on Politics*, V. 10, n. 3, 767-771.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **Estimating Fact-checking's Effects: Evidence from a long-term experiment during campaign 2014**. Pesquisa encomendada pelo American Press Institute e pelo Democracy Fund. Ainda não publicada em periódico. 28 de abril de 2015. Disponível em: <https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiYtmZwoHHAhXLgpAKHSm-NBoo&url=http%3A%2F%2Fwww.americanpressinstitute.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2015%2F04%2FEstimating-Fact-Checkings-Effect.pdf&ei=22S5Vdi8HsuFwgSpm-prQCA&usg=AFQjCNFeo45QMG7c5ZJ1y-HQmKVIuHPsaQ&sig2=yxdP7RDJNS-VHieoCq4tIEg&bvm=bv.99028883,d.Y2I>. Acesso em 15/07/2015.

NYHAN, Brendan; REIFLER, Jason. **The Effects of Fact-Checking Threat: Results from a field experimente in the states**. Research Paper. New America Foundatio. Outubro de 2013.

REILLY, Susan S. **The Technology of Truth: Revisiting Aeropagítica**. *The International Journal of Technology, Knowledge and Society*. V. 9, 2013.

SCHÜNEMANN, Bernd. Protección de bienes jurídicos, ultima ratio y víctimodogmática. Sobre los límites inviolables del Derecho penal en un Estado de Derecho Liberal. Tradução do alemão para o espanhol de Eduardo Javier Riggi e Ricardo Robles Planas. In: VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang; ROBLES PLANAS, Ricardo (Org.). **Límites al derecho penal: principios operativos en la fundamentación del castigo**. Barcelona: Atelier, 2012.

SMITH, Sarah Harrison. **The Fact Checker's Bible: a guide to getting it right**. Nova Iorque: Random House, 2004.

SWIFT, Johnatan. **El arte de la mentira política**. 2ª Ed. Madri: Ediciones Sequitur, 2009.

TABER, Charles; Lodge, Milton. **Motivated Skepticism in the Evaluation os Political Beliefs**. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*. 24:2, 157-184, DOI: 10.1080/08913811.2012.711019. Pub. em 20/09/2012.

TEIXEIRA DA MOTA, Francisco. **A liberdade de expressão em tribunal**. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos, 2013.

THOMSON, Oliver. **Mass persuasion in history: a Historical Analysis of the Development of Propaganda Techniques**. Nova Iorque: Crane, Russak & Company, 1977.

TVESRKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases**. In: KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011, p. 419-432.

TVESRKY, Amos; KAHNEMAN, Daniel. **Choices, Values, and Frames**. In: KAHNEMAN, Daniel. **Thinking, Fast and Slow**. Nova Iorque, Farrar, Strauss and Giroux, 2011, p. 433-448.

USCINSKI, Joseph E.; BUTLER, Ryden W. **The Epistemology of Fact Checking**. *Critical Review: A Journal of Politics and Society*. DOI 10.1080/08913811.2013.843872, 25:2, Pub. em 30/10/2013. Artigo obtido por e-mail diretamente do autor em 14/07/2015, (162-180).

VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang. Introducción. ¿Qué son los 'mediating principles'? In: VON HIRSCH, Andrew; SEELMANN, Kurt; WOHLERS, Wolfgang; ROBLES PLANAS, Ricardo (Org.). **Límites al derecho penal: principios operativos en la fundamentación del castigo**. Barcelona: Atelier, 2012.

WEISS, Daniel. **Truth in advertising: Fact-Checking Outfits Monitor Claims in Political Ads**, <<http://www.campaignsandelections.com/magazine/us-edition/175572/truth-in-advertising-factchecking-outfits-monitor-claims-in-political-ads.html>>. Acesso em 18/07/2015.

Recebido em: 03/08/2015

Aceito em: 31/08/2015

Como citar

NEISSER, Fernando Gaspar. **Fact-checking e o controle da propaganda eleitoral**. *Ballot*. Rio de Janeiro: UERJ. Volume 1 Número 2 Setembro/Dezembro 2015. pp. 178-212. Disponível em: [<http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/ballot>]



A Revista *Ballot* está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição - Não Comercial - Compartilha Igual 3.0 Não Adaptada.