

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E HUMANAS  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - JORNALISMO

William Ricardo Boessio

**UMA EXPERIÊNCIA EM *FACT-CHECKING* NAS ELEIÇÕES  
MUNICIPAIS DE 2016 EM SANTA MARIA, RS**

Santa Maria, RS

2016

**William Ricardo Boessio**

**UMA EXPERIÊNCIA EM *FACT-CHECKING* NAS ELEIÇÕES  
MUNICIPAIS DE 2016 EM SANTA MARIA, RS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM-RS), como requisito parcial para a obtenção do grau de **Bacharel em Jornalismo**.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup>. Viviane Borelli

Santa Maria, RS  
2016

**William Ricardo Boessio**

**UMA EXPERIÊNCIA EM *FACT-CHECKING* NAS ELEIÇÕES  
MUNICIPAIS DE 2016 EM SANTA MARIA, RS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Comunicação  
Social - Jornalismo, da Universidade  
Federal de Santa Maria (UFSM-RS),  
como requisito parcial para a obtenção do  
grau de **Bacharel em Jornalismo**.

**Aprovado em 16 de dezembro de 2016:**

---

Viviane Borelli, Dra (UFSM)  
(Presidente/Orientador)

---

Iuri Lammel Marques, Me (UNIFRA)

---

Vinícius Dos Santos Flôres (UFSM)

Santa Maria, RS  
2016

Dedico este trabalho a todos aqueles que ainda sonham com a realização de um jornalismo que possa fazer a diferença, apesar de tantos ventos na contramão.

## AGRADECIMENTOS

Nesta fatídica seção, confundem-se os agradecimentos a todas aquelas pessoas que contribuíram para a realização deste trabalho, e àquelas que sob tantos aspectos fizeram da graduação uma experiência a ser carregada na memória.

Dessa forma, agradeço:

- aos meus pais, Leoni e Ivan, que tornaram viável este percurso de quatro anos de Jornalismo. Apesar dos meus caminhos tortos e incertos, e desta minha opção controversa, trago viva a lembrança de que neste mesmo período da vida, ambos, há muito, já lutavam para a conquista de tudo aquilo que hoje possibilitou a conclusão desta graduação;

- à Laura, pela raríssima e linda experiência de ter tido uma irmã como colega de graduação. Se hoje isso nos soa como algo habitual, tenho certeza de que, com o passar dos tempos, lembraremos destes anos com cada vez mais incredulidade;

- à Alice, por tornar a vida mais bonita.

- à Artur, Carlos, Gustavo, Júlio, Lucas, Maria Helena, Marina, Mateus, Nadine, Nicolás, pela companhia e aprendizados gigantescos nestes anos;

- aos colegas da 42ª turma de Jornalismo da UFSM e aos colegas das gestões 2014/2015 do DACOM-UFSM, pelas discussões imprescindíveis para a consciência que tenho hoje;

- ao Radar Esportivo e à TV OVO, por me comprovarem reiteradamente a importância da coletividade na produção comunicacional de qualidade;

- aos velhos amigos que, apesar da distância, guardo como relíquia: Fernando, Francisco, Henry, Klaus, Larissa, Pedro, Vinícius e Vitor. Ao Iuri, também, pela confiança no jornalismo;

- à Viviane Borelli, pela orientação atenciosa a este projeto;

- ao Laboratório de Experimentação em Jornalismo da UFSM, que me acolheu de maneira a possibilitar o andamento deste trabalho;

- à Gabriele, Iander, Laura, Luan, Lucas e Mayara, por contribuírem ativamente e voluntariamente na construção do objeto proposto.

## RESUMO

### UMA EXPERIÊNCIA EM *FACT-CHECKING* NAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE 2016 EM SANTA MARIA, RS

AUTOR: William Ricardo Boessio  
Orientadora: Viviane Borelli

Este projeto experimental busca propor um modelo de *fact-checking* adaptado à realidade interiorana das eleições municipais de Santa Maria, RS. Modelo jornalístico em ascensão nacional e internacional baseado na apuração da veracidade dos enunciados de candidatos, políticos, personalidades e entidades, o *fact-checking* aqui proposto se atém aos enunciados proferidos pelos oito candidatos à Prefeitura Municipal santa-mariense entre os meses de julho e setembro de 2016, durante o período eleitoral. Em termos teóricos, este projeto recupera alguns conceitos relativos ao processo de apuração, faz uma digressão sobre aspectos da atualidade do mercado jornalístico que em parte possibilitam a ascensão do *fact-checking*, e discorre sobre aspectos deste modelo jornalístico, em especial sobre seus métodos. Ao final, percebe-se que certas exigências metodológicas encontram limitações pelas dificuldades de acesso a conteúdo, dados e fontes, o que incide na amplitude do trabalho.

**Palavras-chave:** Fact-checking. Apuração. Eleições municipais em Santa Maria.

## **ABSTRACT**

### **A FACT-CHECKING EXPERIENCE AT THE MUNICIPAL ELECTIONS OF 2016 IN SANTA MARIA, RS**

AUTHOR: William Ricardo Boessio

ADVISOR: Viviane Borelli

This experimental project aims to propose a fact-checking model adapted to the reality of the municipal elections in Santa Maria, RS, in 2016. As a journalistic model on the rise, based on verifying the veracity of the statements of candidates, politicians, personalities and entities, the fact-checking proposed here follows the statements made by the eight candidates for mayor of Santa Maria, between the months of July and September 2016, during the electoral period. In theoretical terms, this project recovers some concepts related to the process of investigation, makes a digression on current aspects of the journalistic market that in part allows the rise of fact-checking, and discusses aspects of this journalistic model, especially about its methods. In the end, it's noted that certain methodological requirements are limited by the difficulties of access to content, data and sources, which affects the scope of work.

**Keywords:** Fact-checking. Investigation. Municipal elections in Santa Maria.

## **LISTA DE QUADROS**

Quadro 1 – Relação de enunciados temáticos selecionados de cada candidato.....27



## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACTIM	Agence pour la Coopération Technique, Industrielle et Économique
DEM	Democratas
LEX	Laboratório de Experimentação em Jornalismo da UFSM
PCdoB	Partido Comunista do Brasil
PDT	Partido Democrático Trabalhista
PHS	Partido Humanista da Solidariedade
PMDB	Partido do Movimento Democrático Brasileiro
PMN	Partido da Mobilização Nacional
PP	Partido Progressista
PPS	Partido Popular Socialista
PR	Partido da República
PRB	Partido Republicano Brasileiro
PROS	Partido Republicano da Ordem Social
PRTB	Partido Renovador Trabalhista Brasileiro
PSB	Partido Socialista Brasileiro
PSC	Partido Social Cristão
PSD	Partido Social Democrático
PSDB	Partido da Social Democracia Brasileira
PSL	Partido Social Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PSTU	Partido Socialista dos Trabalhadores Unificado
PT	Partido dos Trabalhadores
PTB	Partido Trabalhista Brasileiro
PTC	Partido Trabalhista Cristão
PTN	Partido Trabalhista Nacional
PV	Partido Verde
RAC	Reportagem com auxílio de computador
REDE	Rede Sustentabilidade
SD	Solidariedade
UFSM	Universidade Federal de Santa Maria

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
<b>2</b>	<b>JORNALISMO E CHECAGEM</b> .....	4
2.1	Apuração como essência do jornalismo.....	4
2.2	A rotina jornalística na atualidade.....	8
2.3	A emergência do <i>fact-checking</i> .....	12
2.4	Os métodos utilizados para o <i>fact-checking</i> .....	14
<b>3</b>	<b>CHECAGEM DE DADOS DO PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE SANTA MARIA, RS, EM 2016</b> .....	20
3.1	Planejamento.....	20
3.2	Execução.....	24
3.3	Produto.....	28
3.4	Análise.....	30
<b>4</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	35
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	38
	<b>APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM</b> .....	39
	<b>APÊNDICE B – QUADRO COM COMENTÁRIOS SOBRE ENUNCIADOS CHECADOS</b> .....	45

## 1 INTRODUÇÃO

Este projeto experimental busca propor um modelo de *fact-checking* adaptado à realidade interiorana de Santa Maria, RS, durante a campanha dos candidatos à prefeitura de Santa Maria nas Eleições Municipais de 2016. O *fact-checking*, termo que não conta com uma tradução consensual no meio jornalístico, por vezes caracterizado como checagem de fatos, de dados e/ou de discursos, tem ganhado notoriedade enquanto instrumento procedimental de apuração e modelo narrativo no jornalismo em nível internacional e, recentemente, nacional.

Tal fenômeno de ascensão ocorre em contraste à crise no modelo de jornalismo industrial, que tem imposto aos jornalistas uma redução no número de postos de trabalho pelo enxugamento das redações tradicionais<sup>1</sup>. Imbricam-se nesse fenômeno outros em relações de causa e efeito, como a explosão de conteúdos via redes sociais num “vale-tudo”<sup>2</sup>, que submetem as decisões subjetivas antes tomadas por editores profissionais à lógica algorítmica, com o fim de traduzir a audiência em dados para distribuição de publicidade personalizada, além de reestruturar o lugar institucional do jornalista frente a esse universo de interação virtual.

Em artigo, Adghirni (2005) lembra que, nesse contexto, o jornalista submete-se a rotinas produtivas infernais para alimentar esse turbilhão de informações, sendo hoje “um burocrata da notícia sentado diante de um computador que lhe serve de fonte de informação” (ADGHIRNI, 2005, p.45). Sob tais condições precarizantes, não é à toa que surjam debates acerca dos problemas advindos, por exemplo, do jornalismo que faz uso predominante de declarações, baseado na replicação de falas entre aspas, sem que haja um cuidado com a apuração daquilo que é dito.

No momento em que aquilo que é divulgado pelos veículos de comunicação não passa por avaliação, e é entregue ao público sem a devida atenção - condicionada, tantas vezes, às condições mercadológicas supracitadas - o jornalismo corre o risco de contribuir para a desinformação do público, visto que as declarações dos candidatos podem conter dados imprecisos, falaciosos ou de má-fé.

Nesse cenário difuso, é que ganha força uma nova modalidade jornalística. Na verdade, a especificidade do *fact-checking* não é necessariamente uma novidade

---

<sup>1</sup> FENAJ, Luta por reajuste salarial e condições de trabalho dignas mobiliza jornalistas em todo o país. Disponível em: <<http://fenaj.org.br/luta-por-reajuste-salarial-e-condicoes-de-trabalho-dignas-mobiliza-jornalistas-em-todo-o-pais/>>. Acesso em: 23 novembro de 2016.

<sup>2</sup> RECH, Marcelo. O vale-tudo das redes sociais. Revista de Jornalismo ESPM, São Paulo, ano 4, nº 14, p. 54-57, Jul/Ago/Set de 2015.

no âmbito jornalístico, pois se trata de uma iniciativa que prima pela execução de um dos movimentos básicos da atividade: a devida apuração dos fatos necessários à construção de uma notícia. No entanto, o valor do *fact-checking* está na vigilância dos discursos a que o método se propõe: seu objetivo principal não é tornar a fala de determinado personagem algo noticioso, mas, principalmente, transformar em notícia a qualidade verossímil de sua fala (POMARES e GUZMÁN, 2014).

Para o pesquisador Lucas Graves, da *Madison School of Journalism & Mass Communication - University of Wisconsin*, em Madison, nos Estados Unidos, o *fact-checking* visa revitalizar a tradição da "procura à verdade" no jornalismo, ao fazer figuras públicas prestarem contas sobre aquilo que dizem (GRAVES, 2016). O autor caracteriza o *fact-checking* como um movimento de reforma, atrelado à ideologia do jornalismo profissional, que por vezes gera entusiasmo, tanto no próprio meio como em âmbito político, mas que também sofre críticas de observadores que creem que o *fact-checking* mais confunde que tonifica o discurso público, sendo assim uma prática ainda contestada e instável.

Apesar das críticas, o modelo se expande. No Brasil, existem três principais iniciativas de *fact-checking*: o projeto Truco, da Agência Pública; o site Aos Fatos; e a Agência Lupa. Os três atuam em nível nacional e se ocupam de acompanhar aquilo que é proferido durante as campanhas eleitorais e durante os exercícios dos mandatos dos eleitos nos poderes executivo e legislativo.

Quanto ao acompanhamento das eleições municipais, em específico, a abrangência da cobertura dessas iniciativas se restringe às principais capitais do país, com maior destaque somente a partir de 2016. É a partir de tal constatação que surge a necessidade de se pensar a viabilidade do exercício do *fact-checking* numa realidade interiorana. Nesse processo de checagem, o essencial é o acesso às informações necessárias à apuração. Tais informações podem ser provenientes de fontes não-oficiais, como por exemplo instituições, empresas, peritos e pesquisadores, ou de fontes oficiais, através dos portais de transparência de prefeituras ou de câmaras de vereadores, além do recurso balizado pela Lei de Acesso à Informação<sup>3</sup>, que entrou em vigor em 16 de maio de 2012. Nesse caso, torna-se necessário reconhecer que existem falhas na execução de tais ferramentas,

---

<sup>3</sup> BRASIL. Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011

e que, nestes últimos quatro anos, elas não foram instituídas de maneira uniforme ao longo do território do país.

Tal panorama é apontado pelo Observatório Social do Brasil, cuja diretora-executiva, Roni Rodrigues, ironiza que em muitos municípios brasileiros o que existem são portais de "aparência", visto que as falhas de ordem técnica e de planejamento não contribuem para uma transparência efetiva da máquina pública. Quanto ao acesso à informação, mesmo grandes cidades enfrentam limites e cometem falhas no cumprimento da lei. Cristina Tardáguila, da Agência Lupa, relatou<sup>4</sup> uma imposição de limites não previstos em lei no número de solicitações de acesso à informação por parte da Prefeitura do Rio de Janeiro, e, num caso extremo e pitoresco, conta ter recebido uma resposta, solicitada oficialmente à prefeitura, via comitê de campanha do candidato Pedro Paulo (PMDB), apoiado pelo prefeito em exercício, Eduardo Paes (PMDB). Casos assim tendem a eclipsar experiências positivas tidas em algumas cidades pelo país, mas não deixam de revelar as dificuldades envolvidas no trabalho caracterizado pelo levantamento de informações.

Assim, a partir do vislumbre do contexto dos elementos concernentes ao exercício do *fact-checking* no Brasil e fora dele, definiu-se as eleições municipais do ano de 2016 para a Prefeitura de Santa Maria, RS, como um evento no qual o *fact-checking* pudesse ser experimentado de maneira a identificar potencialidades, possibilidades e restrições de sua prática.

Para efetivação desse objetivo - experimentar uma prática de *fact-checking* nas eleições municipais de Santa Maria - define-se duas etapas para o projeto. Num primeiro momento, desenvolvem-se algumas concepções sobre o processo de apuração (2.1), faz-se uma digressão sobre os aspectos jornalísticos da atualidade que fazem parte do cenário que compreende a ascensão do *fact-checking* (2.2), e discorre-se sobre aspectos do próprio *fact-checking* (2.3). Num segundo momento, descreve-se os percursos desenvolvidos neste projeto experimental, indicando, em anexo, a sistematização dos enunciados selecionados e a descrição do processo de apuração dos enunciados publicados. Enunciados são compreendidos como produtos do ato de enunciação, como “produtos de uma unidade de comunicação elementar, uma sequência verbal dotada de sentido e sintaticamente completa”

---

<sup>4</sup> Informação fornecida por Cristina Tardáguila durante debate na Casa Pública, no Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=eUT3rYcBB0Y>> Acesso em: 23 de novembro de 2016.

(MAINGUENEAU, 2000, p. 54). Ao final, propõe-se, através das dificuldades identificadas nesta prática recente, algumas reflexões no intuito de se refletir sobre suas práticas e possibilidades.

## **2 JORNALISMO E CHECAGEM**

Durante esta explanação teórica, constituída por três capítulos, procura-se discutir as concepções acerca da apuração jornalística, através de aportes teóricos como Nilson Lage e Luiz Costa Pereira Junior. A fim de realizar uma digressão que aponte para algumas das características que cercam o jornalismo na atualidade e que, em parte, podem ser percebidas como justificativas para o fenômeno da ascensão do *fact-checking*, traz-se a colaboração de Fabio Henrique Pereira e Zélia Leal Adghirni. E, como suporte à discussão incipiente sobre o *fact-checking*, utiliza-se a contribuição de Lucas Graves, pesquisador americano supracitado que desenvolveu sua tese de doutorado sobre o tema.

### **2.1 Apuração como essência do jornalismo**

Num convite à imaginação, Nilson Lage (2011) questiona aos seus leitores qual seria a primeira resposta do público em geral, e mesmo de jornalistas, sobre qual seria a figura mais importante dentro de uma redação jornalística. A resposta é cabal: "(...) sem dúvida: o repórter." (LAGE, 2011, p.9) Este agente - cuja locação no circuito produtivo está em mutação nos tempos atuais - tinha em sua figura muitas vezes a imagem "de alguém dependente de fontes e sem acesso às fontes das fontes - isto é, aos documentos primários de que se origina a informação levada a público" (LAGE, 2011, p.9), numa percepção localizada um nível acima da ideia de alguém que sai à rua à procura de uma história para contar.

Depender de fontes ou ter acesso a informações privilegiadas são elementos que fazem parte do escopo da apuração, essa que é "a pedra de toque da imprensa, seu álibi, a condição que faz um relato impresso ser jornalismo, não literatura. É a espinhal dorsal do trabalho jornalístico" (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 73). Numa outra obra, a apuração é caracterizada como o elemento mais importante para a notícia, "da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo"

(BAHIA, apud SANTI, 2010, p.9). Na sequência da análise, o autor discorre sobre o fato de a apuração ser assim entendida como o elemento imprescindível no processo da informação, o que implica, no fazer jornalístico, o levantamento adequado e completo de dados sobre um acontecimento que possam servir de substrato para a escrita de uma notícia.

Para Santi (2010), ao falarmos sobre método de apuração jornalística, estaremos falando sobre um conjunto de práticas, habilidades e técnicas executadas por jornalistas. Nesse contexto, Pereira Junior (2010) caracteriza o próprio jornalismo como um campo de aplicação da ética e também como uma disciplina de verificação instrumental: a atividade só se preenche de sentido na interseção de ambos. A justificativa dessa caracterização está na consideração da aplicação da ética tendo como horizonte a cidadania, e no desempenho técnico sobre o terreno verificável com que o jornalismo pode entrar em contato. Assim, operar os sentidos (técnica) significaria também operar os valores (ética)<sup>5</sup>. Tal relação seria um dos legados cumulativos da experiência industrial da imprensa, tornando o jornalismo “um modelo, autônomo e pulsante para compreender eventos cotidianos”.

Mas, para que se possa atingir essa compreensão, o principal desafio de um repórter dentro do processo de apuração, segundo Pereira Junior (2010, p.71), é o de “encontrar evidências soterradas em camadas de versões”, tornando-se o repórter, assim, num “processador de camadas verificáveis da realidade”. Dessa forma, caracteriza o autor,

“O que distinguirá o jornalista serão os passos que der para atingir o ‘disponível’ que chamamos de real, seus critérios para não se deixar levar por falhas de percepção, pela rotina produtiva, pelo engano das fontes. É sua disciplina de verificação. A notícia é construída no cuidado com a verificação, sobre o alicerce do levantamento de informações. Mas, como toda matéria é calcada em mediações e discursos (...), uma voz anularia a outra, caso não houvesse evidência ‘consistente’ (...)” (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 71)

Assim, o autor espera que um repórter compreenda os limites do processo de apuração durante seu trabalho e que, para isso, tenha ciência da fragilidade e da relatividade dos dados apurados, considerando versões variadas e tendo “sensibilidade para saber o quanto o destinatário da informação deseja um chão sólido para posicionar-se” (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 73). Tal exercício se daria através de um espírito aberto “para não cegar diante de evidência contrária” e da

---

<sup>5</sup> Em adendo, o autor compara os dois preceitos: “(...) apurar mal, escrever mal, trabalhar mal é *necessariamente* ser antiético.”

humildade de se reconhecer como falível numa “profissão que constrói um castelo de cartas como se fosse de pedra” (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 73).

Assumida a condição de falibilidade do repórter, aquilo que passa a ser objeto principal de discórdia no processo de se encontrar as “evidências soterradas” é o método de investigação, com procedimentos que nem sempre são discerníveis para a tomada de informações confiáveis, o que exige uma constante reciclagem de valores como “honestidade na apuração, rigor na verificação, (e) a desconfiança diante de toda fonte de informação com que nos deparamos.” Pereira Junior (2010) traz a contribuição de Bill Kovach e Tom Rosenstiel, em *Os elementos do jornalismo*, quando apontaram para a falta de consenso profissional quanto aos critérios estabelecidos de checagem de informações (os clássicos manuais de redação dos veículos tradicionais, por exemplo, tendem a se dedicar mais à pedagogia do estilo que da apuração).

Os métodos utilizados no processo de apuração são, em geral, informais e localizados, nem sempre generalizáveis e aprendidos por osmose, na base da tentativa e do erro, raramente transmitidos por editores ou faculdades. Não existem regras-padrão universalizáveis ou algum método de observação consensual. (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 74).

Para o autor, a própria natureza do jornalismo ajuda a o tornar impreciso, visto a combinação de elementos retóricos, éticos e técnicos que o compõe. E, como da imbricação desses elementos não surge uma lógica informativa simples ou algum “empirismo do imediato e do concreto a determinar a existência da notícia”, é comum que, no seu cotidiano, o jornalista seja “alimentado por realidades nem sempre verificáveis, (e) por contestações duvidosas”, além de esbarrar em componentes de ordem trabalhista como horários de fechamento mais curtos, redações enxutas e profissionais sobrecarregados, resultados de uma “lógica de investimentos sistematicamente voltada para a modernização tecnológica e a infraestrutura (...) e nem sempre para produção de conteúdo qualificado” (PEREIRA JUNIOR, 2010, p. 75).

Dificuldades oriundas dos reflexos causados pelas transformações do jornalismo implicam questionamentos sobre o processo de apuração, etapa essencial para o alcance de um jornalismo de qualidade.

O exercício da reportagem, isto é, de narrar os fatos através das informações colhidas por jornalistas, se tornar padrão no século XIX (LAGE, 2011), e é nesse



momento em que, conforme Santi (2010), a apuração jornalística se padroniza com a eleição de algumas primeiras técnicas próprias ao jornalismo, como, por exemplo, a entrevista, a condução das atividades segundo uma pauta, e a sequencial absorção de novas tecnologias na rotina de trabalho.

Da busca manual por documentos, matérias, fotos em arquivos físicos à interpretação de tabelas, Lage (2011) caracteriza a pesquisa como a base para um melhor jornalismo. Mas, dentre as mais significativas dificuldades encontradas durante a realização de uma pesquisa, o autor aponta as restrições de acesso encontradas no Brasil mesmo em tempos de Lei de Acesso à Informação. Ao caracterizar um documento como confidencial, reservado ou secreto, sob normas confusas, e com a convicção de que há risco em sua revelação (o que por si só levanta questionamentos), burocratas restringem o material de forma a liberá-lo em condições, situações e para pessoas cujo critério é incerto. Além disso, os prazos inerentes à atividade jornalística restringem a possibilidade de uma pesquisa qualificada: empresas resistem a realizar pesquisas de longo prazo e jornalistas autônomos geralmente não têm quem as financie.

Quanto à absorção de tecnologias que tonifiquem o processo de apuração jornalística, é possível identificar, em meados do século XX, um exemplo daquilo que viria a se tornar rotineiro para o fazer jornalístico. A Reportagem com Auxílio do Computador (RAC), por exemplo, surgiu como a primeira tentativa de utilizar computadores de forma organizada e sistemática para coletar e analisar dados para aprimorar a notícia<sup>6</sup>. A rede de TV americana *CBS* foi o primeiro veículo a utilizá-la, em 1952, para prever o resultado da eleição presidencial daquele ano.

Já no início dos anos 1970, como relata Bounegru (s/d) uma das mais destacadas tentativas de se sistematizar práticas jornalísticas surge com Philip Meyer, jornalista e professor americano, ao cunhar o termo *jornalismo de precisão* para descrever "o emprego de métodos de pesquisa das ciências sociais e comportamentais na prática jornalística"<sup>7</sup>. Conforme o Manual de Jornalismo de Dados, o *jornalismo de precisão* foi proposto de maneira que pudesse ser praticado em instituições jornalísticas convencionais tanto por profissionais formados em jornalismo quanto por profissionais formados em ciências sociais. Seu surgimento é atrelado à uma resposta metodológica ao *New Journalism*, tendência que se

<sup>6</sup> Bounegru, Liliana. Manual de jornalismo de dados 1.0. S/d. Disponível em: <[http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao\\_4.html](http://datajournalismhandbook.org/pt/introducao_4.html)> Acesso em 23 de novembro de 2016.

<sup>7</sup> Idem.

destacou no mesmo período ao aplicar técnicas de ficção à reportagem. Meyer, citado por Bounegru (s/d), defendia a necessidade de métodos científicos para coleta e para a análise de dados, como os de base quantitativa, ao invés de técnicas literárias. Dessa forma, como descreve Bounegru (s/d), o jornalismo estaria mais próximo de alcançar sua busca pela objetividade e verdade. Além disso, já naquele momento o jornalismo de precisão buscava reagir a algumas fraquezas identificadas no exercício do jornalismo, como por exemplo a dependência de informações provenientes de assessorias e a predisposição em acatar puramente as versões oficiais. Para Meyer, o jornalismo de precisão foi um auxílio no processo de se retratar grupos marginais e suas histórias. Para ele, “o jornalismo de precisão foi uma forma de expandir o arsenal de ferramentas do repórter para tornar temas antes inacessíveis, ou parcialmente acessíveis, em objeto de exame minucioso (MEYER, apud BOUNEGRU, s/d)<sup>8</sup>.”

Anos mais tarde, a análise meramente quantitativa passou a ser questionada pelos pesquisadores sociais de matriz qualitativa, visto que a etnografia, a observação participante e a entrevista em profundidade, se apresentavam como possibilidades complementares à apuração jornalística (MACHADO, 2003, apud SANTI, 2010). Hoje reconhece-se que a ideia de um “jornalismo de precisão”, não só pela disputa quantitativa versus qualitativa, precisa ser encarada como um recurso utilizado de maneira auxiliar, e que, assim como outros recursos surgidos na atualidade, como o jornalismo guiado por dados, devem ser encarados como partes de uma transformação maior no jornalismo, que causam alterações em várias etapas da produção (MACHADO, apud SANTI, 2010).

## **2.2 A rotina jornalística na atualidade**

De várias perspectivas teóricas, pesquisadores da comunicação e de outras áreas têm se dedicado a refletir sobre o momento por qual passa o jornalismo. Diante desse contexto, não é intenção esgotar esse debate, mas sim trazer elementos essenciais para serem melhor discutidos, tais como algumas das características atuais que perpassam o jornalismo e que suportam a ascensão do *fact-checking*.

Para o início de uma explanação sobre as condições do jornalismo, é possível citar Pereira e Adghirni (2011), que descrevem o atual cenário do jornalismo como

<sup>8</sup> Idem.

uma conjunção de transformações, tais como as que envolvem novas formas de produção da notícia, os processos de convergência digital e a crise da empresa jornalística enquanto modelo de negócios. Alertam, no entanto, para a constatação de que o termo crise é recorrente na história da atividade e que não se deve crer em uma natureza imutável do jornalismo, tornando-o imune às inovações estruturais. De posse dessas premissas e através de vasta uma revisão bibliográfica, trazem apontamentos que indicam a necessidade de se repensar a identidade e a legitimidade do jornalista profissional- num momento em que os espaços de produção de conteúdo informativo se multiplicam- além da necessidade de se flexibilizar os valores-notícia e questionar os métodos e parâmetros que balizam a produção jornalística para atender ao público atual, ativo e participativo.

Os autores sugerem que hoje vivenciamos as consequências do paradigma Jornalismo de Comunicação, surgido nas décadas de 1970/1980 e que se caracteriza por uma submissão da oferta definida por meio de preferências dos públicos e é marcado pelas

“(...) pressões exercidas pela lógica comercial de uma hiperconcorrência entre publicações, suportes e mensagens. E também pela emergência de novos gêneros, rotinas e identidades profissionais, a partir de cruzamentos entre a atividade jornalística e práticas “vizinhas”, sobretudo a publicidade, o entretenimento e a comunicação (pública, organizacional e corporativa) (...)” (PEREIRA e ADGHIRNI, 2011, p. 44).

Esse paradigma, como citam os autores, é o quarto na lista de paradigmas já existentes na atividade segundo Charron e Bonville (2004). Os demais foram, respectivamente: o Jornalismo de Transmissão (de informações das fontes para o seu público), do século XVII; o Jornalismo de Opinião, que se coloca a serviço de lutas políticas, no início do século XIX; e o Jornalismo de Informação, do final do século XIX, que segue o modelo de coleta de notícias sobre a atualidade.

Para Adghirni (2005) a imagem do jornalista foi historicamente construída sobre os alicerces de nobres ideais, como a democracia, a justiça e a liberdade. Mas hoje, nesse contexto paradigmático de hiperconcorrência, o jornalista enfrenta uma crise de identidade, sem parâmetros específicos para se reconhecerem pertencentes a uma categoria profissional historicamente construída. A realidade do mercado de trabalho brasileiro, de onde os dados a seguir foram levantados, corroboram as análises críticas sobre os rumos da profissão.

Segundo a pesquisa “Quem é o Jornalista Brasileiro - Perfil da Profissão no País”<sup>9</sup>, realizado em 2012, metade de todos os perfilados trabalhava mais de oito horas por dia. Cerca de 75,6% dos jornalistas trabalhavam na profissão, e, destes, 27% trabalhavam em mais de um emprego na área. Além disso, no geral, 55% dos jornalistas trabalhavam na mídia. Fora dela, 45% atuavam em áreas de docência, assessoria de imprensa ou comunicação ou outras ações que se utilizem do conhecimento em jornalismo. Para Adghirni (2005), à época, estimavam-se 60 mil profissionais com registro profissional fora da mídia.

Num levantamento mais recente, realizado pelo projeto “A Conta dos Passaralhos”, desenvolvido pela agência independente de jornalismo Volt Data Lab, que monitora as demissões no mercado jornalístico, desde 2012 ocorreram 1602 demissões de jornalistas em redações, e 5606 é o número de demissões totais em empresas de mídia. 50% dessas demissões ocorreram em jornais, 23% em rádio e TV, 16% em revistas, 10% no online e 0,81% em agências. A grande maioria foi justificado por corte de custos. O projeto aponta ainda para um número maior, pois dada a informalidade no setor, muitas vezes não há como “contabilizar como demissão a dispensa de um jornalista contratado como Pessoa Jurídica ou terceirizado, já que ele não é funcionário direto.” Outro apontamento é acerca da possibilidade de que, por corte de custos, não se elimine uma vaga de trabalho, mas que se demita um funcionário com alto salário para a contratação de um com salário inferior. No geral, a tendência tem sido de queda no número de vagas, assim como o de novos registros de profissionais de jornalismo, em queda desde 2011.

Ao reduzirem suas equipes, as empresas jornalísticas tendem a eliminar coberturas jornalísticas setorializadas, passando a atuar apenas com informes institucionais nestas áreas (Adghirni, 2005). Dessa forma, aquilo que se cobre sobre determinado setor tende a sofrer influências muito mais determinantes das próprias fontes.

E são justamente essas fontes que passaram a se beneficiar com a contratação de especialistas em comunicação, tais como os jornalistas excedentes do mercado de trabalho. Para Sant’Anna (apud Adghirni, 2005), tal fenômeno se inicia a partir da legalidade imputada pelo Decreto nº 83.284/79, que passou a classificar como jornalísticas uma série de atividades, como a assessoria de

<sup>9</sup> PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA DA UFSC. Quem é o jornalista brasileiro? - Perfil da Profissão no País. Disponível em: <<http://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

imprensa e a coordenação de comunicação social). Assim, para o autor, a migração de profissionais da mídia para os quadros funcionais de instituições e empresas ocorre por força de mercado.

Percebe-se, assim, um paralelo entre a fragilidade do jornalista enquanto trabalhador da mídia e um crescimento no setor da comunicação de fora da mídia - mas que cada vez mais a pauta. Sem tempo para apurações aprofundadas, a reunião de dados feita por um jornalista que trabalhe na mídia tende a ocorrer de maneira pragmática e instrumental. É dessa forma que Orlando Tambosi (2005) caracteriza o jornalismo declaratório, um jornalismo que pode até produzir informações, mas cuja veracidade, “por mais ‘checadas’ que sejam e por mais críveis e honestas que sejam as fontes” (Tambosi, 2005) será de difícil reconhecimento. Para o jornalista Luciano Martins Costa, em artigo para o Observatório da Imprensa<sup>10</sup>, o principal problema do jornalismo declaratório

“O problema principal do jornalismo declaratório é que o material oferecido aos leitores resulta sempre de um critério centralizado de escolhas, induzindo-os a acreditar que se trata de um resumo das opiniões dos entrevistados, quando na verdade se trata de composições fortemente influenciadas pelas intenções de quem edita.” (COSTA, 2009, s/p)

Tambosi (2005) credita ao aspecto cognitivo buscado pelo repórter o que garante a qualidade do produto jornalístico final. Caso não haja interesse cognitivo na busca por informação de tal qualidade que garanta conhecimento a quem tenha acesso a ela, tem-se somente o jornalismo declaratório. Seu oposto, aponta o autor, seria o jornalismo investigativo, que, “mais que coletar informações, (...) procura conhecer, revelar um fato que até então era desconhecido, ou sobre o qual pairavam informações falsas”. Pereira Junior (2010) inclusive recupera o histórico que inaugura o jornalismo investigativo como disciplina autônoma, ao citar que essa prática surge a partir do momento em que se reconhecem debilidades da imprensa, lembrando também que o jornalismo investigativo “ganhou combustível em países com universidades, instituições e editoras financiando projetos que envolvem apuração de fôlego” (PEREIRA JUNIOR, 2010, p.70): notoriamente como ocorre hoje com o *fact-checking*, como descreve-se no próximo capítulo.

### **2.3 A emergência do *fact-checking***

---

<sup>10</sup> COSTA, Luciano Martins. O jornalismo declaratório. Em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/diretorio-academico/o-jornalismo-declaratorio/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016

Segundo levantamento realizado pelo *Duke Reporters' Lab*, vinculado a *Duke University Sanford School of Public Policy*, é possível contabilizar 157 iniciativas profissionais em *fact-checking* ao redor do mundo, entre ativas e inativas<sup>11</sup>. Em fevereiro de 2016, o laboratório apontava a existência de 96 projetos ativos, em outubro de 2015, 75, e em abril de 2014, 44. Grande parte do crescimento desse número ocorreu a partir de janeiro de 2012, quando existiam apenas 17 iniciativas.

A primeira delas, chamada *FactCheck.org*, surgiu em dezembro de 2003 da associação entre o jornalista Brooks Jackson, repórter setorial de política desde os anos 1970 nos veículos *Associated Press*, *Wall Street Journal* e *CNN*, e Kathleen Hall Jamieson, diretor da *Annenberg Public Policy Center*, um centro de estudos de políticas públicas da *Annenberg School for Communication at the University of Pennsylvania*. Em entrevista concedida a Cristina Tardáguila, fundadora da Agência Lupa, Jackson contou que, em 1991, quando trabalhava na emissora *CNN*, se tornou o pioneiro no formato de checagem de fatos ao receber de seu chefe, Ton Hannon, a tarefa de checar a veracidade e a precisão do que diziam nos anúncios televisivos os candidatos às primárias americanas para a eleição presidencial de 1992. Jackson comandou uma equipe de jornalistas que foi batizada como *Ad Police*, ou “A Polícia dos Anúncios”, em livre tradução.

Ainda em 2003, logo após o lançamento do *FactCheck.org*, o jornalista e diretor do *Duke Reporters' Lab*, Bill Adair, então repórter do *Tampa Bay Times*, do estado americano da Flórida, lançou uma seção no jornal chamada *PolitiFact*, que, em 2009, viria a ganhar o Prêmio Pulitzer na categoria Reportagem Nacional, pela checagem realizada durante a campanha presidencial de 2008<sup>12</sup>. A primeira iniciativa na América Latina foi o site argentino *Chequeado*. Lançado em 2010, surgiu por iniciativa de três acadêmicos<sup>13</sup>, Julio Aranovich, doutor em física pela Universidade de Stanford (Estados Unidos); José Alberto Bekinschtein, economista pós-graduado pela ACTIM (França); e Roberto Lugo, doutor em química pela Universidade de Cambridge (Inglaterra). Com idades entre 65 e 78 anos (informação verbal)<sup>14</sup>, sem

---

<sup>11</sup> Mapa disponível em: <<http://reporterslab.org/fact-checking/>> Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>12</sup> Lista de vencedores do Prêmio Pulitzer 2009 disponível em: <<http://www.pulitzer.org/prize-winners-by-year/2009>> Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>13</sup> CORTÊZ, Natacha. Pega na mentira. Revista TPM, São Paulo, nº 156, 13 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/el-chequeado-abalou-estruturas-do-poder-e-do-jornalismo-na-argentina>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>14</sup> Informação fornecida por Laura Zommer durante debate na Casa Pública, no Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=TVjnzMvLWlg>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

íntimas relações com o jornalismo e com a política, percebiam dificuldades em conseguir informações sobre a situação econômica e política da Argentina providas de pessoas de seus próprios círculos sociais, pois, dependendo da fonte, a situação argentina podia tender do favorável à calamitosa. A partir do contato que Julio Aranovich teve com as iniciativas americanas, propôs reproduzir o modelo na Argentina. Em entrevista à TPM, Laura Zommer afirma que “A ambição deles era descortinar a informação factual e, ao mesmo tempo, criar um modelo que questiona o empoeirado jornalismo declaratório, no qual apenas se reproduz o que é dito sem questionamentos”<sup>15</sup>. A partir de 2012, Laura Zommer, jornalista e advogada, ingressa no *Chequeado*, ocupando hoje o cargo de diretora executiva.

Foi após ouvir Laura Zommer contar suas experiência com o *Chequeado* que Cristina Tardáguila, jornalista brasileira, propôs a execução de tal modelo para a empresa onde trabalhava à época, o Jornal O Globo. Assim, lançou em 6 de agosto de 2014, o blog Preto no Branco<sup>16</sup>, a primeira iniciativa profissional brasileira de *fact-checking*.

Logo após, foi criado o Truco<sup>17</sup>, projeto interno da Agência Pública para a checagem das informações proferidas durante a campanha das eleições presidenciais de 2014. O projeto surgiu após um encontro entre jornalistas da Pública, Laura Zommer e Brooks Jackson<sup>18</sup>. Em 2015, o projeto “Truco no Congresso”, em parceria com o site Congresso em Foco, deu sequência às checagens, dessa vez não restritas apenas ao período eleitoral, mas abrangendo também o período de exercício dos mandatos. Em 6 de julho de 2015, foi a vez de outra iniciativa brasileira ser lançada: o site Aos Fatos surge afirmando não querer reinventar a roda, mas beber da fonte de iniciativas bem sucedidas, como o *Chequeado* e o *Politifact*<sup>19</sup>, notadamente já citados acima. Aos Fatos intitula-se a

---

<sup>15</sup> CORTÊZ, Natacha. Pega na mentira. Revista TPM, São Paulo, nº 156, 13 de novembro de 2015. Disponível em: <<http://revistatrip.uol.com.br/tpm/el-chequeado-abalou-estruturas-do-poder-e-do-jornalismo-na-argentina>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>16</sup> TARDÁGUILA, Cristina. Discursos Checados. 06 de agosto de 2014. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/preto-no-branco/post/discursos-checados-545079.html>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>17</sup> AGÊNCIA PÚBLICA. Cobertura Eleitoral - Truco 2014. Disponível em: <<http://apublica.org/truco2014/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>18</sup> AGÊNCIA PÚBLICA. Um turbilhão de trucos. Disponível em: <<http://apublica.org/2014/11/um-turbilhao-de-trucos/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>19</sup> AOS FATOS. Um jornalismo para restabelecer o diálogo. Disponível em: <<https://medium.aosfatos.org/um-jornalismo-para-restabelecer-o-diálogo-d62aba81cb46>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

primeira plataforma brasileira dedicada exclusivamente ao *fact-checking*<sup>20</sup>. Ambas as iniciativas são financiadas através de parcerias editoriais, contribuições da iniciativa privada e de organizações da sociedade civil e contribuições de leitores e *crowdfunding*<sup>21</sup>.

E, em novembro de 2015, ocorreu o lançamento da primeira agência de *fact-checking* do Brasil: a Agência Lupa, fundada por Cristina Tardáguila após sua saída do Jornal O Globo. Diferentemente de outras iniciativas, a Lupa funciona como uma *startup* incubada na editora Alvinegra, responsável pela publicação da revista Piauí<sup>22</sup>. Isso foi possível após o aceite de João Moreira Salles, fundador da revista, com quem Cristina trabalhou de 2006 a 2011<sup>23</sup>, em financiar a Agência Lupa com valores não revelados, mas que, conforme divulgado pelo *Knightcenter*<sup>24</sup>, garantirão suas operações até novembro de 2018. Mesmo incubada, a Agência Lupa tem liberdade editorial em suas publicações, e espera, até o final do contrato, obter autonomia financeira - seu caráter de agência assume o compromisso de produzir conteúdo para venda a outros meios de comunicação.

## 2.4 Os métodos utilizados para o *fact-checking*

Como lembra Pereira Junior (2010), ao citar Bill Kovach e Tom Rosenstiel, não existe um consenso profissional acerca de critérios de checagem de informações a serem cumpridos durante a apuração. Porém, ao se verificar as descrições de algumas das iniciativas em *fact-checking*, percebe-se uma constante explanação dos passos seguidos para a checagem, num processo de reafirmação de seu caráter objetivo, de do próprio lugar do jornalismo. Como aponta Graves (2016), os *fact-checkers* orgulham-se dessa sua transparência metodológica nas

---

<sup>20</sup> AOS FATOS. Saiba como nos apoiar. Disponível em: <<https://aosfatos.org/apoie/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>21</sup> AGÊNCIA PÚBLICA. Quem somos. Disponível em: <<http://apublica.org/quem-somos/#financiadores>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>22</sup> <http://portal.comunique-se.com.br/jo-com/80209-agencia-lupa-brasil-ganha-site-de-checagem-de-informacoes-leia-mais>

<sup>23</sup> COMUNIQUE-SE, Agência Lupa: Brasil ganha site de checagem de informações. Disponível em: <<http://portal.comunique-se.com.br/jo-com/80209-agencia-lupa-brasil-ganha-site-de-checagem-de-informacoes-leia-mais>>. Acesso em: 23 novembro de 2016.

<sup>24</sup> MAZOTTE, Natalia. Blog JORNALISMO NAS AMÉRICAS, Agência Lupa: Brasil ganha site de checagem de informações. Disponível em: <<https://knightcenter.utexas.edu/pt-br/blog/00-16699-pioneira-de-fact-checking-no-brasil-lanca-agencia-de-noticias-e-verifica-promessas-par>>. Acesso em: 23 novembro de 2016.



reportagens. A seguir, descreveremos as metodologias adotadas por alguns dos projetos de referência em *fact-checking* no Brasil e na América Latina, que, em parte, já se apropriam de metodologias utilizadas em outros países.

O site *Chequeado*, pioneiro em *fact-checking* na América Latina, utiliza um método composto por oito passos principais. São eles: selecionar uma frase de âmbito público; ponderar sua relevância; consultar a fonte original; consultar a fonte oficial; consultar fontes alternativas; contextualizar; confirmar, relativizar ou desmentir a afirmação; e, finalmente, qualificar. As possibilidades de qualificação são *verdadeiro*; *verdadeiro, mas* - quando a afirmação é consistente com os dados disponíveis, mas omite algum elemento temático ou contextual; *discutível* - quando as conclusões dependem das variáveis analisadas; *apressado* - quando a afirmação é resultado de uma projeção e não de um dado objetivo da realidade; *exagerado*; *enganoso* - quando a afirmação coincide parcialmente com os dados, manipulada, intencionalmente ou não, para gerar uma outra mensagem em particular; *insustentável* - quando faltam dados que a sustentem ou quando há graves erros metodológicos; *falso* e *“incheável”*<sup>25</sup> - utilizada para trechos de campanha cujas afirmações não sejam baseadas em atos ou datas que possam ser verificadas.

Aos Fatos menciona também oito passos a serem cumpridos: seleção de uma declaração pública; análise de sua relevância; consulta à fonte original para checar a veracidade da declaração; consulta à fontes oficiais, para confirmar ou refutar a informação; consulta à fontes alternativas, para subsídio ou contrariedade aos dados oficiais, registrando-as todas em texto; contextualização; classificação da declaração em uma das cinco categorias: *verdadeiro*; *impreciso*, quando necessita de contexto para fazer sentido; *exagerado*, para declarações que não são totalmente mentirosas, mas que têm pouco amparo na realidade; *falso* e *insustentável*, quando não há fatos que sustentem a afirmação<sup>26</sup>.

A Agência Lupa, ao contrário das demais, não insere dentro de suas etapas metodológicas divulgadas o processo de seleção de enunciados: considera somente os passos envolvidos na apuração. A Lupa considera alguns critérios para a seleção de enunciados, como a preferência por afirmações feitas por personalidades de destaque, sobre assuntos de relevância, e/ou que tenham ganhado destaque na

---

<sup>25</sup> Livre tradução para o termo original: *inchequeable*.

<sup>26</sup> Desconsiderando-se a particularidade de cada uma das classificações adotadas, a metodologia utilizada pelo *Chequeado* e por Aos Fatos é notadamente semelhante.

imprensa ou nas redes sociais<sup>27</sup>. Como passos metodológicos, sugere o cumprimentos das seguintes etapas: imergir no assunto a ser checado; procurar por dados oficiais sobre o tema na internet em fontes confiáveis; recorrer à lei de acesso a informação; recorrer às assessorias de imprensa; ir a campo; ouvir especialistas que auxiliem na construção do contexto; ouvir o outro lado, publicar. A Lupa utiliza ainda oito etiquetas de classificação: *verdadeiro*; *verdadeiro, mas*; *ainda é cedo para dizer* - quando a informação pode vir a ser verdadeira, mas ainda não é; *exagerado*; *contraditório* - quando a informação contradiz outra difundida antes pela mesma fonte; *insustentável*; *falso*; *de olho* - para monitoramento daquilo que foi dito ou proposto.

A Agência Pública, em seu projeto Truco, segue um roteiro menor, começando pela seleção de uma frase que possa ser verificada, contendo um dado ou alguma afirmação categórica. Assim como este projeto experimental, o Truco é o único que admite levar em consideração apenas declarações que tenham relevância na disputa eleitoral, visto que, fora o projeto “Truco no Congresso”, seu período de atuação se restringe ao período das eleições, de dois em dois anos. Admite também fazer um rodízio entre os políticos, de forma a para manter um equilíbrio da cobertura e garantir que todos sejam fiscalizados. Na sequência do roteiro, entram em contato com a campanha do candidato para solicitar a fonte de determinada informação, e, paralelamente, procuram por outras fontes, oficiais ou não, admitindo recorrer a especialistas. Após comparar a apuração própria com os dados fornecidos, a Pública admite cinco classificações, todas informais, e algumas fazendo referência ao jogo que dá nome ao projeto: *Blefe* - quando a afirmação é falsa; *Não é bem assim* - quando a frase é exagerada, distorcida ou discutível; *Tá certo, mas peraí* - quando a declaração está correta, mas lhe falta contexto; *Zap* - quando a afirmação está correta; *Candidato em crise* - quando a frase é contraditória. Além disso, a Pública ainda tem um outro recurso chamado *Truco!*, utilizado quando se pede para que os candidatos expliquem o que disseram ou que mostrem como pretendem cumprir o que apresentaram.

Por mais que o *fact-checking*, de um modo geral, se estabeleça com a explanação de seus métodos, isso não significa que as redações de suas metodologias serão iguais para todas as iniciativas. Numa análise ampla, percebe-

<sup>27</sup> AGÊNCIA LUPA. Como selecionamos as frases que serão checadas?. Disponível em: <<http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-checadas/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

se que os principais passos envolvidos podem ser distinguidos em fases de seleção, apuração, redação e qualificação.

Num primeiro momento, selecionam-se frases que contenham alguma informação, dado ou afirmação categórica que seja de interesse público, e que possa, assim, conter algum dado passível de checagem, levando-se sempre em consideração sua relevância para publicação. Neste caso, desconsideram-se as opiniões ou previsões emitidas pelos candidatos.

Como o modelo de *fact-checking* envolve também a divulgação dos passos trilhados ao longo da apuração, é preciso que, além da verificação na fonte original, as frase selecionadas sejam citadas ou mesmo divulgadas, por meios próprios ou através de redirecionamento com *hiperlinks*, assim como todo o material que for arrecadado através da apuração.

Já num processo de apuração daquilo que foi dito, as metodologias consideram entrar em contato com a fonte original, a fim de lançar perguntas sobre o teor daquilo que foi dito, sobre quais fontes originárias que balizam as afirmações, assim como uma pesquisa sobre o assunto nas fontes oficiais ou alternativas que possam ser encontradas- até mesmo uma saída do repórter à rua- de forma a caracterizar a pesquisa autônoma do jornalista em concomitância ou posteriormente à resposta da fonte original.

O processo de publicação envolve a criação de um texto que dê conta da descrição do episódio, desde a fala, o contexto em que esta ocorreu, a temática envolvida e os desdobramentos causados pela apuração. Ao final, ocorre a escolha da etiqueta classificatória para cada enunciado, definida por aclamação ou discutida entre dois ou mais jornalistas de cada redação.

Uma análise pormenorizada sobre os aspectos gerais das publicações destas iniciativas não foi feito durante o desenvolvimento deste trabalho, visto que dado similar pôde ser encontrado na pesquisa de Graves (2016). Segundo seu levantamento, foi possível detectar algumas características relevantes acerca da escrita realizada por sites que desenvolvem o *fact-checking* ao redor do mundo. Ao analisar dez publicações de cada uma das seguintes iniciativas, *Africa Check* (África do Sul), *Full Fact* (Inglaterra), *FactChecker.in* (Índia), *PolitiFact* (Estados Unidos), *El Sabueso* (México) e *UYCheck* (Uruguai), Graves encontrou grandes diferenças na quantidade de caracteres escritos em cada artigo, variando de uma média de 354 a 1148 caracteres; uma variação no número de recursos utilizados para a visualização

de dados, entre 3 e 11, alguns fazendo uso de infográficos, outros de tabelas e gráficos. Sem nunca utilizar fontes anônimas, o número de citações e links utilizados em cada publicação, em média, variou entre 5 e 18. Além disso, os motivos para suas utilizações também foram variados: fornecer um contexto político sobre a alegação verificada, explicar o assunto que seria analisado ou fornecer evidências sobre a precisão da declaração.

Apesar das diferenças na execução de cada uma das iniciativas, todas tendem a concordar num aspecto: opiniões não devem ser checadas. Essa constatação tem o friso de Graves, que comenta ter ouvido isso de maneira reiterada durante sua pesquisa, e, não surpreendente, foi o que eu também ouvi durante a primeira oficina de *fact-checking* realizada no Brasil pela Agência Lupa e pelo Grupo Wikimedia Brasileiro de Educação e Pesquisa<sup>28</sup>. Não surpreende pois tanto as iniciativas brasileiras citadas neste trabalho quanto as americanas assinam um código de princípios internacionais, que envolvem compromissos como realizar checagens justas e não-partidárias, e compromissos com a transparência das fontes, a transparência relativa ao financiamento e à organização, a transparência relativa à metodologia de trabalho e o compromisso com correções abertas e honestas em casos de necessidade<sup>29</sup>.

Uma percepção interessante é a que indica o foco das três grandes iniciativas americanas em declarações que possam ser falsas, mesmo que as abordagens utilizadas por cada uma sejam diferentes. Segundo Graves (2016) o *FactCheck.org*, por exemplo, não utiliza etiquetas classificatórias, sob a justificativa de que as etiquetas têm um caráter excessivamente mercadológico, tendendo mais ao *marketing* que à informação, e porque assim procuram evidenciar em suas publicações apenas aquilo que se revele como errôneo, falso, impreciso. Mais de uma vez, o autor comenta ter ouvido como justificativa para isso o fato de que é preciso levar em consideração as equipes de trabalho diminutas e o pouco tempo disponível: não há tempo a perder com afirmações verdadeiras quando se é preciso investir na busca por afirmações falsas, dizem eles. Nas demais iniciativas, como o *Politifact*, que se utilizam de etiquetas classificatórias - dentre elas, variações positivas como o verdadeiro - a justificativa está em não retratar uma imagem

<sup>28</sup> Oficina realizada em São Paulo, SP, entre os dias 7 e 9 de outubro de 2016.

<sup>29</sup> AGÊNCIA LUPA. Lupa se une a outras 34 plataformas de checagem e lança código de conduta e princípios. Disponível em: < <http://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2016/09/15/lupa-se-une-outras-34-plataformas-de-checagem-e-lanca-codigo-de-conduta-e-principios/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

distorcida do cenário político, como se sua totalidade fosse composta por falsidades. De qualquer forma, o autor observou que encontrar um enunciado falso seguia sendo tentador para aqueles que selecionavam as afirmações no *Politifact*, o que se repete noutras iniciativas.

Para Graves (2016), mesmo que descartemos as declarações opinativas e as obviamente verdadeiras ou impossíveis de se verificar, ainda nos sobram mais declarações do que somos capazes de verificar. Nesses casos, os jornalistas tendem a aplicar o seu “senso de notícia”, um julgamento próprio sobre aquilo que possa ter valor de notícia, selecionando, assim, declarações que possam se diferenciar pelas posturas políticas de cada candidato, e que tenham causado controvérsia ou recebido atenção da mídia.

Outros limites apontados por Graves (2016) dão conta das conclusões imediatas tomadas por jornalistas ao classificarem os enunciados de cada personalidade. Além disso, assume-se corriqueiramente que os leitores é que devem tomar suas decisões a partir das checagens realizadas, resposta invocada quando questionados de maneira mais profunda sobre determinado assunto: para estes jornalistas, seu objetivo principal encerra-se na entrega de informações, e está distante de um jornalismo que se proponha mais político.

Segundo o autor, as críticas a esse modelo geralmente se encontram no constante desvio do campo da opinião e da ideologia, onde a análise factual não é possível. Ao mesmo tempo, esse modelo se destaca na mídia e chama a atenção da classe política justamente por essa manutenção de uma aparência apartidária, o que possibilita que, aos olhos externos, as classificações estabelecidas a cada personalidade sejam tomadas sem maiores questionamentos. Dessa forma, Graves (2016) identifica como maior risco do fact-checking está na perda, em algum momento, dessas suas características que o distinguem, características que ele nomeia como “poder de compra” entre a grande mídia e a classe política. Para o autor, o sucesso deste modelo que alcançou a institucionalidade foi possível graças a não ocorrência de grandes controvérsias que questionassem sua legitimidade jornalística e sua relevância política.

### **3 CHECAGEM DE DADOS DO PRIMEIRO TURNO DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS DE SANTA MARIA, RS, EM 2016**

A fim de descrever o processo de realização do *fact-checking* durante o período de campanha para as eleições municipais de 2016 em Santa Maria, RS, divide-se aqui o relato em quatro capítulos referentes às etapas de produção, respectivamente, planejamento (3.1), execução (3.2), produto (3.3) e análise (3.4). Toma-se essa divisão pelo rigor teórico, sendo necessário frisar que, dado o objetivo de testar a adequação, o reajuste e a criação de alguns métodos para a realização do *fact-checking*, pretensões tidas durante o planejamento sofreram alterações nas etapas seguintes, assim como a análise aponta para aspectos percebidos somente após a execução do produto.

### **3.1 Planejamento**

Dado o objetivo do projeto de checar fatos e dados presentes nas falas dos candidatos durante suas campanhas eleitorais, optou-se num primeiro momento por um levantamento de informações publicadas nas mídias locais - impressa, radiofônica, televisiva e virtual - sobre cada um dos candidatos. O objetivo foi acumular material que fizesse referência a eles e às suas manifestações cotidianas, e que pudesse nos auxiliar posteriormente durante o processo de checagem, se não com trechos de pronunciamentos que pudessem ser checados, ao menos com algum indicativo do que poderíamos encontrar no restante de sua campanha. A seleção de material foi iniciada durante as convenções partidárias que oficializaram os candidatos à corrida eleitoral, que ocorreram entre os dias 20 de julho a 5 de agosto, conforme previa a Lei nº 13.165/2015<sup>30</sup>. Fez-se também o registro de entrevistas e debates, sob mesmo pretexto, que tiveram início em 16 de agosto, data a partir da qual foi permitida a campanha eleitoral.

Originalmente, a intenção era de identificar elementos checáveis presentes, em sua maioria, em propagandas eleitorais - assim como fazem as iniciativas de referência em *fact-checking* - e identificar de que maneira os métodos de checagem poderiam se adaptar à tomada de informações, na realidade santa-mariense, que validassem ou não cada afirmação. Porém, dadas as mudanças propostas pela reforma eleitoral, definida pela lei supracitada, principalmente no que diz respeito ao financiamento de campanha e ao tempo destinado para a propaganda eleitoral

---

<sup>30</sup> BRASIL, Lei nº 13.165, de 29 de setembro de 2015.

gratuita em rádio e televisão, foi preciso repensar alguns pontos sobre como se daria o projeto experimental.

Segundo a reforma eleitoral aprovada em 2015, ficaram proibidas quaisquer doações ou colaborações de pessoas jurídicas às campanhas eleitorais, possibilitando aos candidatos apenas a recepção de doações e colaborações de pessoas físicas - limitadas a até 10% de seus rendimentos brutos auferidos no ano anterior ao da eleição. Além disso, os horários destinados à divulgação da propaganda eleitoral gratuita nas emissoras de rádio e de televisão foram reduzidos de 45 dias anteriores à antevéspera das eleições para 35 dias anteriores à antevéspera das eleições.

Houve também uma redução no tempo de veiculação da propaganda eleitoral gratuita, transmitidas de segunda a sábado, das sete horas às sete horas e dez minutos, e das doze horas às doze horas e dez minutos, no rádio; e das treze horas às treze horas e dez minutos, e das vinte horas e trinta minutos às vinte horas e quarenta minutos, na televisão. Antes, rádio e TV dispunham de meia hora em cada programa, totalizando uma hora diária em cada meio. A fim de registro, houve também inserções de trinta e sessenta segundos, no rádio e na televisão, totalizando setenta minutos diários, de segunda-feira a domingo, numa proporção de 60% para Prefeito e 40% para Vereador. Como essas inserções eram distribuídas ao longo da programação, entre às 5h e às 23h59 horas, seu conteúdo ficou de fora desse trabalho, pela dificuldade de acesso aos dados, pois tornava-se difícil acompanhar e registrar em tempo real. O registro das propagandas eleitorais gratuitas foi realizado a partir do início de suas veiculações, em 19 de agosto de 2016, e foi feito através de aplicativos de rádio e TV de smartphone Motorola, modelo Moto G2.

Ao longo dos dias, percebeu-se que, num reflexo das novas condições de campanha, os conteúdos veiculados pelos partidos continham particularidades de sua condição no jogo eleitoral. Esse fato nos levou a ampliar os materiais possíveis de serem checados, para além da propaganda eleitoral diante dessas particularidades.

No que diz respeito ao tempo em rádio e TV, a distribuição entre os candidatos foi determinada a partir da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997<sup>31</sup>, que estabelece as normas para as eleições, e que diz que noventa por cento dos

---

<sup>31</sup> [BRASIL](#), Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997

horários reservados à propaganda eleitoral gratuita são distribuídos de maneira proporcional, levando-se em consideração o “número de representantes na Câmara dos Deputados, considerados, no caso de coligação para eleições majoritárias, o resultado da soma do número de representantes dos seis maiores partidos que a integrem”, e outros dez por cento de maneira igualitária.

Nessa distribuição, o candidato que mais se beneficiou em Santa Maria foi Fabiano Pereira (PSB), da coligação “Santa Maria que olha para frente”, composta pelos partidos PSB, PMDB, PSD, PPS, PTB, REDE, PMN e PV, totalizando 3 minutos e 27 segundos de campanha. Na sequência, Jorge Pozzobom (PSDB), da coligação “Agora é a vez da mudança”, com PSDB, PP, PR, DEM, PROS, detinha 2 minutos e 58 segundos. O terceiro candidato em tempo disponível foi Valdeci Oliveira (PT) com a coligação “Trabalho de Verdade”, composta por PT, PCdoB e PHS, com 1 minuto e 33 segundos. Jader Maretole (SD), da coligação “Uma nova história para Santa Maria”, composta pelos partidos SD, PSC, PRB, PSL, PTN, PRTB, PTC, teve 1 minutos e 8 segundos. Depois, os candidatos que concorreram com chapa pura, sem coligações: Marcelo Bisogno (PDT) com 28 segundos, Alcir Martins (PSOL) com 12 segundos, Paulo Weller (PSTU) e Werner Rempel (PPL) com 7 segundos cada.

Quanto aos recursos financeiros que cada candidato dispunha, além das doações de pessoas físicas, foi mantida a validade do uso de recursos provenientes dos próprios candidatos, do próprio partido, de outros candidatos ou partidos. Segundo a Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais do Tribunal Superior<sup>32</sup> Eleitoral, os candidatos que mais investiram em produção de programas de rádio, televisão ou vídeo foram: Fabiano Pereira (PSB), com investimento de R\$ 225 mil (duzentos e vinte e cinco mil reais); Valdeci Oliveira (PT), R\$ 150 mil (quarenta mil reais); Jorge Pozzobom, R\$ 61 mil (vinte e seis mil reais)<sup>33</sup>. Além destes três, o candidato Jader Maretole (SD) prestou contas de R\$ 710 (setecentos e dez reais) investidos nesse tipo de produção, enquanto Alcir Martins (PSOL), Marcelo Bisogno (PDT), Paulo Weller (PSTU) e Werner Rempel (PPL) nem ao menos discriminaram recursos com esse fim. Estes cinco últimos candidatos também foram os que menos investiram recursos financeiros em suas campanhas.

---

<sup>32</sup> TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL. Divulgação de Candidaturas e Contas Eleitorais. Disponível em: < <http://divulgacandcontas.tse.jus.br/divulga/#/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>33</sup> Os valores divulgados pelos candidatos Jorge Pozzobom (PSDB) e Valdeci Oliveira (PT) incluem os investimentos referentes aos dois turnos eleitorais.



Tais diferenças evidenciadas por duas importantes variáveis colocavam os candidatos em condições diferentes de disputa, o que refletiu também nas condições de acúmulo de informações capazes de servirem ao presente projeto. Os primeiros reflexos foram notados durante a primeira semana de campanha, quando, com os discursos amainados, a maioria dos candidatos limitou-se a realizar apresentações de propostas e intenções amistosas e vagas, com frases de efeito que não traziam em seu texto conteúdos mais passíveis de checagem.

O panorama mudou ao longo das semanas seguintes, o que possibilitou identificar quais projetos seriam defendidos com mais afinco. Porém, mesmo que os candidatos conseguissem desenvolver durante suas propagandas eleitorais alguns desses projetos, muitas vezes não era possível identificar em seus discursos justificativas para checagem para esses mesmos projetos. Por exemplo, no caso de um candidato que assumisse a redução de cargos comissionados e o aumento no número de postos de saúde da cidade sem citar minimamente uma justificativa, ou mesmo um comentário sobre o atual panorama dos cargos comissionados e dos postos de saúde da cidade, não haveria o que checar.

É preciso lembrar: não falamos aqui sobre os processos que incidem sobre exercício do jornalismo que visa a construção de uma notícia tradicional, pois nesse caso o simples levantamento de alguns temas por parte de um candidato poderia motivar entrevistas, análises sobre alinhamentos ideológicos, pretensões políticas e tantas outras que pudessem ser feitas com base nos temas em questão. Falamos aqui sobre o exercício do *fact-checking*, que, por natureza, limita-se às verificações frasais de factualidade (e que, desde já, levanta certos questionamentos que serão discutidos durante a análise do produto desenvolvido neste projeto).

Após a verificação dos limites das campanhas eleitorais para o projeto, ao longo das semanas seguintes foi preciso recorrer ao material de apoio que vinha sendo coletado. As entrevistas realizadas pela Rádio Gaúcha, em 16 de agosto, pela Rádio Universidade, de 28 de julho a 05 de agosto e pela TV Campus, de 19 a 26 de agosto, mostraram-se como uma alternativa viável à execução do projeto<sup>34</sup>. Por disponibilizarem tempos iguais para que os prefeituráveis discutissem suas propostas, foi possível delimitar falas passíveis de checagem sobre temas diversos, com raras exceções. Desconsideramos hipotéticas entrevistas realizadas sob as

---

<sup>34</sup> Além destas entrevistas, utilizou-se material obtido por registros manuais durante o debate promovido pelo Programa de Educação Tutorial em Comunicação Social da UFSM, em 5 de setembro.

mesmas condições por outros veículos por conta do tempo demandado para a execução de tal levantamento. Além disso, as informações publicadas pelos jornais A Razão e Diário de Santa Maria serviram como apoio secundário à apuração, servindo para que acompanhássemos o que se transcorria ao longo da campanha, pois ambos jornais destinavam parte de sua cobertura à descrição de agendas de campanha, principais promessas e entrevistas sobre modos de execução das propostas.

Para que a proposta do projeto experimental pudesse ser concretizada, foram discutidas algumas alternativas, como realizar o *fact-checking*, mas não o publicar; realizar a apuração e publicá-la num blog próprio ou em parceria com algum veículo instituído da cidade e que concordasse com a parceria. Após algumas sondagens do Laboratório de Experimentação em Jornalismo da UFSM (Lex)<sup>35</sup>, na figura do jornalista e técnico-administrativo Lucas Durr Missau, que desejava realizar algum projeto no laboratório envolvendo o *fact-checking*, oficializamos uma parceria com o Lex em 8 de setembro de 2016. Após um convite feito pela coordenadora do Laboratório, a professora Laura Strelow Storch, quatro estudantes do curso de Jornalismo aceitaram participar do projeto: Gabriele Wagner de Souza, acadêmica do 8º semestre; Iander Moreira Porcella e Luan Moraes Romero, ambos do 6º semestre; e Mayara Souto, do 4º semestre.

### **3.2 Execução**

Em 12 de setembro, iniciamos o levantamento de frases, afirmações, dados e fatos ditos pelos candidatos durante suas propagandas eleitorais, debates e entrevistas. Entre 13 e 16 de setembro, foram realizadas as primeiras reuniões com os estudantes voluntários, para que pudessem compreender os detalhes do projeto e para estipularmos uma rotina de trabalho: uma estudante pôde destinar um turno da semana para o projeto, outros dois acadêmicos destinaram dois turnos, outra estudante destinou três turnos ou mais por semana, e eu, destinei dois turnos diários ao projeto. Após cada uma das reuniões iniciais, os voluntários realizaram uma pequena checagem no material colhido, com fins de aclimatação, estabelecendo um primeiro contato com o método.

---

<sup>35</sup> UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA. Laboratório de Experimentação em Jornalismo. Disponível em: <<http://w3.ufsm.br/lex/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

Para nos organizarmos de maneira que todos pudessem ter acesso às gravações e aos conteúdos do projeto, utilizamos os recursos do Google Drive, ferramenta da empresa de serviços online e de software Google que possibilita, através de uma conta pessoal de e-mail, o compartilhamento de arquivos e pastas coletivamente em um ambiente virtual com layout semelhante ao desktop de um sistema operacional, como Windows, iOS ou Linux, por exemplo.

Na pasta compartilhada com os voluntários, foram gerados arquivos textuais sistematizados, separados por categorias como candidato e tema. Nesses arquivos, transcrevíamos todo aquele conteúdo passível de checagem encontrado nas propagandas, entrevistas e debates registrados, de modo que eliminássemos do nosso horizonte qualquer conteúdo que não servisse aos propósitos do projeto.

O método efetivo de trabalho foi decidido durante o processo de checagem, em consonância com os objetivos deste projeto experimental. Dado os quesitos como tempo disponível, tamanho da equipe, quantidade de material com que deveríamos trabalhar e a imponderável quantidade de tempo que disponibilizaríamos para cada checagem, discutíamos e reavaliávamos nossos passos constantemente.

Num primeiro momento, cada voluntário se responsabilizou por transcrever as respostas dadas pelos candidatos durante as entrevistas realizadas pela TV Campus. Na ocasião, os candidatos responderam às questões que classificamos como mobilidade urbana, lazer, segurança, saúde e desenvolvimento econômico, temas amplamente debatidos durante a campanha. Durante nossas transcrições, percebemos que não só os temas, como a abordagem, análises e promessas que cada candidato proferia tendiam à repetição, limitando a possibilidade de desenvolver os temas a partir de ângulos variados. Esse levantamento bruto das informações foi concluído no dia 19 de setembro, data em que, a partir do material já selecionado, passou-se a analisar os demais registros, num trabalho que, à medida que se desenvolvia, afunilava a possibilidade de encontrar abordagens inéditas. Ao final, encontramos também algumas falas sobre educação e saneamento básico.

Ao todo, foram levantados 120 enunciados que contivessem, numa primeira análise, características que servissem ao nosso projeto. Destes, 51 foram selecionados como detentores reais de características que pudessem ser checadas, que não fizessem menção apenas a promessas ou intenções. Os temas e a distribuição do número de falas selecionadas de cada candidato estão no Quadro 1.

A possibilidade da execução do recurso utilizado pela Agência Pública, de perguntar para os candidatos de que maneira pretendem realizar determinada promessa ou realizar suas intenções foi desconsiderada neste trabalho por considerarmos arriscado disponibilizar espaços que pudessem ser utilizados como plataformas de campanha.

Como o objetivo não era o de simplesmente copiar um método de alguma das iniciativas em *fact-checking*, decidimos deixar em aberto para discussão contínua sobre os critérios para publicação de um ou de outro enunciado, dentre os 51; as etiquetas de classificação que utilizaríamos; e sobre as etapas metodológicas a serem cumpridas.

Como era preciso levar em consideração não só a intenção de apurar as informações levantadas, mas criar ao final do processo um conteúdo para publicação, foi preciso esquematizá-lo de maneira a justificar aquilo que seria publicado e aquilo que ficaria de fora do trabalho. Assim, verificou-se que, dentre os enunciados com maior possibilidade de checagem no tempo que dispúnhamos, e, pela intensidade dos debates sobre certos temas, saúde municipal e segurança pública eram temas chaves, e poderiam contar com espaço exclusivo de publicação no site do Lex. Para fins de organização, criamos a partir dessa definição outros dois arquivos onde concentramos todas as falas que tratassem destes temas. Dada a certeza da relevância e da disponibilidade de materiais sobre o assunto, a apuração de falas sobre saúde e segurança começaram antes das demais. Ao analisar a seleção de enunciados de outros temas e suas respectivas características - sempre considerando o tempo disponível - decidimos incluir num post único aquelas falas que não poderiam ficar de fora do projeto pela relevância que seus temas tiveram ao longo da campanha e porque não havia enunciados suficientes dos demais candidatos que sustentassem uma publicação exclusiva sobre cada um destes temas. Dessa forma, unimos num único post as checagens feitas com os temas lazer, mobilidade, desenvolvimento econômico e educação.

O manejo das publicações no site do Lex ficou encarregado do próprio jornalista responsável por sua manutenção, Lucas Durr Missau, que discutia comigo as possibilidades de construção do conteúdo online. Ao nos espelharmos em modelos adotados por outros sites que realizam o *fact-checking*, optamos por uma distribuição dos elementos que tornasse a leitura o mais fluida possível, nas condições que dispúnhamos, dividindo o texto em seções distintas, uma para cada

candidato, e as ilustrando com o auxílio de uma imagem composta por uma barra na cor laranja, em conformidade com a identidade gráfica do site, contendo a imagem do candidato, seu nome completo, o nome do vice-candidato de sua chapa, seus respectivos partidos e coligações. A realização do trabalho gráfico e das ilustrações das capas de cada publicação foram realizadas pela aluna do segundo semestre do curso de jornalismo da UFSM e bolsista do Lex, Nicolle Christine Sartor.

Quadro 1 – Relação de enunciados temáticos selecionados de cada candidato.

	Alcir Martins (PSOL)	Fabiano Pereira (PSB)	Jader Maretoli (SD)	Jorge Pozzobom (PSDB)	Marcelo Bisogno (PDT)	Paulo Weller (PSTU)	Valdeci Oliveira (PT)	Werner Rempel (PPL)
Desenvolvimento Econômico	1	2	1	-	-	-	-	-
Educação	1	4	1	2	-	1	1	-
Lazer	-	-	-	-	2	1	1	1
Mobilidade Urbana	1	2	-	1	1	-	1	1
Saneamento Básico	1	1	-	-	-	-	-	-
Saúde	2	2	-	1	2	-	3	1
Segurança	2	1	1	2	2	1	1	-
Total	8	12	3	6	8	3	7	3

Fonte: Dados provenientes de apuração e seleção própria a partir dos materiais levantados.

Além disso, como réplica de um recurso utilizado pelo Truco, da Agência Pública, optou-se pela inclusão de caixas de texto expansíveis ao longo do artigo publicado, de forma que o texto apurado que contextualizasse a classificação atribuída a cada enunciado não sobrecarregasse visualmente a publicação, deixando a cargo de cada visitante a opção por acessá-las na própria página, como ilustrado na Figura 1. Nessas caixas de texto expansíveis, o leitor tem acesso ao conteúdo original de onde a asserção foi retirada, a devida contextualização do enunciado, construída a partir de nossa apuração e a consequente justificativa da etiqueta de classificação atribuída.

### 3.3 Produto

O produto final deste projeto contou com a divulgação da checagem de 26 enunciados, distribuídos ao longo de seis artigos, referentes ao conteúdo colhido

antes do primeiro turno das eleições. Com os temas Saúde Municipal; Segurança Pública; Lazer, mobilidade, economia e educação; os três primeiros artigos foram publicados no dia 3 de outubro, um dia após a disputa em primeiro turno. Programado para ser publicado no dia 28 de setembro, recebemos orientações do Tribunal Regional Eleitoral do Rio Grande do Sul e da Procuradoria Jurídica da Universidade Federal de Santa Maria para não publicarmos o projeto antes da realização do primeiro turno das eleições municipais. O objetivo dessa ação seria não interferir, enquanto instituição pública, no resultado das eleições, visto que o projeto seria publicado pelo Lex, laboratório vinculado à UFSM. Dessa forma, os três primeiros artigos foram publicados sem as checagens referentes aos candidatos que disputaram o segundo turno, Jorge Pozzobom (PSDB) e Valdeci Oliveira (PT). As checagens referentes aos enunciados destes candidatos sobre as temáticas pré-estabelecidas foram publicadas no dia 31 de outubro, um dia após a disputa em segundo turno. De qualquer forma, as publicações obtiveram cerca de 1.700 visualizações, segundo informações do Lex.

Por motivos de cronograma e planejamento para a realização da totalidade deste projeto, não foi possível destinar tempo suficiente para uma apuração das falas dos candidatos durante o mês de outubro, quando a corrida eleitoral ficou restrita entre os candidatos Jorge Pozzobom e Valdeci Oliveira. Dessa forma, os resultados publicados após o segundo turno ainda faziam referência a dados anteriores ao primeiro turno.

O conteúdo dos 51 enunciados selecionados pode ser encontrado em anexo a este trabalho, em Apêndice A - Quadro dos enunciados selecionados para checagem. Já o comentário sobre o processo de apuração dos 26 enunciados checados está em Apêndice B - Quadro com comentários sobre enunciados checados.

Figura 1 – Exemplo de organização das seções referentes a cada candidato, com suas respectivas caixas de texto de texto expansíveis.



## Marcelo Bisogno - 12

Vice: Ewerton Falk PDT

Questionado sobre a infraestrutura de espaços de lazer em Santa Maria, Bisogno lembrou os números referentes à população jovem desassistida pelo poder público, comentando os investimentos e os parques projetados para a cidade:

⬆️ *Espaços (de lazer) nós temos, o que a gente não tem tido são investimentos. - VERDADEIRO, MAS...*

Fonte original: Entrevista à TV Campus. Afirmação do candidato em 6m50s.



No que se refere aos **parques da cidade**, 12 dos projetos apresentados durante a gestão do ex-prefeito Cezar Schirmer (PMDB) não saíram do papel. As áreas de lazer que mais receberam atenção de Schirmer durante seu mandato foram os **canteiros centrais da Avenida Rio Branco** e a **Praça dos Bombeiros**, com custos de R\$ 1,8 milhão e R\$ 502,6 mil, respectivamente.

✅ *Nós temos vários projetos que foram apresentados como parques e até hoje nenhum saiu do papel, o Parque Jockey Club não saiu do papel. - FALSO*

Fonte: *Print screen* de artigo publicado no site do Lex (UFSM).

### 3.4 Análise

Dado que o objetivo deste projeto experimental era avaliar as condições locais para a sua execução, dedicamos grande parte de nossa atenção em identificar as condições locais dadas e, a partir delas, aquilo que deveria fazer parte do projeto ou não.

As limitações impostas pelas novas regras de campanha, que alteraram os tempos disponíveis e as fontes de recursos financeiros possíveis para a campanha

compuseram uma variável nova para as eleições de 2016, e que se refletiu em Santa Maria de condicionada à realidade local. Tais alterações tornaram muito mais desequilibradas as condições de cada candidato na disputa eleitoral, o que nos dificultou executar uma cobertura equilibrada de todos os candidatos. A partir do não encontro de informações relevantes ao projeto durante as propagandas eleitorais obrigatórias, foi necessário recorrer aos demais conteúdos levantados. O encontro e a seleção de materiais midiáticos que disponibilizaram mesmas quantidades de tempo e perguntas semelhantes solucionaram em parte nosso problema.

O uso da mídia também foi necessário no momento em que algumas das checagens só se completariam de contextualização com informações encontradas em jornais impressos e conteúdo online de mídias locais. Esse fato é questionado por muitas iniciativas, proibido por algumas, mas sem isso não conseguiríamos ter encontrado algumas das informações sobre a cidade que contextualizassem as classificações que dávamos aos enunciados.

Outro fato a ser comentado foi a utilização de materiais de pesquisa, tanto sobre o Rio Grande do Sul quanto sobre Santa Maria. Se as checagens a nível nacional ou internacional contam com o suporte de inúmeras entidades que produzem relatórios e demais documentos atestando determinadas características, em Santa Maria pudemos contar com o apoio de dados provenientes de pesquisas acadêmicas das universidades e faculdades sediadas na cidade. Porém, se esse fato nos possibilitou encontrar dados mais complexos sobre a cidade, indicam também a dificuldade por que passaria uma iniciativa em *fact-checking* numa cidade pequena sem o suporte de entidades que pesquisem a condição da própria localidade.

Num panorama geral, fizemos maior uso de fontes oficiais, provenientes de instituições governamentais ou não, como documentos, relatórios ou leis. Alguns deles puderam ser utilizados para mais de uma checagem. Recorremos a informações da assessoria da Prefeitura de Santa Maria e a informações da mídia local. Recorremos três vezes à Lei de Acesso à Informação, requisitando dados ao governo estadual. Dois deles realizados via internet, e um via entrega de requerimento físico. Obtivemos, em tempo, resposta para somente uma das requisições via internet, e, quanto ao requerimento físico, nos fora informado que o requerimento, apesar de solicitar informações sobre aspectos de órgão estadual em Santa Maria, deveria passar primeiro por decisão em Porto Alegre, eliminando a



possibilidade de que conseguíssemos a informação a tempo de publicarmos. Já o Portal da Transparência da Prefeitura de Santa Maria foi utilizado com sucesso apenas uma vez. Noutra, foi preciso pedir auxílio à Secretaria de Saúde para interpretação dos dados, e um de seus funcionários, assessor contábil por profissão, não soube encontrá-los.

O curto período para execução do projeto - pouco mais de três semanas - acabou por ser um dos condicionantes da quantidade de conteúdo que poderíamos checar e publicar, fato que definiu também quais seriam os motivos de cada publicação, finalizadas em dois temas puros, saúde municipal e segurança pública, e um misto, com lazer, mobilidade, economia e educação. Além disso, é preciso citar que, mesmo com uma seleção e apuração de longo prazo, que considerou enunciados colhidos em quase um mês de campanha eleitoral, alguns temas seguiram sem ser tratados por alguns candidatos, o que nos levou a identificar somente alguns dos temas para publicação. O post misto se justificou pela necessidade de publicarmos ao menos mais um artigo no projeto, e pela possibilidade de publicar material de qualidade que ficaria de fora pelas condições descritas.

Dentre os enunciados selecionados, que constam em Apêndice A, 25 não foram utilizados nas publicações, o que se explica por um misto de justificativas: alguns deles tinham grande potencial de checagem, mas demandariam tempo maior do que a equipe dispunha no momento em que realizavam outras checagens, como por exemplo em E12, E33 e E38. Outros foram iniciados e emperraram na falta de algum dado que possibilitasse uma plena contextualização, como em E02, E10, E16, E27 e E46. Alguns deles demandariam uma análise de longo prazo que somente uma pesquisa já realizada daria conta, como em E03 e E08. Outros eram bons o suficiente, mas por conta do número de checagens previstas para cada candidato, optamos por deixá-los de lado, como em E04, E11, E13, E17, E35, E44 e E49. E, claro, certos enunciados tinham pouca relevância dentro de seus contextos temáticos, como em E14 e E25.

Quanto à equipe, os alunos voluntários desenvolveram um trabalho além do esperado, por vezes destinando mais tempo que o previsto para o trabalho e sempre auxiliando no processo decisório sobre a publicação de cada enunciado, debatendo os conceitos que devíamos levar em consideração, tensionar ou pautar como novidade.

Ao descrever aquele que foi o nosso método utilizado, deve-se assumir, primeiramente, uma falha de análise, que ao final mostrou-se pouco influente, mas que, pela desconsideração inicial, é um erro prever que não poderia ter moldado um panorama diferente, talvez beneficiando o projeto. As iniciativas em *fact-checking* realizam, como um dos seus primeiros passos, o envio de perguntas para as fontes originais, neste caso, os candidatos, sobre quais as fontes que eles utilizam para qualquer de seus enunciados. Concomitantemente, algumas iniciativas já partem para a apuração. Nós, ao considerarmos a possibilidade de encaminhamento de perguntas para as fontes originais somente em casos de não encontrarmos dados em nossa própria apuração, falhamos na possibilidade de ganhar tempo de apuração que poderia ter sido reduzido em caso de resposta dos candidatos. Também falhamos em desconsiderar a possibilidade de receber como resposta alguma fonte outra que não a encontrada pela nossa apuração. Porém, digo que esse fato se mostrou pouco influente pois, das cinco perguntas encaminhadas para os candidatos Fabiano Pereira (PSB), Jader Maretole (SD) Jorge Pozzobom (PSDB), Marcelo Bisogno (PDT) e Valdeci Oliveira (PT) através de suas páginas no Facebook, somente o candidato Fabiano Pereira nos respondeu - na noite posterior ao encerramento do primeiro turno, momento em que provavelmente resolveu agradecer a todos aqueles que entraram em contato com a campanha. Em nossas tentativas de contato via telefone, a assessoria de Fabiano Pereira disse não haver espaço em sua agenda para que o candidato pudesse falar conosco, e, no único horário em que talvez pudéssemos falar com ele, ninguém nos atendeu. A assessoria de Jader Maretole, aparentemente familiar e não profissional, pediu para que retornássemos algumas horas mais tarde, e a partir de então não nos atenderam mais. Já a assessoria do candidato Jorge Pozzobom chegou a estipular um horário limite para que obtivéssemos a resposta para nossa pergunta, o que não se concretizou. Não conseguimos contatar os candidatos Marcelo e Valdeci. Dessa forma, avaliando-se o contexto, é provável que tivéssemos de seguir com nossas apurações, o que não elimina o fato de que ignoramos uma etapa por má avaliação.

Sobre o processo de seleção daquilo que poderia ser checado e publicado, alguns apontamentos são necessários, visto que revelam parte do processo de produção que não costumam ser revelados pelos demais realizadores de *fact-checking*, mesmo que reiterem seus passos e metodologias. É preciso lembrar que além das condições temporais inerentes ao jornalismo, e do impreciso senso daquilo

que é mais relevante como notícia, valor estabelecido por cada jornalista e redação, é preciso evidenciar a tentativa de um equilíbrio na cobertura das demais iniciativas que merece questionamentos. Essas foram impressões discutidas ao longo da apuração, mas que restaram com algumas mínimas soluções dentro do modelo que já havíamos iniciado: a simples assunção de que alguns candidatos não tiveram falas relevantes ao projeto sobre temas como saúde municipal (Jader Maretti e Paulo Weller) e segurança pública (Werner Rempel). Dadas as condições deste trabalho, estabelecemos temas para uma publicação pensada em longo prazo. As demais experiências em *fact-checking* tendem a checar diariamente aquilo que é dito nas propagandas eleitorais e, com maior destaque, nos debates televisionados. A necessidade de produzir dessa forma, buscando uma cobertura igualitária com checagem de todos os candidatos, por vezes, coloca em pé de igualdade acertos ou erros com características distintas, alguns talvez irrelevantes perante ao contexto, porém alguns erros podem ser crassos. Além disso, não há um método adequado para a caracterização do equilíbrio pretendido na apuração para as publicações. Integrantes da Agência Lupa, por exemplo, afirmaram durante sua oficina que mantém, internamente, uma tabela na qual registram quantas apurações positivas, neutras e negativas já foram feitas para cada um dos candidatos, e afirmam que, apesar de não disponibilizarem acesso para mais ninguém - indo de encontro à transparência metodológica - há um equilíbrio em suas abordagens. Porém, creio que seja necessário problematizar que cada publicação pertence ao seu tempo e contém suas características, e não há garantias de que a recepção dos leitores a cada publicação acompanhe essa tendência ao equilíbrio.

Além disso, é sabido que no momento em que se assume publicar um determinado número de checagens sobre cada candidato, alguns obrigatoriamente terão falas desconsideradas, enquanto outros podem ter falas de pouca relevância verificadas a fim de cumprir com os números da metodologia, mesmo que sua relevância seja mínima. Assim como quando se decide eliminar enunciados que flertem com o opinativo, mesmo que isso possa vir acompanhado de fatos e dados, passa-se a realizar uma cobertura baseada no quantitativo e não no qualitativo. Ora, se é possível utilizar-se de fontes institucionais, e, admitindo-se que o conceito de imparcialidade é algo inalcançável e assumi-lo é uma deslealdade, a cobertura de checagem pode ir atrás de informações como em E1 (em Apêndice A), encontrando sim relatórios, documentos ou mesmo leis que, de maneira contextualizada, possa

ser checável. Em outra hipótese sugestiva, as checagens dos discursos proferidos pelos candidatos poderiam envolver a descrição dos aspectos ideológicos que os permeiam, visto que, se um dos objetivos do jornalismo é aprimorar a percepção sobre o meio em que vivemos, tal prática poderia ser adotada de modo a localizar discursos que, num primeiro momento podem parecer inúteis ao *fact-checking*, mas que sugerem uma gama de posicionamentos e tendências que cada candidato possui.

Creio que nossa tentativa de, por vezes, estabelecer uma nova classificação que desse menos importância aos números em si, mas evidenciando-se o contexto real, este sim de maior importância, tenha sido válida. Algumas dessas classificações poderiam ter sido classificadas como exageradas, porém, num momento em que as crenças no meio político estão abaladas, simplesmente caracterizar um dado numérico como *Exagerado*, correndo o risco de que a leitura que se faça sobre um candidato seja mais pejorativa que o apontamento para o próprio dado, não se atendo àquilo que é mais relevante, a realidade em si, não representaria acréscimos ao exercício do jornalismo, essa tentativa de tornar o meio em que vivemos legível.

Dada a insegurança jurídica que freou a publicação dos artigos para depois dos dois turnos das eleições, também não pudemos mensurar o impacto do projeto no discurso político durante a disputa eleitoral, além dos impactos dentre os eleitores e o meio jornalístico.

Um outro ponto a ser levantado sobre os limites do *fact-checking* dão conta da relevância exacerbada atribuída aos dados oficiais. É preciso lembrar que, por vezes, o cruzamento destes dados com uma apuração feita através de outras fontes - de maneira geral, a longo prazo - resultam em uma perda de credibilidade da entidade oficial que os produziu. Um exemplo dessa situação são os registros lavrados em boletins de ocorrência por policiais militares alegando legítima defesa como justificativa para a prática de homicídios relevada por obra do jornalista Caco Barcellos, no livro "Rota 66"<sup>36</sup>. Durante anos de apuração, Caco revelou uma prática da polícia militar de São Paulo cujas justificativas não correspondiam com a realidade: jovens assassinados em supostas troca de tiros não possuíam sequer arma para disparar; a alegação de envolvimento criminal das vítimas não encontrava respaldo na realidade, dentre outras revelações. O importante a ser frisado aqui é

---

<sup>36</sup> BARCELLOS, Caco. Rota 66. 1 ed. Rio de Janeiro: Editora Globo, 1992.

que não só o jornalismo declaratório tenderia a repercutir a versão policial, a da troca de tiros, como mesmo o jornalismo que se pautasse pela fonte oficial documental, o Boletim de Ocorrência ou os relatórios da Polícia Militar de São Paulo encontrariam informações que dessem suporte à versão revelada pela investigação de Caco Barcellos. Este é somente um exemplo de como a versão oficial, por vezes, pode conter problemas de origem que o pretense *fact-checking* correria o risco de corroborar.

#### **4 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A realização de um projeto experimental que se propôs a testar as potencialidades de um modelo jornalístico em ascensão nacional e internacional numa localidade regional sem precedentes fora um desafio. A entrega de um produto final ainda tornou necessária, além da identificação de potencialidades e entraves, a superação de alguns deles, fosse através de sugestões para adequação à realidade local ou de tensionamentos sobre o próprio modelo, o que exigiu um constante reflexo durante a realização do projeto.

É preciso dizer que as variáveis deste projeto imbricaram-se de maneira íntima, fazendo com que a cada nova condição inerente à contingência local identificada alterasse os demais processos envolvendo a totalidade deste trabalho. Como exemplo, é possível citar as novas regras eleitorais que alteraram o panorama em que foram realizadas as coberturas de referência em *fact-checking* anteriores. Tal fator também potencializou as diferenças nas condições de cada partido na disputa, condicionando assim a disponibilidade de material necessário a este trabalho, limitado também pelo tempo que dispusemos para sua realização.

Na medida em que readequamos nossas expectativas e adaptamos o conteúdo levantado às nossas possibilidades de apuração, o trabalho pôde ser executado, mesmo que com ressalvas. Dados elaborados podiam ser encontrados em documentos de ordem nacional, servindo à apuração de falas dessa abrangência, mas, no geral, para o encontro de informações sobre os fatos que se passam na cidade, os recursos da mídia foram muito mais utilizados, em dissonância com os métodos tradicionais, mas caso não os utilizássemos, o produto restaria com maiores limitações. Também não pudemos medir nem a menor

influência do produto deste trabalho sobre o jogo político, visto que sua publicação esteve condicionada às imposições legais nos dois turnos.

Para além das considerações sobre as dificuldades encontradas em âmbito local já descritas no capítulo anterior, é preciso se ater a algumas críticas ao modelo surgidas a partir do trabalho exercido pela nossa equipe, em consonância com algumas das críticas que o *fact-checking* sofre.

Numa tentativa de tensionar o modelo no que diz respeito a suas autolimitações, buscamos algumas classificações que dessem conta de enaltecer as atenções ao contexto do que verdadeiramente ao enunciado. Como impressões deste autor, a partir das discussões de Graves (2016), o *fact-checking*, ao deter-se tão somente aos enunciados, classificando em pé de igualdade informações de pesos diferentes aparenta querer para si o lugar de um novo bastião da objetividade e da imparcialidade, o que por si só se torna um caso sugestivo a um aprofundamento futuro sobre os sentidos que operam. Um outro debate possível diz respeito ao seu discurso autorreferido produzido pelas equipes de *fact-checking*, com seus “textos e formatos narcísicos que incorporam e reproduzem dinâmicas endógenas da tecnologia nos próprios modos de inteligibilidade do mundo” (MOUILLAUD, 2012, p.374), constantemente reafirmando seu lugar no jornalismo e os modos com que operam.

Além destes debates possíveis, outros de ordem mais apocalíptica têm posto em xeque a importância do *fact-checking* no incremento do saber sobre o meio político, mas que, nem por isso, merecem desconsideração. Um deles, e talvez o principal, seja um que se dá sobre um conceito que ganhou plena notoriedade a partir de fatos políticos nacionais e internacionais ocorridos em 2016, e que sido eleito inclusive como a palavra do ano pela *Oxford Dictionaries*<sup>37</sup>. O verbete *pós-verdade* é definido como “circunstâncias em que os fatos objetivos têm menos influência sobre a opinião pública do que apelos à emoção e a crenças pessoais”<sup>38</sup>, algo que coloca em xeque parte da importância relativa ao que propõe o *fact-checking*. Como aponta o site *The Intercept*, o impeachment que derrubou a

---

<sup>37</sup> FÁBIO, André Cabette. O que é ‘pós-verdade’, a palavra do ano segundo a Universidade de Oxford. Nexo, 16 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/16/O-que-%C3%A9-%E2%80%98p%C3%B3s-verdade%E2%80%99-a-palavra-do-ano-segundo-a-Universidade-de-Oxford>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

<sup>38</sup> FILHO, João. A semana da pós-verdade brasileira. The Intercept, 20 de novembro de 2016. Disponível em: <<https://theintercept.com/2016/11/20/a-semana-da-pos-verdade-brasileira/>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

presidenta Dilma Rousseff em agosto de 2016 no Brasil ocorreu com deputados e senadores admitindo que seus votos se justificavam por motivos diferentes àquele que poderia legalmente promover o impeachment. Nos Estados Unidos, a eleição de Donald Trump à presidência ocorreu mesmo com as constantes mentiras proferidas pelo candidato - em março de 2016, uma equipe de jornalistas do *The Huffington Post* contabilizou 71 enunciados imprecisos, enganosos ou questionáveis em apenas uma hora (incluindo intervalos comerciais) durante um evento promovido pela rede de TV americana *CNN*<sup>89</sup>.

Casos assim, junto à experiência do exercício do *fact-checking* em nível local, apontam para a necessidade de o jornalismo considerar em suas análises o grande escopo do comportamento eleitoral ao invés de tão somente aos enunciados dos candidatos. Isso porque, mesmo que se assuma que as condições debilitantes da atividade jornalística permanecem, e que o *fact-checking* cumpre um papel preenchedor de lacunas deixadas por essa realidade, ao barrar o fluxo da desinformação, há mais chances de essa prática se adequar de maneira acessória à cobertura jornalística em geral que firmar-se e multiplicar-se como atividade profissional de relevância por si só.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia. O JORNALISTA: do mito ao mercado. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 45-57, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2088/1828>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

GRAVES, Lucas. **Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism**. 1. ed. New York, NY: Columbia University Press, 2016.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. 9. ed. Rio de Janeiro: Record, 2011.

---

<sup>39</sup> BENDERY, J.; LIEBELSON, D.; STEIN, S. Donald Trump Made Up Stuff 71 Times In An Hour. The Huffington Post, 30 de março de 2016. Disponível em: <[http://www.huffingtonpost.com/entry/donald-trump-fact-check\\_us\\_56fc375fe4b0daf53aee9175](http://www.huffingtonpost.com/entry/donald-trump-fact-check_us_56fc375fe4b0daf53aee9175)>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

MAINGUENEAU, Dominique. **Termos-chave da análise do discurso**. 1. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2000.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O JORNALISMO EM TEMPO DE MUDANÇAS ESTRUTURAIS. Revista **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, janeiro/junho 2011. Disponível em: <<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/19208/12362>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

PEREIRA JUNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

POMARES, J; GUZMÁN, N. **The hardest check: Measuring the impact of fact-checking**. Buenos Aires: Chequeado, 2014. Disponível em: <<http://livex.poynter.org/wp-content/uploads/2015/10/The-hardest-check-1.pdf>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

QUIROGA, Tiago. Prospecções ontológicas: notícia, acontecimento e o lugar do outro no jornalismo digital. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sérgio D. (Orgs.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

SANTI, Vilso Junior. O DESAFIO DA APURAÇÃO JORNALÍSTICA NO CIBERESPAÇO. **Revista Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, n. 24, 2010. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/9021/624>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

TAMBOSI, Orlando. INFORMAÇÃO E CONHECIMENTO NO JORNALISMO. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 31-38, 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2139/1851>>. Acesso em: 23 de novembro de 2016.

## APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM

Candidato	Temática	Enunciado
Alcir Martins (PSOL)	Desenvolvimento Econômico	<b>E01:</b> "(...) em geral a atração de indústrias se estabelece com isenção de impostos, muitas regalias, e em contrapartida o que se vê é uma geração de empregos de baixa densidade, de pouco alcance, e isso para nós não interessa." Fonte: Rádio Universidade AM



	Educação	<b>E02:</b> "A nossa avaliação, e aí nós temos o acúmulo e o debate das organizações, dos sindicatos e das estruturas que fazem esse debate com a prefeitura de que há recurso suficiente para (...) garantir o pagamento do piso salarial profissional nacional, o piso do magistério." Fonte: Rádio Universidade AM
	Mobilidade Urbana	<b>E03:</b> "(...) quando (as grandes obras de mobilidade em execução) foram projetadas, talvez resolvessem e sanassem algum modelo de cidade que tínhamos na época. Hoje elas vão se esgotar e se concluir quando a cidade já estiver transbordando para além da sua necessidade." Fonte: TV Campus
	Saneamento Básico	<b>E04:</b> "A prefeitura atual já apontou para um possível rompimento (do contrato com a Corsan) sinalizou algumas possibilidades que dialogam no campo da privatização." Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E05:</b> "O que se sabe é que existe um orçamento previsto, e ele efetivamente não está sendo... embora haja previsão para cima dos mínimos constitucionais, ele fica estocado, ele não é efetivamente aplicado nos últimos anos." Fonte: Rádio Universidade AM
	Saúde	<b>E06:</b> "Uma cidade do tamanho de Santa Maria ter menos de 40 agentes comunitários de saúde é dizer 'não temos Estratégia de Saúde da Família'." Fonte: Rádio Gaúcha
	Segurança	<b>E07:</b> "É fundamental entender que o que a gente vê de resposta nesse diálogo (da segurança pública) é um recrudescimento da repressão. Será que não se deram conta de que a repressão não funcionou até hoje? Temos a quarta maior população carcerária do mundo, e a gente se sente mais seguro? Não." Fonte: Debate PETCOM
	Segurança	<b>E08:</b> "(A Guarda Municipal é) pensada hoje no sentido de (...) que precisa reprimir, fazer uma polícia no sentido do que a Brigada Militar faz." Fonte: Rádio Gaúcha

#### **APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM**

<b>Candidato</b>	<b>Temática</b>	<b>Enunciado</b>
Fabiano Pereira (PSB)	Desenvolvimento Econômico	<b>E09:</b> "O primeiro ato que o prefeito irá fazer será assinar um protocolo de intenções entre prefeitura, reitor (UFSM), e 3ª DE, com o Comandante do Exército, e essas pessoas vão de 15 em 15 dias, numa segunda-feira de manhã sentar por 2h ou 3h, porque esses três juntos coordenam 2,5 bilhões de recursos públicos da cidade." Fonte: TV Campus

Desenvolvimento Econômico	<b>E10:</b> “Temos uma prefeitura, que embora tenha várias dificuldades, tem pago os servidores em dia, tem pago fornecedores em dia. Não deve pra ninguém.” Fonte: TV Campus
Educação	<b>E11:</b> “Nós somos um pólo educacional, se pegar escolas do município, estaduais, particulares, e de ensino superior, nós temos quase cem mil pessoas estudando na cidade.” Fonte: TV Campus
Educação	<b>E12:</b> “São poucas as cidades do mundo em que pessoa pode nascer, crescer e se formar sem sair (da cidade). Temos que ter um programa agressivo e competitivo para que as pessoas não precisem sair daqui, e que cada vez mais Santa Maria tenha emprego para que a juventude possa aqui ficar.” Fonte: TV Campus
Educação	<b>E13:</b> “Queremos elevar a educação infantil, nós temos 19 mil alunos em 75 escolas municipais. Destes, 5700 são já na educação infantil. Vamos trabalhar para que toda criança esteja na creche.” Fonte: TV Campus
Educação	<b>E14:</b> “Passo Fundo fez a primeira creche noturna do país, das 7h da noite às 7h da manhã.” Fonte: TV Campus
Mobilidade Urbana	<b>E15:</b> “Quero liderar como prefeito um movimento de prefeitos no país dizendo que é inaceitável que se pague imposto sobre o óleo diesel do transporte coletivo. Precisamos liquidar esse imposto, e isso tem que baratear diretamente a tarifa. Como também implementar o bilhete único” Fonte: TV Campus
Mobilidade Urbana	<b>E16:</b> “Estabelecer de fato novos modais de mobilidade, tem 146 milhões do Ministério das Cidades pra nós implementarmos o BRT. Hoje nós temos visto no Rio, em função da Olimpíada, onde foram implantados quatro BRTs, e tem dado uma grande melhoria na mobilidade do Rio de Janeiro.” Fonte: TV Campus
Saneamento Básico	<b>E17:</b> “Hoje (a Corsan) arrecada cerca de 100 milhões e fica 40 milhões para Santa Maria. Com esse recurso nós podemos muito bem colocar o fluvial, o lixo e o asfalto.” Fonte: Rádio Gaúcha
Saúde	<b>E18:</b> “Hoje nós temos 16 equipes de saúde da família, que atendem 30% da cidade, se nós chegarmos a 40 equipes de saúde da família, isso significa nós termos 80% de cobertura.” Fonte: TV Campus

**APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM**

Candidato	Temática	Enunciado
Fabiano Pereira (PSB)	Saúde	<b>E19:</b> “Precisamos abrir uma UTI na Casa de Saúde, com 2 milhões de reais se abre uma UTI na Casa - a secretaria tem um orçamento de cerca de 80 milhões de reais - para dar suporte para a UPA e para a maternidade.” Fonte: TV Campus

	Segurança	<b>E20:</b> “A ideia é comprar a cada mês 4.350 horas extras, isso significa 4.350 horas a mais de policiamento nas ruas. Fonte: Programa eleitoral do dia 17 set. 2016
Jader Maretoli (SD)	Desenvolvimento Econômico	<b>E21:</b> Nós temos quase 50 mil universitários em Santa Maria. Será que nós não temos um grande alicerce dentro de tecnologia dentro de Santa Maria?
	Educação	<b>E22:</b> “Nós temos um elefante branco, que são as creches, que tem sido há mais de anos debatidas e mostradas nos meios de comunicação. [...] A partir do momento que eu for contratar uma empresa para fazer com que venha instalar creches novas na cidade, eu preciso olhar o currículo dessa empresa, as obras que ela fez [...] Não vai acontecer o que aconteceu na nossa cidade, uma empresa abandonou e fica esse elefante branco, fica famílias necessitando, outros lugares sobrando vaga mas não tem como estar se locomovendo de um canto pra outro da cidade.” Fonte: Rádio Universidade AM
	Mobilidade Urbana	<b>E23:</b> “A grande maioria das duplicações que estão acontecendo em Santa Maria são verbas federais.” Fonte: TV Campus
	Segurança	<b>E24:</b> “Precisamos enxergar a criminalidade na raiz, é enxergar que tá faltando escola de tempo integral, porque os jovens com 12 e 13 anos eles já estão conhecendo a criminalidade, estão sendo incentivados à criminalidade, quando começamos a perceber que grande número de pessoas que estão envolvidas nela são jovens, são adolescentes, nós precisamos pensar que está faltando oportunidade para esses jovens.” Fonte: TV Campus
Jorge Pozzobom (PSDB)	Educação	<b>E25:</b> “O colégio municipal Vicente Farencena, que tem uma parceria com a nossa UFSM, tirou a melhor nota no IDEB.” Fonte: TV Campus
	Educação	<b>E26:</b> “Eu não posso fazer uma nova creche, se ainda há creches que não foram concluídas.” Fonte: TV Campus
	Mobilidade Urbana	<b>E27:</b> “Na duplicação da 509, o trevo do castelinho até a Igreja do Amaral, esse projeto em 2008, quando eu trabalhava no governo do estado, nós desarquivamos esse projeto” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E28:</b> “95% dos atendimentos que as pessoas procuram os nossos postos de saúde não é de alta complexidade, não é a cirurgia de traumatologia não é a cirurgia cardíaca, é aquela questão básica (...)” Fonte: TV Campus

#### **APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM**

<b>Candidato</b>	<b>Temática</b>	<b>Enunciado</b>
Jorge Pozzobom (PSDB)	Segurança	<b>E29:</b> “Se nós pegarmos a Nova Santa Marta, já foram 39 homicídios esse ano e a maior parte deles naquela região.” Fonte: TV Campus

	Segurança	<b>E30:</b> “Nós vamos apresentar para a cidade de Santa Maria um projeto cerca eletrônica nos moldes que tem aqui na cidade de Canoas, ao lado de Porto Alegre, onde terá um equipamento monitorado integrado diretamente aos órgãos de segurança.” Fonte: Rádio Gaúcha
Marcelo Bisogno (PDT)	Lazer	<b>E31:</b> “Espaços nós temos, nós não temos tido são investimentos.” Fonte: TV Campus
	Lazer	<b>E32:</b> “Nós temos vários projetos que foram apresentados como parques e até hoje nenhum saiu do papel, o Parque Jockey Club não saiu do papel.” Fonte: TV Campus
	Mobilidade Urbana	<b>E33:</b> “Realizamos 420 mudanças no trânsito de SM, em apenas um ano e quatro meses. Instalamos mais de 30 semáforos pela cidade, 380 abrigos de ônibus, implementamos o corredor de ônibus, na avenida Rio Branco, que organizou e ordenou a área central, implementamos o corredor na avenida Riachuelo e a partir dali passamos a construir uma série de mudanças.” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E34:</b> “Temos em Santa Maria mais de 220 mil pessoas que não tem plano de saúde na cidade que precisam da prefeitura, do Estado, da União para buscar saúde.” Fonte: Rádio Gaúcha
	Saúde	<b>E35:</b> “Se tivermos o Samu municipal em Santa Maria, em menos de 10 minutos nos teremos o atendimento das ambulâncias na cidade.” Fonte: Rádio Gaúcha
	Segurança	<b>E36:</b> “(...) (a prefeitura) arrecada 600 mil reais por mês de iluminação pública e hoje nós temos a pior iluminação pública da história de Santa Maria.” Fonte: Rádio Gaúcha
	Segurança	<b>E37:</b> “A Brigada Militar está a cada ano perdendo seus soldados, perdendo a sua força de efetivo, e Santa Maria será atingida cada vez mais com menos brigadianos nas ruas.” Fonte: TV Campus
Paulo Weller (PSTU)	Educação	<b>E38:</b> “Tenho que defender que a única parceria que a Prefeitura é com a Universidade Federal. [...] na questão de transporte, na questão de moradia, sei muito bem que a Universidade tem setores que trabalham na tentativa de resolver a questão das moradias populares a preços baratos, sei que existe também um setor de transporte que trabalha no sentido de resolver o problema do congestionamento.” Fonte: TV Campus

## APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM

Candidato	Temática	Enunciado
-----------	----------	-----------

Paulo Weller (PSTU)	Lazer	<b>E39:</b> “Eu até hoje não entendi o que aconteceu no nosso Centro Desportivo Municipal. Nós temos que nos debruçar sobre o projeto.. Na verdade foi entregue à iniciativa privada. [...] Essa parceria entre a iniciativa privada e o erário público, naquele momento, acho que foi no governo Valdeci, não deu certo. Nós temos que rever isso.” Fonte: Rádio Universidade AM
	Segurança	<b>E40:</b> “(...) a gente acompanha o genocídio da população negra na periferia, e isso é bem comum a qualquer pessoa que circunda os bairros populares, Nova Santa Marta, a própria Cohab Santa Marta, a T. Neves, uma série de lugares, a gente acompanha isso (...)” Fonte: TV Campus
Valdeci Oliveira (PT)	Educação	<b>E41:</b> “Lamentavelmente nós temos uma cidade que conseguiu, por muita luta, de muita gente, verbas para a construção de 10 creches da Pro-infância, e lamentavelmente todas elas não saíram do papel, as que saíram do papel, as obras pararam pela metade, e todo dinheiro público foi desperdiçado.” Fonte: TV Campus
	Lazer	<b>E42:</b> “(...) nós vamos abrir o Parque da Nonoai, onde é extremamente importante, foi uma construção que teve no nosso governo, como prefeito de Santa Maria, uma parceria, e o centro de eventos que vai acontecer lá no centro, a contrapartida dele é exatamente ter o Parque da Nonoai aberto para a sociedade, lamentavelmente está fechado hoje.” Fonte: TV Campus
	Mobilidade Urbana	<b>E43:</b> O Plano de Mobilidade de Santa Maria, ele não saiu do papel. Fonte: TV Campus
	Mobilidade Urbana	<b>E44:</b> “(...) (precisamos) fazer como eu fiz no primeiro governo: ter uma secretaria específica de captação de recursos de projetos, exatamente para buscar recursos para que possamos ter, assim como foi no primeiro governo, grandes obras, importantes obras, principalmente onde tem o transporte coletivo e depois, logicamente, avançando para um conjunto de regiões da cidade.” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E45:</b> “Santa Maria tem hoje uma situação de saúde caótica, é um dos piores municípios do estado do Rio Grande do Sul e, ao mesmo tempo, é o município que mais devolveu recursos públicos a nível do governo federal por falta de projeto.” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E46:</b> “Quando nós assumimos a prefeitura, tivemos uma série de ações, reabrimos a Casa de Saúde, criamos um PA novo, criamos duas unidades novas de saúde, uma em Camobi, outra no Itararé, criamos 16 equipes estratégicas de saúde da família.” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E47:</b> “Hoje Santa Maria lamentavelmente tem apenas 18% de cobertura de estratégias de saúde da família, nós temos que chegar no mínimo de 60 a 70% nos próximos quatro anos.” Fonte: TV Campus

#### APÊNDICE A – QUADRO DOS ENUNCIADOS SELECIONADOS PARA CHECAGEM

Candidato	Temática	Enunciado
Valdeci	Segurança	<b>E48:</b> “Lamentavelmente aqui, o governo municipal não se

Oliveira (PT)		colocou à disposição (da implementação do policiamento comunitário) e não teve predisposição para que isso pudesse ser implementado em uma parceria com o governo do estado.” Fonte: TV Campus
Werner Rempel (PPL)	Lazer	<b>E49:</b> “Quando fui vice-prefeito de 2005 - 2008, nós fizemos um acordo com a CACISM, que lá naquela área do Centro Desportivo Municipal, do CDM, haveria um Centro de Eventos, em contra partida a CACISM faria um parque no Bairro Nonoai. Esse parque andou e parou. [...] Terá que cobrar da CACISM, que cumpra com sua parte num acordo feito com a municipalidade de SM.” Fonte: TV Campus
	Mobilidade Urbana	<b>E50:</b> “Em SM há uma distorção dos tipos de deslocamentos. Nós temos 47% dos deslocamentos, que ocorrem em SM que é feito por automóveis particulares. Temos em torno de 30%, que é feito de bicicleta e a pé e menos de 25% no transporte coletivo.” Fonte: TV Campus
	Saúde	<b>E51:</b> “Hoje se eu quiser aumentar o salário de um profissional da saúde, eu tenho que aumentar de todo o município, de toda a municipalidade, de todos os funcionários. Na fundação pública, no direito público eu posso fazer separadamente e dessa forma eu posso atrair profissionais capacitados para a gente ter 45, 46, 48 equipes de estratégia da saúde da família.” Fonte: TV Campus

## APÊNDICE B – QUADRO COM COMENTÁRIOS SOBRE ENUNCIADOS CHECADOS

Enun.	Comentário
-------	------------

E01	Essa talvez tenha sido a apuração mais questionável em matéria de respeito às regras formais estabelecidas pelas iniciativas em fact-checking, pois o enunciado pode ser classificado como opinativo, uma afirmação pertencente a uma visão política. Mas porque também pretendíamos tensionar o modelo é que demos cabo a apuração, para tentar identificar alguns rumos possíveis para a checagem. Para isso, foram utilizados dois relatórios, um da Consultoria Legislativa da Câmara dos Deputados, para atestar a concessão de incentivos fiscais, e outro do Banco Interamericano de Desenvolvimento, sobre o questionamento acerca dos reflexos da concessão desses incentivos. Ambos são pesquisas de instituições que são caracterizadas como oficiais e alternativas, sem maiores questionamentos sobre legitimidade. Além disso, somamos a entrevista de um professor que comenta o fenômeno numa realidade mais próxima, tida na região metropolitana de Porto Alegre, RS. O <i>Verdadeiro</i> , mas, se justifica pelo acerto no quesito dos incentivos fiscais, e a adversatividade se justifica porque a contribuição dos demais conteúdos indica justamente a falta de indicadores que atestem a veracidade das premissas com as quais se implementam tais concessões.
E05	fomos buscar a informação com o gerente do Fundo Municipal de Saúde de Santa Maria, que nos confirmou o fato. Apesar disso, não nos disponibilizou em tempo os documentos que comprovassem a afirmação. Classificamos como <i>Verdadeiro</i> , mas, porque conseguimos a afirmação a partir da fonte inicial, mas, como nos faltaram dados para atestar precisamente como isso se deu, indicamos a adversatividade.
E06	Encontramos dados que indicavam um equívoco de Alcir com relação ao número de agentes comunitários em Santa Maria. Mas, ao discutirmos a possibilidade de um classificação como Falso, ou Exagerado, poderíamos estar contribuindo para solapar uma informação mais rica que o número absoluto de agentes. Através de documento oficial do SUS, encontramos 97 profissionais cadastrados, mais que o dobro que o indicado por Alcir, 40. Mesmo assim, o próprio documento aponta que esses 97 profissionais dão conta de uma cobertura de apenas 21,15% da população. Se as iniciativas já se utilizam de um <i>Verdadeiro</i> , mas, onde o que passará a interessar o leitor será o adversativo, concluímos pela criação de um <i>Falso</i> , mas: o número importa menos que a realidade da baixíssima cobertura das equipes de Estratégia de Saúde da Família na cidade.
E07	Alcir faz dois apontamentos, correlacionando-os. O primeiro é um dado encontrado em documento do Ministério da Justiça que indica que o Brasil tem a quarta maior população carcerária. Ao sugerir que não nos sentimos seguros, mesmo sendo o quarto maior país encarcerador do mundo, seria preciso encontrar dados oficiais que indicassem essa sensação - e não simplesmente ignorar o dado como se tal declaração fosse apenas da ordem de uma opinião. Assim, procuramos e encontramos um relatório do IPEA sobre a percepção social de segurança pública cujos maiores indicadores apontavam sensações de medo ou muito medo. Dessa forma, caracterizamos o enunciado como <i>Verdadeiro</i> .
E15	Em E15, Fabiano faz uma afirmação que em parte toca a verdade, em parte desconsidera outras variáveis, por isso, <i>Verdadeiro</i> , mas. Faz isso ao discutir remodelar apenas um dos condicionantes do preço da tarifa de transporte coletivo, dado atestado pela planilha utilizada pela Secretaria de Mobilidade Urbana de Santa Maria.
E18	Apesar de o candidato falar sobre o mesmo tema abordado pelo candidato Alcir em E06, o Fabiano foi muito mais categórico nos números apresentados, acertando parcialmente o número de equipes (16), sem distinguir quantas estão credenciadas e quantas estão efetivamente implantadas (14). Além disso, apresentou porcentagens erradas relativas à cobertura realizada pelas equipes, tanto se levássemos em consideração dados do Departamento de Atenção Básica do SUS, quanto os dados relativos à lei municipal que institui e regula o Programa Saúde da Família de Santa Maria. Por isso, <i>Falso</i> .

**APÊNDICE B – QUADRO COM COMENTÁRIOS SOBRE ENUNCIADOS  
CHECADOS**

Enun.	Comentário
E19	Como não encontramos dados governamentais que indicassem o custo de uma UTI, visto que o preço estaria condicionado à instalação na Casa de Saúde, utilizamos do critério da Agência Pública para perguntar diretamente ao candidato qual sua fonte, através de uma etiqueta que nomeamos como <i>E aí, candidato?</i> . Tentamos entrar em contato com sua assessoria através de sua página pelo Facebook, sem resposta. Por telefone, sua assessora falou que, por conta da agenda, seria complicado de o candidato conseguir responder. No único horário disponibilizado para conversarmos, ninguém atendeu. A saída bem sucedida foi aguardar os candidatos no hall de entrada do Centro Universitário Franciscano, por onde todos os candidatos passariam rumo ao estúdio para a gravação de um debate. Em resposta, o candidato afirmou que esse dado que lhe deu foi a própria direção da Casa de Saúde. Como conseguimos esse dado somente na véspera do dia da publicação do projeto, não tivemos acesso aos dados e, por conseguinte, deixamos o enunciado sem outra classificação posterior.
E20	Fabiano foi o único candidato que identificamos que se contradisse durante sua campanha eleitoral. Em E20, Fabiano diz que pretende comprar 4350 horas extras dos policiais militares do Estado, e, numa entrevista para a RBS TV, diz que pretende comprar horas extras, mas que os policiais disponibilizarão horas extras de maneira voluntária, sem tempo pré-estabelecido. Dessa forma, não é possível saber, de antemão, quantas horas extras seriam garantidas. Assim, apenas a partir da análise de dois momentos de campanha, caracterizamos o enunciado E20 como <i>Contraditório</i> .
E22	Ao falar sobre a situação das creches municipais, Jader acerta ao comentar que suas obras estão paralizadas. Contextualizamos a história com links para notícias publicadas pela assessoria da Prefeitura, por um jornal da cidade e para um outro link que direciona ao processo em tramitação na Justiça Estadual. Assim, <i>Verdadeiro</i> .
E23	Afirmção <i>Verdadeira</i> e básica de Jader em E23, sobre os recursos financeiros federais e estaduais aplicados nas obras de duplicação das rodovias que cortam Santa Maria. As informações para corroborar os dados foram encontrados na mídia e no site do Departamento Nacional de Infraestrutura de Transporte.
E24	Em um caso de <i>Falso</i> em que o contexto, para nós, tem maior importância que o dado, avaliamos dois trechos do enunciado. Quanto ao dado de que grande número de pessoas que estão envolvidas na criminalidade são jovens, fomos atrás de dados que minimamente pudesse sustentar esse apontamento do candidato. Através da solicitação de dados ao governo estadual por meio da Lei de Acesso à Informação, mostramos que o envolvimento de jovens, nos casos registrados pela Secretaria de Segurança Pública do Estado do Rio Grande do Sul é mínimo, em comparação ao total de ocorrências. E, com o auxílio de uma pesquisa acadêmica, buscamos corroborar a importância de condições como segurança, saúde, educação, lazer e trabalho, na qualidade de vida dos jovens e no consequente afastamento da criminalidade.
E26	Ao comentar que ainda há creches que não foram concluídas em E26, Pozzobom traz um dado <i>Verdadeiro</i> que confirmamos com dados provenientes da mídia e da assessoria da Prefeitura. A contextualização foi feita em conjunto com E41.
E28	Sobre E28, decidimos perguntar para o candidato Jorge Pozzobom de onde vinha o dado mencionado. Apesar de sua assessoria ter sido a única a se comprometer com o envio de uma resposta, não a obtivemos. Assim, sob a etiqueta <i>E aí, candidato?</i> , assinalamos o não recebimento de resposta.
E29	Ao falar sobre os homicídios ocorridos em Santa Maria, Pozzobom errou o número de casos: eram 38, disse 39. Além disso, não especificou bem se falava sobre a região oeste da cidade ou sobre o próprio bairro Nova Santa Marta, por isso esmiuçamos os dados na contextualização, classificando como <i>Verdadeiro, mas</i> .

## APÊNDICE B – QUADRO COM COMENTÁRIOS SOBRE ENUNCIADOS

### CHECADOS



Enun.	Comentário
E31	Ao falar sobre a existência de espaços de lazer e sobre a falta de investimentos da prefeitura neste setor, levantamos dados que comprovam que existem lugares que estão desassistidos, mas que alguns receberam recursos do governo. Por isso, <i>Verdadeiro, mas</i> .
E32	Ainda falando sobre os parques da cidade, Bisogno faz uma afirmação <i>falsa</i> em E32 ao dizer que o Parque Jockey Club não saiu do papel. Ele foi exatamente o único que saiu do papel. E, novamente, só pudemos comprovar e contextualizar de maneira adequada utilizando fontes da mídia de assessoria da Prefeitura.
E34	Enunciado de Marcelo Bisogno, não encontramos dados da Agência Nacional de Saúde Suplementar que indicassem quantas pessoas em Santa Maria têm plano de saúde. Mas, através do mesmo documento já utilizado em outros enunciados sobre a saúde municipal, disponibilizado pelo Departamento de Atenção Básica do SUS, foi possível verificar com precisão a veracidade do dado do candidato, tido num primeiro momento como muito específico, mas que logo em seguida indicava no mínimo um estudo prévio realizado pela campanha. Assim, classificamos como <i>Verdadeiro</i> .
E36	Bisogno trouxe um dado específico, possível de se verificar no Portal da Transparência da Prefeitura de Santa Maria. Mas, quanto à afirmação de que hoje a cidade tem a pior iluminação pública de sua história, tivemos de ir perguntar ao candidato qual sua fonte. Sem resposta de sua assessoria, seja por Facebook, seja por telefone, fomos encontrá-lo antes do debate no Centro Universitário Franciscano, em 27 de setembro, quando notamos ser uma afirmação de efeito sem respaldo em dados técnicos. Assim, <i>Verdadeiro, mas</i> .
E39	Numa fala que não trata especificamente dos termos exatos, surge a confusão. Classificado como <i>Impreciso</i> , Paulo Weller, não distingue o espaço do Centro Desportivo Municipal do espaço Centro de Eventos. Os desdobramentos de cada um são citados em contextualização com leis municipais e notícia publicada em jornal.
E40	Buscamos dados que qualificassem os fenômenos levantados pelo candidato Paulo Weller, quanto ao genocídio da população negra no Brasil, sobre os casos envolvendo homicídios em Santa Maria, e uma provável relação entre os dados nacionais com os dados municipais. O máximo que conseguimos nesse processo foi indicar, através de um mapa da distribuição racial na cidade, a reprodução das condições que atestam o genocídio a nível nacional. Quanto ao genocídio da população negra, relatórios afirmam isso, já a falta de dados oficiais sobre o genocídio em Santa Maria, mesmo com os apontamentos, justificam a adversatividade do <i>Verdadeiro, mas</i> .
E41	Em fala sobre a situação das creches, Valdeci traz dados <i>verdadeiros</i> em E41 que são corroborados por informações provenientes da assessoria da prefeitura e da mídia. A contextualização foi feita em conjunto com E26.
E45	Havia muito o que avaliar no enunciado <i>Exagerado</i> de Valdeci Oliveira, em E45. Apesar de Santa Maria ter constado durante muito tempo próximo ao final da lista de municípios gaúchos em matéria de repasse percentual para a área da saúde, em 2015 o repasse foi o maior em 10 anos (incluindo o período em que Valdeci fora prefeito). Sem dados para caracterizar o "caótico" da saúde municipal, tentamos contato com o candidato para saber também de onde vinha o dado de que Santa Maria é o município que mais devolveu recursos públicos a nível do governo federal por falta de projeto. Tendo sido presidente da Comissão de Saúde e Meio Ambiente da Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul, presumimos que Valdeci teria os dados para comprovar sua fala, porém, não conseguimos entrar em contato com sua assessoria.

## APÊNDICE B – QUADRO COM COMENTÁRIOS SOBRE ENUNCIADOS CHECADOS

<b>Enun.</b>	<b>Comentário</b>
E47	Valdeci traz uma a porcentagem <i>verdadeira</i> referente à cobertura das equipes de Estratégia de Saúde da Família em E47, por isso classificamos o enunciado como Verdadeiro. Como acréscimo, indicamos uma reportagem publicada pela assessoria do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul e uma lei municipal que apontam para o acréscimo no número de equipes na cidade.
E48	Em E48, só conseguimos encontrar dados e contextualizá-los através de publicações da assessoria da Prefeitura e de veículos de imprensa, algo temerário para as iniciativas que realizam o fact-checking, impossível para algumas, mas, a fim de tensionar o modelo, assumimos a responsabilidade pelo uso de algo que registrasse, minimamente, a ocorrência de encontros e o que fora tratado em cada um deles. Sua classificação foi <i>Verdadeiro, mas</i> .
E50	Werner Rempel traz em E50 exatamente os dados encontrados no Plano Diretor de Mobilidade Urbana de Santa Maria, divulgado em dezembro de 2013. Assim, classificamo-a como <i>Verdadeira</i> .
E51	Para atestar a veracidade da afirmação de Werner Rempel em E51, foi preciso recorrer às leis municipais que regessem o funcionalismo. Para um de nossos voluntários, a linguagem jurídica o fez, num primeiro momento, selecionar um artigo que não corroboraria a fala de Werner. A partir de uma revisão é que percebemos que o artigo que indicariamos não traria nenhum atestado de veracidade. Solucionado o problema a tempo, ainda indicamos as leis implementadas em outras cidades do Rio Grande do Sul que eram similares ao que propunha o candidato para Santa Maria. Concluímos por ser uma afirmação <i>Verdadeira</i> .