



## Refutação automatizada de notícias falsas na pandemia: interações com o robô Fátima, da agência Aos Fatos

Ivan Paganotti<sup>1</sup>.

Universidade Metodista de São Paulo

**Resumo:** Agências de checagem de fatos enfrentam o desafio de fazer com que suas verificações alcancem públicos que desconhecem, desconfiam ou hostilizam seus métodos de verificação. Redes sociais, espaço em que proliferam notícias falsas, podem ser um espaço para ampliar o público dessas agências. O artigo avalia a experiência da conta automatizada no Twitter criada pela agência Aos Fatos para identificar e interagir com usuários dessa rede social que publicam informações falsas. O robô apelidado de “Fátima” varre o Twitter para identificar postagens com links que já foram refutados pela agência de verificação, e responde aos usuários indicando o erro e sua correção. Esta pesquisa procura avaliar quais notícias falsas foram mais frequentes durante a pandemia em 2020, e de que forma os usuários interagiram em resposta a essas correções.

**Palavras-chave:** notícias falsas; checagem; Twitter; robô; interação.

### 1. Introdução

A pandemia de covid-19 foi acompanhada por ondas de notícias falsas que contaminaram as redes sociais (QUEIROZ, 2020). Sedentos por atualizações que pudessem saciar a angústia em cenário ameaçador, parte dos usuários das redes sociais parece aceitar inclusive informações de procedência duvidosa ou evidentemente prejudiciais e falsas. Quando a incerteza favorece a desinformação, o público se contagia por boatos

---

<sup>1</sup> Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), e docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Metodista de São Paulo (PósCom/Umesp). E-mail: ivanpaganotti@gmail.com

infundados, viralizando fake news em processo de “infoxição” (ROMERO-RODRIGUEZ et al., 2018, p. 74, tradução do autor) com velocidade muito maior do que os jornalistas são capazes de denunciar erros, apurar fatos e contextualizar dados.

Mesmo antes da pandemia atual, a checagem de fatos (“fact-checking”, em inglês) já enfrentava um desafio: como garantir que as refutações e correções de informações falsas cheguem e sejam reconhecidas por públicos que não necessariamente tem o hábito de frequentar sites jornalísticos? Outro obstáculo ainda maior parecia ser a resistência de parte do público em aceitar essas correções, desconfiando dos métodos, fontes ou veículos dos checadores.

Nesse sentido, esta pesquisa parte do seguinte problema: *durante a atual pandemia, como é possível alcançar e interagir com replicadores de fake news para refutar as notícias falsas sobre saúde?* Para isso, este trabalho toma como objeto os tweets publicados pelo perfil @fatimabot entre janeiro e julho de 2020. Criada em 2017 pela agência de checagem Aos Fatos, a conta apelidada de “Fátima” é um robô que varre a rede social do Twitter, identificando postagens com links que já haviam sido refutadas por essa agência de verificação. Ao identificar disseminadores de informações incorretas, Fátima apresenta-se como robô, aponta o erro do usuário, e indica páginas do Aos Fatos com as justificativas e as explicações das checagens (AOS FATOS, 2018).

Considerando a experiência dessa forma inovadora de jornalismo automatizado, o objetivo deste trabalho é avaliar como essa interação entre propagadores de fake news e checadores se desenvolveu durante a pandemia de covid-19, identificando quais as notícias falsas que predominaram na varredura promovida pelo robô e quais foram as reações adotadas pelos perfis dos usuários que postam conteúdos falsos.

## **2. Fundamentação conceitual**

Considerando a dificuldade em definir o termo “fake news”, Tandoc, Lim e Ling (2017, p. 2, tradução do autor) apontam que esse conceito pode ser descrito como “publicações virais baseadas em relatos que são feitos para se parecer com reportagens jornalísticas”. Allcott e Gentzkow (2017, p. 213, tradução do autor) apresentam uma definição mais delimitada do fenômeno, considerando que notícias falsas seriam “artigos

noticiosos intencionalmente e comprovadamente falsos, e que podem enganar seus leitores”, e destacam que esses sites dependem mais de tráfego direcionado de redes sociais do que outras publicações jornalísticas. Assim, aplicativos como o Twitter acabam criando espaço privilegiado para disseminação de fake news também pela capacidade desses conteúdos falsos se propagarem mais rápido, atingindo público mais amplo e com maior duração que publicações factuais (VOSOUGHI et al., 2018). Essa rede social permite comunicação direta sem mediação entre usuários e redes vastas de seguidores em registros de visibilidade maior que outras plataformas, o que ajuda a explicar porque a rede se tornou palco de lideranças estridentes em busca de audiências massivas – e também fonte para pesquisas acadêmicas, que aproveitam a facilidade de acesso aos dados da plataforma (ROSS; RIVERS, 2018).

O combate às fake news frequentemente ocupa os fronts jurídicos e digitais, seja por meio de leis punindo a propagação de informações falsas, ou por meio de mudanças técnicas no funcionamento de redes sociais e ferramentas de busca, diminuindo sua visibilidade ou difusão (RIBEIRO; ORTELLADO, 2018). Intervenções educativas, como projetos de educação midiática, também são adotadas, apesar de envolverem dispendiosos projetos a longo prazo (PAGANOTTI, 2018). A checagem de fatos – ou *fact-checking* – é uma quarta estratégia de combate às notícias falsas, dessa vez no campo jornalístico: procura verificar se mensagens que circulam no espaço público podem ser comprovadas ou refutadas com base em documentos, dados ou testemunhos (HAIGH et al., 2017). Spinelli e Santos (2018) defendem que a checagem promove também maior transparência sobre os métodos de apuração jornalística, o que pode aumentar a pressão do público por um jornalismo de maior precisão.

Junto à *Lupa*, a agência *Aos Fatos*, desenvolvedora do robô Fátima, é uma das poucas agências brasileiras de checagem signatárias do IFCN – International Fact-checking Network (SPINELLI; SANTOS, 2018, p. 762). Outras iniciativas de checagem foram criadas dentro de organizações midiáticas tradicionais, como o influente “Fato ou Fake”, das organizações Globo (JESUS; HOLANDA, 2019), mas não seguem os métodos e princípios da IFCN – como equilíbrio, independência e transparência (IFCN, 2016). A checagem pode melhorar a qualidade do debate público, denunciando argumentos embasados em informações falsas ou sem comprovação, e indiretamente

tem contribuído com uma retomada da credibilidade do jornalismo profissional (OLIVEIRA; ASSIS, 2020): parte do público volta a reconhecer a importância de consumir informação de qualidade e bem apurada, evitando o risco de desinformação de sites desconhecidos.

Entretanto, o efeito da verificação pode ser diametralmente oposto em parte do público. Sunstein (2010, p. 61) já lembrava que pesquisas empíricas na área de psicologia social demonstram os limites das refutações, principalmente quando essas informações se conectam com preconceitos ou elementos identitários muito arraigados, chegando até à situação insólita em que “a correção de ideias falsas pode *aumentar* nossa fidelidade a elas”, já que “os mesmos processos que criam crenças falsas podem torná-las resistentes à correção” (SUNSTEIN, 2010, p. 60-1). Esse cenário polarizado dificulta que parte considerável do público esteja aberta às correções ou mesma interessada no complexo processo de verificação, visto que discursos simplistas e apelos emotivos conseguem mobilizar audiências com maior facilidade (COSTA, 2019).

Assim como no caso das fake news, a “fake science”, ou “desinformação científica”, também prolifera por meio de fraude e politização (OLIVEIRA et al., 2020, p. 93). Movimentos negacionistas ampliam seus seguidores por meio de conteúdos que viralizam em redes sociais, contestando a segurança e a eficácia de vacinas (SACRAMENTO; PAIVA, 2020) e com isso ameaçam a saúde pública, diminuindo a cobertura dessa proteção para níveis que não garantem mais a imunidade coletiva.

Entre as estratégias para combater a propagação de informações com impacto sobre a saúde e a vida de milhões de indivíduos, a checagem de fatos apresenta maior velocidade ao lidar com uma situação de emergência sanitária como a vivida durante a pandemia de covid-19 em 2020, ainda mais se comparada com as limitações de outras alternativas mais lentas, como iniciativas de educação midiática ou projetos de leis. Redes sociais e ferramentas de busca podem diminuir a visibilidade e a disseminação de informações incorretas ou descontextualizadas que poderiam embasar decisões e condutas com impacto prejudicial sobre a saúde coletiva (COSTA et. al, 2020, p. 234), mas para isso costumam apoiar-se no trabalho de jornalistas profissionais e checadores para separar quais fontes de informação são problemáticas.

A área sanitária, é importante destacar, apresenta ainda uma especificidade na verificação de fatos: ao lado de veículos da imprensa, merecem destaque iniciativas de comunicação promovidas por órgãos estatais, como o “Saúde sem fake news”, do Ministério da Saúde, que recebe dúvidas da população sobre e verifica boatos que circulam pelas redes sociais (MENECHINI, 2020). Por meio de análise de conteúdo das postagens desse site oficial, Monari e Bertoli (2019) identificaram predominância de refutações de informações falsas relacionadas a doenças, tratamentos, vacinas, além de preocupação com produtos potencialmente contaminados.

Entretanto, a checagem de fatos promovida por este site e por veículos jornalísticos profissionais enfrentam obstáculo que envolve seu método de verificação e o formato de apresentação de seus resultados: nem sempre essa checagem é muito transparente em seus métodos, recorrendo mais a entrevistas e poucas vezes apontando fundamentação verificável em estudos científicos (GRUSZYNSKI et al, 2020, p. 68). Na refutação de *fake news* médicas persiste ainda o problema de difusão: Silva e Silva Jr. (2019, p. 244) relembram que parte do público impactado por conteúdos falsos em redes sociais podem nem saber da existência de plataformas de verificação como o “Saúde sem fake news”. É para responder a esses obstáculos que iniciativas como o robô Fátima pretendem levar correções automaticamente para os propagadores de notícias falsas em redes sociais como o Twitter – como será discutido a seguir.

### **3. Metodologia**

Os tweets postados pela conta do robô Fátima foram coletados no início de agosto de 2020 usando a ferramenta LTWEET, desenvolvida pelo Labcom da UFMA (SANTOS, 2019), e posteriormente essa lista foi revisada por navegação manual pelo perfil @fatimabot no Twitter, o que permitiu incluir dez postagens que não haviam sido coletadas automaticamente – ainda que, vale destacar, nenhuma dessas postagens acrescentadas manualmente na coleta tratavam da pandemia, concentrando-se entre janeiro e março. Com isso, foram coletados 91 tweets postados no recorte temporal de 31 de dezembro de 2019 (quando surgem as primeiras notificações oficiais sobre o novo coro-

navírus na China) e 31 de julho de 2020 (coincidindo com o prazo para conclusão desta pesquisa), totalizando sete meses.

Também foram coletados manualmente os números de seguidores de todos os perfis que postaram informações falsas, e foram analisadas imagens e informações presentes nas descrições dos perfis que indicassem alinhamentos ideológicos que se correlacionassem com os temas presentes nas notícias falsas difundidas – avaliando, dessa forma, se as notícias falsas estariam reforçando seus elementos identitários e como esse alinhamento temático poderia influenciar suas reações às correções apresentadas pelos checadores.

Após a coleta, a análise iniciou-se pela classificação dos temas das notícias falsas mais frequentes (aglutinando as correções que apontavam para os mesmos links da agência Aos Fatos) e perfis reincidentes. Também foram analisadas as quantidades e autorias de “curtidas”, compartilhamentos e respostas: se eram feitas pelo próprio propagador da informação falsa que era alvo de correção, ou por terceiros.

Para avaliar as reações dos usuários que interagiram com o robô, foi adotada a análise de conteúdo (BARDIN, 2016) partindo de banco de dados mais amplo, desenvolvido em 2019, que esboçava uma primeira categorização com as formas de interações mais frequentes em mais de 4 mil tweets prévios do robô Fátima no Twitter. Essa fase inicial apontou que os usuários podem reagir às correções dos checadores a partir de posicionamentos com maior acolhimento – por meio de elogios, agradecimentos, aceitação e até pedidos de desculpas – ou com maior rejeição – com questionamentos, contestações, acusações e ofensas (PAGANOTTI, 2019).

Essa tipologia inicial foi então aplicada para reações encontradas entre janeiro e julho de 2020, identificando quais reações foram mais comuns entre as interações que tratavam da pandemia e de outros temas. Por fim, foi possível realizar cruzamentos de categorias entre alinhamentos ideológicos e reações – evidentemente, considerando as limitações de uma amostra reduzida como a deste estudo, com menos de uma centena de tweets, muitos deles sem conexão com a pandemia ou sem reação do público.

Seguindo os princípios da ciência aberta (CLINIO, 2019), os dados brutos coletados e as classificações adotadas nesta pesquisa estão disponíveis online neste documento – [https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E8RSZkiVXStOtc\\_aZJJDCyDHq7r-](https://docs.google.com/spreadsheets/d/1E8RSZkiVXStOtc_aZJJDCyDHq7r-)

[Jj70RG2qqcJhDJY/edit?usp=sharing](https://www.facebook.com/Jj70RG2qqcJhDJY/edit?usp=sharing). Em respeito aos usuários que interagiram com as verificações, as informações pessoais (como nomes, identificações dos perfis e imagens) foram removidas de forma a garantir seu anonimato, mas todas as informações permanecem disponíveis para verificação nesta tabela online e também nos links apresentados nas fontes das imagens, na próxima seção.

#### 4. Análise

Enquanto os primeiros casos do novo coronavírus começavam a ser identificados fora do país, o robô Fátima não identificou postagens no Twitter com notícias falsas relacionadas a esse tema. Assim, até o final de março de 2020, todas as 26 informações incorretas corrigidas pela conta automatizada tratavam de temas relacionados a política, sexualidade, violência, corrupção e celebridades.

Mas durante quase um mês, entre 22/3 e 20/4, 100% dos tweets estão relacionados com a pandemia. Esse período entre meados de março e abril coincide com o início do isolamento social na maior parte do país, poucas semanas após os primeiros casos confirmados da doença no território nacional, o que pode sinalizar um aumento de interesse sobre a discussão sobre a pandemia e maior inserção das notícias falsas nesse debate.

Entretanto, de 21 de abril até o término da coleta do corpus, no final de julho, outros temas não relacionados com a saúde (incluindo verificações antigas, de 2019, frequentes nas refutações do robô Fátima no Twitter) passam novamente a predominar: do total de 46 postagens a partir do final de abril, somente 10 (21%) tratam da pandemia, o que pode sinalizar que o tema já não predominava entre os disseminadores de desinformação, ou que outras fake news eram retomadas para redirecionar a atenção do público.

Ainda assim, entre as dez notícias falsas mais rastreadas pelo robô Fátima no início de 2020, quatro relacionavam-se com a pandemia (Tabela 1), e quase um terço dos tweets tratavam desse tema: foram 29 (31%) do total de 91 refutações nessa rede social até o final de julho.

**Tabela 1.** Classificação temática das notícias falsas refutadas pelo robô Fátima em 2020

<b>Temas</b>	<b>Tweets</b>
Cartilha de Fortaleza incentiva pedofilia	21
<i>Cloroquina trata covid-19</i>	18
Realizações de Bolsonaro	15
STF exige registro de WhatsApp	8
Huck dono do Porta dos Fundos	7
<i>Israel desenvolve cura ou vacina para covid-19</i>	6
Diretor de banco do Vaticano acusa Lula	5
Tiros contra invasor em MT	3
<i>Líder chinês vê pandemia como nova era socialista</i>	2
<i>Vídeo antigo de Dráuzio minimiza pandemia</i>	2
<i>Boldo trata covid-19</i>	1
Militante "Ele não" ataca padre Marcelo	1
Canadá critica embaixada para filho de Bolsonaro	1
Greta financiada por Soros	1
<b>TOTAL</b>	<b>91</b>

**Fonte:** próprio autor para presente pesquisa.

A tabela acima destaca, em itálico, os temas que se relacionam com a pandemia na coluna da esquerda, e a frequência com que essas mesmas notícias falsas se repetiram na amostra, na coluna da direita. Entre as 14 notícias falsas que foram refutadas pelo robô em 2020, cinco (35% dos temas) tratam da pandemia. Três delas envolvem tratamentos ou vacinas sem comprovação científica – da cloroquina presidencial até o boldo caseiro, passando por fictícias soluções provenientes de Israel. Uma dessas notícias falsas apresenta teoria da conspiração sobre a liderança chinesa se aproveitando do caos da pandemia para iniciar “nova era” socialista – vídeo retirado de seu contexto, publicado em 2017, anos antes do surgimento do novo coronavírus, e sem nenhuma menção a essa doença. O último tópico envolve também conteúdo desatualizado em vídeo em que o médico Dráuzio Varella se opunha a medidas de isolamento social – posição revista por ele meses depois, após confirmação de casos no país (NALON, 2020).

Com isso, as notícias falsas detectadas fazem três movimentos: *minimizam* o problema com o apoio de um deslize de fonte com credibilidade na área da saúde pública; *acusam* conspiradores que seriam responsáveis ou se beneficiariam com essa situação, distorcendo suas palavras; e *tratam* da angústia coletiva, indicando medicamentos ou vacinas sem eficácia comprovada.



A primeira notícia falsa envolvendo a pandemia foi refutada em 22 de março pelo robô Fátima a partir de postagem de perfil oficial de comediante televisivo, postada no dia 17 deste mesmo mês, com link para vídeo no YouTube sobre suposta cura para o novo coronavírus, que teria sido desenvolvida em Israel (Figura 1).

**Figura 1.** Primeira refutação sobre a pandemia postada pela Fátima no Twitter.



**Fonte:** <https://twitter.com/fatimabot/status/1241517579992211459>

Anteriormente, a agência Aos Fatos já havia publicado em sua página oficial a refutação dessa informação no dia 18 de março (MENEZES, 2020). Essa primeira incidência é também o caso de maior repercussão potencial entre as postagens desse ano, visto que o perfil do comediante apresenta mais de meio milhão de seguidores. Na média, as contas que difundiram conteúdo falso apresentavam em torno de 37 mil seguidores por cada conta, mas esse tamanho oscilou entre contas relativamente pequenas, com 12 mil seguidores, até contas massivas como essa primeira, com mais de 540 mil. Com isso, esse total de 91 notícias falsas refutadas em 2020 poderiam chegar até 3 milhões

de seguidores dos propagadores de fake news. Esses números reforçam a disputa desigual entre checadores e propagadores de notícias falsas, considerando que a conta do robô Fátima apresenta pouco mais de 9 mil seguidores e a conta oficial da agência Aos Fatos apresenta 227 mil seguidores nessa plataforma.

Esse caso inicial não só demonstra a dificuldade na disputa entre uma legião de Golias que disseminam conteúdo incorreto, ante poucos Davis que corrigem erros: mostra também que o diálogo entre esses opostos é insuficiente. Entre as seis “curtidas” que a refutação do robô Fátima angariou (Figura 1), encontra-se o autor deste post incorreto, mas a correção não foi respondida nem compartilhada por ele para seus seguidores. Sem resposta ou compartilhamento, as centenas de milhares de seguidores da conta original não receberam a refutação dos checadores, o que se mostra um grande obstáculo para corrigir enganos e evitar que essa informação incorreta se propague.

Infelizmente, essa apatia indicada pela falta de interação com as correções predominou na amostra: 59 das 91 postagens não tiveram qualquer reação, 12 tiveram curtidas, comentários ou compartilhamentos de terceiros (ou seja, sem a participação do propagador da informação incorreta), e somente 20 apresentaram comentários ou curtidas dos próprios usuários que haviam postado informações falsas.

Com esse número reduzido de reações é difícil identificar se essas checagens eram sequer lidas pelos usuários, e se a inação apresentaria apatia ou resistência passiva, evitando engajar na discussão com quem aponta suas falhas – ou com uma conta automática que, como veremos, é incapaz de réplica. Essa falha na estratégia de engajamento se mostra ainda mais problemática ao avaliarmos que seis usuários são reincidentes em publicações incorretas de temáticas diferentes no período: ainda que dois deles tenham ao menos curtido as correções dos checadores, todos continuaram replicando informação falsa. Esses casos reforçam que intervenções pontuais (como as adotadas pelo fact-checking) apresentam dificuldade não só em fazer com que os usuários reconheçam um erro específico mas também encontram limitações na mudança duradoura de condutas: nem sempre é possível que a checagem tenha efeito pedagógico efetivo, que supera seus objetivos originais mais restritos.

Considerando a amostra de reações às correções, foi possível aglutinar as respostas entre polos mais ou menos acolhedores, considerando também como os usuários que

reagiram se apresentam nas descrições públicas de seus perfis. Assim, foi possível avaliar se houve correlação entre alinhamento ideológico, propagação de notícias falsas e reatividade às correções. Entre as reações mais positivas, encontram-se em primeiro lugar os perfis que *simplesmente curtiram* as correções: entre elas encontram-se perfis que se descrevem como bolsonarista, responsável por webrádio, cantor de rock, além do já mencionado perfil de humorista e uma conta satírica anti-comunista.

Somente um perfil (que se descreve como de “direita” e “anti PT”, e apresenta temática nacionalista em sua imagem) respondeu positivamente à postagem de correção de forma ativa, com *agradecimento* e *pedido* de ajuda, ainda que em caso sem conexão com pandemia (Figura 2).

**Figura 2.** Usuária agrade correção e solicita auxílio.

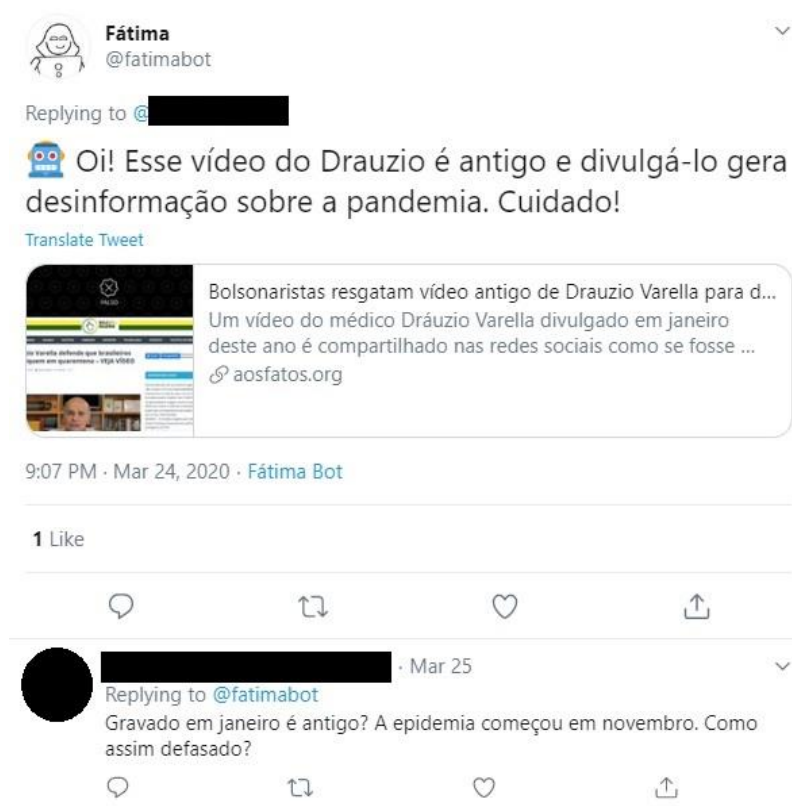


Fonte: <https://twitter.com/fatimabot/status/1282104683344125953>

Paradoxalmente, na resposta a usuária grata primeiro aponta que “não se pode confiar mais na imprensa mesmo”, aparentemente sem reconhecer que a correção foi feita por veículos jornalísticos, como o próprio Aos Fatos (MENEZES, 2019), citando também o G1, da Globo. Em nova postagem, a mesma usuária solicita auxílio ao robô para localizar sua própria postagem incorreta, que deseja remover – pedido que Fátima é incapaz de atender, visto não foi programada para responder aos usuários. Essa limitação é um obstáculo considerável ao lidar com usuários aparentemente bem-intencionados como nesse caso, e poderia demandar atenção maior da equipe de checadores para cativar parcela do público com potencial interesse nas correções.

Já entre as reações mais negativas, destaca-se jornalista com *questionamento* sobre o critério de correção que define postagem de vídeo de dois meses atrás como algo “antigo” (Figura 3).

**Figura 3.** Usuário questiona critério da correção.

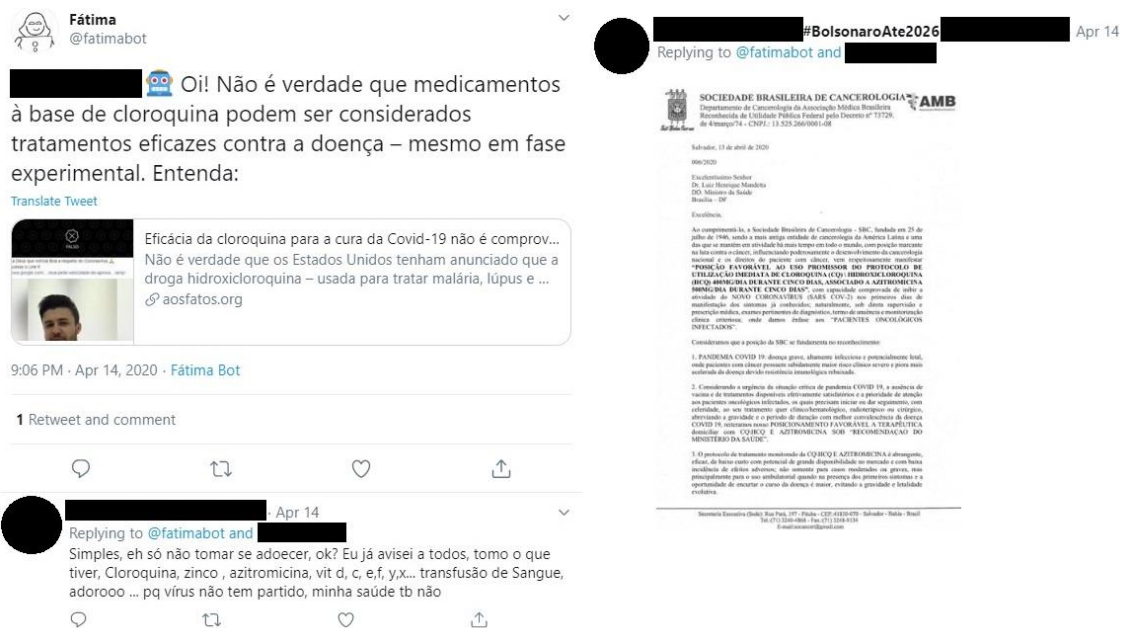


Fonte: <https://twitter.com/fatimabot/status/1242604084500332545>

Mais uma vez, o robô não foi capaz de responder à questão, ainda que, neste caso, o perigo da descontextualização deste vídeo esteja bastante explícito no texto da agência de checagem, como já apontado no início desta análise (NALON, 2020).

Outros adotaram posturas mais adversas: em caso de *divergência*, o usuário pode até concordar com a correção do fato, mas não muda sua opinião, mesmo que seu posicionamento tenha perdido embasamento factual; em caso de *contestação*, refutam diretamente a correção, apresentando documentos ou argumentos contra a checagem da agência (Figura 4).

**Figura 4.** Usuários divergem e contestam correção com argumentos e documentos.



Fonte: <https://twitter.com/fatimabot/status/1250213952526614528>

A primeira usuária (abaixo) diverge: ainda que seja recomendável “não tomar se adoecer”, ela mesma tomaria “o que tiver”, incluindo uma série de substâncias sem eficácia comprovada. O segundo usuário, que utiliza a hashtag #BolsonaroAte2026 na identificação de sua conta, contesta a correção, embasado em documentação da Sociedade Brasileira de Cancerologia recomendando o uso desse medicamento – ainda que a checagem do Aos Fatos (RIBEIRO; CUNHA, 2020) explicita que o medicamento não foi recomendado pela SBFC (Sociedade Brasileira de Farmácia Clínica), SBI (Socieda-

de Brasileira de Infectologia) a SBFC (Sociedade Brasileira de Farmácia Clínica), SBI (Sociedade Brasileira de Infectologia) e CFM (Conselho Federal de Medicina).

No período analisado, o robô Fátima corrigiu informações falsas publicadas por contas predominantemente alinhadas à direita: dos 91 tweets, 57 perfis se auto-identificavam como pertencentes à direita, conservadores, nacionalistas, bolsonaristas, religiosos/cristãos/católicos, anti-esquerda ou anti-PT. Entretanto, apesar da reduzida amostragem de 20 reações dos próprios usuários, não foi identificado uma correlação entre alinhamento político e resistência à checagem: entre as reações positivas, perfis identificados como bolsonaristas curtiram as refutações de suas posições e um perfil de direita “anti PT” agradeceu e ainda pediu ajuda à conta da agência de checagem; por outro lado, entre as reações negativas também houve contestações e questionamentos de perfis que se identificavam com hashtags bolsonaristas e imagens nacionalistas.

## **5. Considerações finais**

Primeiramente, é importante reforçar as limitações do recorte amostral reduzido deste estudo preliminar, que deve ser futuramente expandido para englobar mais tweets da conta, em outros temas e em anos anteriores. Também não podemos ignorar a dificuldade para assegurar a veracidade dos perfis analisados: Fátima é um robô, e talvez alguns dos usuários com que interaja também sejam bots.

Ainda assim, este estudo identificou que, em 2020, um terço das notícias falsas identificadas por essa conta de varredura automática se relacionavam com a pandemia. Foi possível classificar essas fake news em três estratégias: minimizar a ameaça; acusar responsáveis pela propagação da doença como seus beneficiários; e a frequente apresentação de tratamentos sem comprovação científica. As correções dos checadores tiveram poucas reações, divididas entre acolhimento (agradecimentos e pedidos) e rejeição (questionamento, divergência e contestação). A frequência reduzida de reações significativas não só dificulta a análise estatística e identificação de correlação entre reações e elementos identitários dos usuários: é possível sinal de apatia ou resistência dos usuários em engajar-se com checadores ou com a conta automatizada.

As respostas analisadas mostram o desafio dos checadores em período de grave emergência social. Por um lado, há resistência por parte de usuários que resistem a dados que contradizem suas posições, ignoram posições majoritárias na comunidade científica e o acúmulo de evidências, lastreando suas posições em poucos estudos que já foram questionados, refutados ou não puderam ser replicados. Mesmo os que aceitam a contestação parecem tolerar dissonância cognitiva, não mudando de opinião mesmo quando os fatos em que elas se baseiam são refutados. Por fim, usuários bem-intencionados parecem demandar maior atenção e procuram interagir sem sucesso, e podem demandar maior cuidado na interação direta.

Nesse sentido, recomenda-se maior atenção da equipe de checadores para esses usuários que podem demandar respostas aos seus questionamentos e pedidos de ajuda – um desafio que pode ser um obstáculo para um sistema automatizado, pois depende da reconstrução do elo de empatia entre jornalistas e seu público.

## Referências

ALLCOTT, H.; GENTZKOW, M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. **Journal of Economic Perspectives**, Nashville, vol. 31, n. 2, p. 211-36, abr-jun, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em 9 ago. 2020.

AOS FATOS. Robô checadora do Aos Fatos está no Twitter; entenda. **Aos Fatos**, 18 de julho de 2018. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/robo-checadora-do-aos-fatos-comeca-operar-no-twitter>. Acesso em 9 ago. 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

CLINIO, A. Ciência Aberta na América Latina: duas perspectivas em disputa. **Transinformação**, Campinas, v. 31, p. 1-12, nov. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/238180889201931e190028>. Acesso em 9 ago. 2020.

COSTA, A.B. Não há fatos contra argumentos. A falha da atestação da Verdade como validador do Jornalismo. In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM JORNALISMO (SBPJOR), 17., 2019, Goiânia, GO. **Anais [...]**. Goiânia: UFG, 2019. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2019/paper/viewFile/2042/1159>. Acesso em 9 ago. 2020.

COSTA, B.B.; VIEGAS, D.J.; MOREIRA, T.A.; ABREU, P.A. O movimento antivacina no YouTube nos tempos de pós-verdade: Educação em saúde ou desinformação? **Revista Mídia e Cotidiano**, vol. 14, n. 1, p. 220-239, jan.-abr. 2020. Disponível em:



<https://doi.org/10.22409/rmc.v14i1.38210>. Acesso em 9 ago. 2020.

GRUSZYNSKI, A.; KALSING, J.; HOEWELL, G.; BRANDÃO, C. Fact-checking e saúde: análise da seção ‘Verdade ou Boato’ de GaúchaZH. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, vol. 14, n. 1, p. 51-71, jan.-mar. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.29397/reciis.v14i1.1860>. Acesso em 9 ago. 2020.

HAIGH, M.; HAIGH, T.; KOZAK, N.I. Stopping fake news. **Journalism Studies**, Abingdon, abr. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2017.1316681>. Acesso em 9 ago. 2020.

IFCN. International Fact-Checking Network fact-checkers’ code of principles. **Poynter**, 2016. Disponível em: <https://www.poynter.org/ifcn-fact-checkers-code-of-principles>. Acesso em 9 ago. 2020.

JESUS, D.S.V; HOLANDA, A.F.B. Fato ou fake ? A cobertura do G1 sobre o uso do WhatsApp no processo eleitoral para o governo de Rio de Janeiro em 2018. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 13, n. 2, p. 170-195, ago. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v13i2.28541>. Acesso em 9 ago. 2020.

MENEGHINI, J.C. **Emoções e afetos na desorganização informacional**: o medo e a esperança em conteúdos falsos de saúde no WhatsApp [Dissertação - Mestrado Profissional em Produção Jornalística e Mercado - ESPM]. São Paulo: ESPM, 2020.

MENEZES, L.F. Promotoria não decretou prisão de jovem de 12 anos que atirou em garimpeiro. **Aos Fatos**, 3 de outubro de 2019. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/promotoria-nao-decretou-prisao-de-jovem-de-12-anos-que-atirou-em-garimpeiro>. Acesso em 9 ago. 2020.

MENEZES, L.F. Israel não descobriu cura ou vacina para o coronavírus. **Aos Fatos**, 18 de março de 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/israel-nao-descobriu-cura-ou-vacina-para-o-coronavirus>. Acesso em 9 ago. 2020.

MONARI, A.C.P.; BERTOLI FILHO, C. Saúde sem Fake News: estudo e caracterização das informações falsas divulgadas no Canal de Informação e Checagem de Fake News do Ministério da Saúde. **Revista Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 13, n. 1, p. 160-186, abr. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/ppgmc.v13i1.27618>. Acesso em 9 ago. 2020.

NALON, T. Bolsonaroistas resgatam vídeo antigo de Drauzio Varella para difundir desinformação sobre Covid-19. **Aos Fatos**, 22 de março de 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/bolsonaristas-resgatam-video-antigo-de-drauzio-varella-para-difundir-desinformacao-sobre-covid-19>. Acesso em 9 ago. 2020.

OLIVEIRA, A.B.; ASSIS, C.L. “Fato ou Fake”, uma tentativa de retorno ao gatekeeper. **Revista UNIRITER de Comunicação**, v. 8, n. 2, p. 4-14, jun. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.21882/ruc.v8i14.787>. Acesso em 9 ago. 2020.

OLIVEIRA, T.; QUINAN, R.; TOTH, J. Antivacina, fosfoetanolamina e Mineral Miracle Solution (MMS): mapeamento de fake sciences ligadas à saúde no Facebook. **Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde**, vol. 14, n. 1, p. 90-111, jan.-





mar.2020. Disponível em: <https://doi.org/10.29397/reciis.v14i1.1988>. Acesso em 9 ago. 2020.

PAGANOTTI, I. “Notícias falsas”, problemas reais: propostas de intervenção contra noticiários fraudulentos. In: COSTA, M.C.C.; BLANCO, P. (orgs.). **Pós-tudo e crise da democracia**. São Paulo: ECA-USP, 2018, p. 96-105.

PAGANOTTI, I. Pontes sociais e critérios para críticas: interações de usuários a partir de checagens do robô Fátima no Twitter. In: VIII Seminário Mídia e narrativa: Comunicação e crítica social, 2019, Belo Horizonte (MG). **Comunicações do [...]**. Disponível em: <https://midiaenarrativa.wordpress.com/2019/11/04/comunicacoes-resumos>. Acesso em 9 ago. 2020.

QUEIROZ, G. Ondas de desinformação sobre Covid-19 no Brasil vão de curas a caixões vazios. **Lupa**, 2/7/2020. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2020/07/02/coronaverificado-ondas-desinformacao>. Acesso em 9 ago. 2020.

RIBEIRO, M.M.; ORTELLADO, P. O que são e como lidar com as notícias falsas. **SUR**, São Paulo, n. 27, vol 15, n. 27, p. 71–83, jul. 2018. Disponível em: [www.sur.conectas.org/o-que-sao-e-como-lidar-com-as-noticias-falsas](http://www.sur.conectas.org/o-que-sao-e-como-lidar-com-as-noticias-falsas). Acesso em 9 ago. 2020.

RIBEIRO, A.; CUNHA, A.R. Eficácia da cloroquina para a cura da Covid-19 não é comprovada. **Aos Fatos**, 20 de março de 2020. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/video-engana-ao-afirmar-que-foi-descoberto-remedio-eficaz-contr-covid-19>. Acesso em 9 ago. 2020.

ROMERO-RODRIGUEZ, L.M.; DE-CASAS-MORENO, P; CALDEIRO-PEDREIRA, M. Desinformación e Infoxicação en las cuartas pantallas. In: ROMERO-RODRÍGUEZ, L.M.; AGUADED, I. **Competencias mediáticas em medios digitales emergentes**. Salamanda: Comunicación Social, 2018, p. 73-92.

ROSS, A.S.; RIVERS, D.J. Discursive Deflection: Accusation of “Fake News” and the Spread of Mis- and Disinformation in the Tweets of President Trump. **Social Media + Society**, vol. 4, n. 2, p. 1–12, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/2056305118776010>. Acesso em 9 ago. 2020.

SACRAMENTO, I.; PAIVA, R. Fake news, WhatsApp e a vacinação contra febre amarela no Brasil. **MATRIZES**, v. 14, n. 1, 79-106, jan.-abr. 2020. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v14i1p79-106>. Acesso em 9 ago. 2020.

SANTOS, M. **LTWEET**: Ferramenta de extração do TWITTER. Versão beta. Labcom Digital, 2019. Disponível em: <https://www.labcomdata.com.br>. Acesso em 7 ago. 2020.

SILVA, F.V.; SILVA Jr., J. Mentiras sinceras (não) me interessam: estratégias biopolíticas do Ministério da Saúde no combate às fake news. **Revista Intersecções**, Jundiaí, v. 12, n. 27, p. 226-246, maio 2019. Disponível em: <https://revistas.anchieta.br/index.php/RevistaInterseccoes/article/view/1395>. Acesso em 9 ago. 2020.

SPINELLI, E.M.; SANTOS, J.A. Jornalismo na era da pós-verdade: fact-checking como

ferramenta de combate às fake news. **Revista Observatório**, v. 4, n. 3, p. 759-782, maio 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n3p759>. Acesso em 9 ago. 2020.

SUNSTEIN, C. **A verdade sobre os boatos**: como se espalham e por que acreditamos neles. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

TANDOC Jr., E.C.; LIM, Z.W.; LING, R. Defining 'Fake News' - A typology of scholarly definitions. **Digital Journalism**, vol. 6, n. 2, p. 137-153, ago. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>. Acesso em 9 ago. 2020.

VOSOUGHI, S.; ROY, D.; ARAL, S. The spread of true and false news online. **Science**, vol. 359, n. 6380, p. 1146–1151, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>. Acesso em 9 ago. 2020.