

2 O FACT-CHECKING COMO FERRAMENTA PARA O COMBATE À DESINFORMAÇÃO: UMA ANÁLISE DA AGÊNCIA LUPA NO SEGUNDO TURNO DAS ELEIÇÕES PRESIDENCIAIS DE 2022

FACT-CHECKING AS A TOOL FOR COMBATING MISINFORMATION: AN ANALYSIS OF LUPA AGENCY IN THE RUNOFF OF THE 2022 PRESIDENTIAL ELECTIONS

Bruna de Oliveira Pereira¹

Wagner Silveira Rezende²

Palavras-chave: Eleições presidenciais; Desinformação; Segundo turno; Verificação de fatos.

RESUMO

O acesso à informação está intrinsecamente ligado à garantia de um Estado Democrático de Direito, uma vez que permite que os cidadãos participem efetivamente dos processos políticos e sociais, como enfatizado por Targino (1991). Além disso, em um contexto em que a internet e os meios de comunicação desempenham um papel central na disseminação de informações, essa acessibilidade se torna ainda mais relevante (Castells, 2003). Entretanto, conforme aponta Benkler (2006), a ideia de uma internet revolucionária e democratizadora não é nova, sendo uma afirmação que data da concepção inicial da internet e que tem sido alvo de críticas substanciais.

Nesse sentido, um dos principais desafios contemporâneos está relacionado à proliferação da desinformação, o que pode comprometer a capacidade dos cidadãos de tomar decisões informadas. Para contornar esse problema, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) renovou uma parceria com agências de verificação de informações – fact-checking –, tendo sido firmado um plano denominado Coalizão para Checagem – Eleições 2022 com o objetivo de verificar a veracidade das informações que circulam online, principalmente em plataformas de mídia social, e que possui o potencial de impactar as qualidades da decisão do eleitor durante o processo de votação (Tribunal Superior Eleitoral, 2022).

¹ Mestranda em Direito e Inovação pela Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGD-UFJF). Bolsista de pós-graduação da Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais (Fapemig). E-mail: bruna.oliveira@direito.ufjf.br

² Professor de Sociologia do Direito da Faculdade de Direito da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Membro do Programa de Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Direito e Inovação (PPGD-UFJF). E-mail: wagner.rezende@ufjf.br

O fact-checking consiste na verificação e correção de informações, modelo de jornalismo que surgiu durante as eleições presidenciais de 1992 dos Estados Unidos, a fim de verificar a veracidade do discurso dos candidatos (Lupa, 2023). Desde então tem tomado espaço como uma ferramenta jornalística crucial para combater a desinformação e, por consequência, promover um ambiente informacional mais confiável.

Este estudo tem como objetivo analisar brevemente o papel da agência de checagem de fatos Lupa no segundo turno das eleições presidenciais de 2022 com o uso do fact-checking no contexto político. Para tanto, a pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, com uma pesquisa bibliográfica e um mapeamento das checagens realizadas pela agência Lupa.

A coleta de dados foi realizada no site da agência Lupa, com a delimitação do período de 02/10/2022 a 30/10/2022 – abrangendo as verificações a partir do dia do primeiro turno das eleições e continuando no segundo turno –, utilizando ainda o termo de busca “eleições”. As verificações de fatos foram extraídas e categorizadas conforme: 1) data; 2) direcionamento; 3) etiqueta; 4) rede social; e 5) tema. Posteriormente, os dados foram analisados utilizando o software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), a fim de estabelecer métricas de frequência, tais como o número de verificações de fatos, os temas mais comuns e a distribuição do direcionamento das informações verificadas.

Como resultado parcial, destaca-se o levantamento de 38 verificações realizadas pela agência Lupa no período analisado, desempenhando um papel na mitigação da desinformação, mas não eliminando a necessidade de abordagens complementares, como educação midiática, regulamentação estatal e transparência por parte das plataformas digitais.

REFERÊNCIAS

Agência Lupa. Entenda as etiquetas da Lupa. 15 out. 2015. Uol.com.br. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/institucional/2015/10/15/entenda-nossas-etiquetas>. Acesso em: 4 set. 2023.

Agência Lupa. Eleições. **Uol.com.br**. Disponível em: <https://lupa.uol.com.br/busca/Elei%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 4 set. 2023.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom**. New haven and London: Yale University Press. 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Tradução: Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda., 2003.

Eleições 2022: TSE renova parceria com agências de checagem. Justiça Eleitoral. **Tribunal Superior Eleitoral**, 11 ago. 2022. Disponível em:
<https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2022/Fevereiro/tse-formaliza-renovacao-de-parceria-com-agencias-de-checagem-para-combate-a-desinformacao-nas-eleicoes-2022>.
Acesso em: 27 ago. 2023.

TARGINO, Maria das Graças. Biblioteconomia, Informação e Cidadania. *In: Revista da Escola de Biblioteconomia da UFMG*, Belo Horizonte. v. 20, n. 2, p.149-160, 1991.