



## A organização e a precarização do trabalho jornalístico nas plataformas de *fact-checking* brasileiras vinculadas à IFCN<sup>1</sup>

Maria Ivete Trevisan Fossá<sup>2</sup>  
Kauane Andressa Müller<sup>3</sup>.

Universidade Federal de Santa Maria

**Resumo:** Este artigo discute o perfil profissional e a prática de trabalho dos jornalistas em três organizações de *fact-checking* brasileiras: Lupa, Aos Fatos e Estadão Verifica. Tendo como pressuposto que o trabalho dos jornalistas interfere na qualidade do produto jornalístico, o objetivo do artigo é compreender como se organiza o trabalho dos jornalistas que atuam nestas plataformas. A pesquisa exploratória foi a perspectiva metodológica adotada, tendo como técnicas a pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas e observação *in loco*. Partiu-se da compreensão de que as relações precárias de trabalho são uma característica do jornalismo atual (DEUZE e WITSHGE, 2015). Como resultado, observamos características de relações precárias de trabalho nas três organizações estudadas, representadas por formas de contrato flexíveis, excesso de demandas para os profissionais, e ampliação do tempo disponível com uso de aplicativos de mensagens.

**Palavras-chave:** Jornalismo; Trabalho dos jornalistas; *Fact-checking*; Precarização do trabalho;

---

<sup>1</sup> International Fact-Checking Network.

<sup>2</sup> Doutora em Administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS); Pós-doutorado na Universidad Nacional de Quilmes/Argentina; Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Professora da graduação em Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Pesquisa comunicação organizacional, relações públicas, cultura organizacional, comunicação estratégica, comunicação e cidadania e responsabilidade social. E-mail: fossa@terra.com.br.

<sup>3</sup> Mestra em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela mesma universidade. Pesquisa as estratégias de credibilidade e o trabalho dos jornalistas nas plataformas de *fact-checking* brasileiras. E-mail: kauaneamuller@gmail.com.

## 1. Introdução

O debate sobre o fenômeno da desinformação e, especificamente, sobre as chamadas *fake news* ganha cada vez mais destaque, especialmente desde as eleições estadunidenses de 2016. O termo representa dois movimentos: no primeiro, é utilizado para atacar informações produzidas pelas fontes institucionais, das quais o jornalismo e a ciência são exemplos mais nítidos, acusando-as de falsearem as informações, geralmente com propósito político; no segundo, faz referência a movimentos organizados ou não de produção de informações duvidosas que circulam principalmente nas redes sociais. O jornalismo enquanto instituição da modernidade e do presente, e as organizações jornalísticas com sua presença efetivada no tempo e no espaço, têm se articulado em formas coletivas e individuais, ainda que de forma limitada, visando *contra-atacar* a produção de desinformação. As plataformas de *fact-checking* são as iniciativas de verificação de informações mais comuns. Em geral, elas atuam na verificação de rumores, de dados e de falas. Em agosto de 2020, Duke Reporters' Lab<sup>4</sup> aponta existirem 297 plataformas ativas ao redor do mundo e dez no Brasil. Também em agosto de 2020, duas das iniciativas brasileiras são verificadas pela International Fact-Checking Network (IFCN), unidade do Poynter Institute e rede internacional da modalidade: Lupa e Aos Fatos. Além delas, há Estadão Verifica, blog do jornal *O Estado de S.Paulo*, que está com a verificação expirada, embora ainda se identifique em seu site como signatário da IFCN.

Este trabalho discute o perfil profissional e a prática de trabalho dos jornalistas nas plataformas de checagem brasileiras vinculadas à IFCN<sup>5</sup>. Tendo como pressuposto que o trabalho dos jornalistas interfere na qualidade do produto jornalístico, partimos da seguinte questão: como se organiza o trabalho dos jornalistas que atuam nas plataformas de *fact-checking* brasileiras vinculadas à IFCN? Assim, por meio de pesquisa bibliográfica, documental, entrevistas e observação *in loco*, procuramos compreender como ocorre o trabalho dos jornalistas em organizações que propõem oferecer um produto distinto do modelo tradicional.

---

<sup>4</sup> Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking/>. Acesso em 4 ago. 2020.

<sup>5</sup> O artigo aqui apresentado compreende parte dos resultados obtidos durante a pesquisa de mestrado desenvolvida pela co-autora e orientada pela autora.

## **2. Percurso metodológico**

Este trabalho assume a abordagem qualitativa e a pesquisa exploratória, de acordo com Gil (2011). A decisão se sustenta pela impossibilidade de delinear de forma nítida as características prévias de nosso objeto de investigação, além das apontadas pelos próprios sites das organizações e pela compreensão dos processos jornalísticos, em suas diversas modalidades. Assim, por meio de entrevistas e de observação *in loco* buscou-se um mergulho no microsocial, olhando como lente de aumento estas configurações de organizações de trabalho.

A pesquisa bibliográfica contribuiu no aprofundamento teórico dos temas previamente definidos e que se apresentaram relevantes durante a investigação. Na fase documental analisamos os sites das organizações e sistematizamos dados e informações retirados dessas fontes. A observação, realizada em uma organização de checagem, visa compreender os processos de trabalho do dia-a-dia da prática do jornalismo profissional. Na etapa de entrevistas, recolhemos os enunciados de jornalistas e editores atuantes nas plataformas de checagem brasileiras signatárias da IFCN. Foram realizadas cinco entrevistas: duas delas com repórteres de Estadão Verifica e Aos Fatos e três com editores dos dois veículos e da Agência Lupa<sup>6</sup>.

## **3. A checagem de informações como prática do jornalismo**

Compreendemos o jornalismo a partir da perspectiva de Genro Filho (1987), que o entende como uma forma social de conhecimento cristalizada no singular. Essa categoria hegeliana é articulada de forma dialética com outras duas, a saber, o particular e o universal, que representam as dimensões da realidade. O singular é a característica menos generalizante de alguém, alguma coisa ou um acontecimento, enquanto o universal seria, em oposição, aquilo que é mais generalizante. Nessa compreensão, um fenômeno singular sempre guarda em si a universalidade, ainda que nem sempre a explicita. No caso do jornalismo, é exatamente no movimento em direção ao universal, ainda que sem

---

<sup>6</sup> Todas as atividades de coleta de dados foram realizadas antes da pandemia de Covid-19.

nunca o atingir por completo, que o jornalismo produz conhecimento sobre os fenômenos do cotidiano.

Neste sentido, buscamos dialogar com o fenômeno do advento das plataformas de checagem dentro do que compreendemos como jornalismo. Elas atuam principalmente na verificação de dados, falas e informações de relevância que circulam em sites e aplicativos de mensagens e redes sociais. Por meio do detalhamento do processo de apuração e dos dados encontrados, além da comprovação de informações, o texto produzido pelas iniciativas de checagem tem como finalidade comprovar ou não a veracidade de uma informação (FOSSÁ e MÜLLER, 2019). Isso significa que a oposição entre o que é verdadeiro ou falso adquire centralidade na discussão sobre checagem. Este é um aspecto fundamental para compreender o cenário. Apesar disso, não poderá ser desenvolvido em função das limitações deste trabalho.

De acordo com Palácios (2019), as agências de checagem são um novo espaço de alocação profissional dos jornalistas, cujas empresas têm buscado diferentes formas de financiamento e sustentação. Neste sentido, se faz necessário distinguir as três organizações aqui estudadas: enquanto Estadão Verifica está vinculado a uma das mais tradicionais empresas de jornalismo do país, Lupa e Aos Fatos têm como característica a estrutura de agência, trabalhando com venda de materiais para outras organizações, além de outros tipos de financiamento, como venda de cursos, doações individuais e de fundações.

As três plataformas de *fact-checking* brasileiras vinculadas à IFCN são também contratadas pelo Facebook para verificar e atribuir etiquetas de falso e verdadeiro ao conteúdo que circula no site de rede social. Para Sylvia Moretzsohn (2019), essa contratação acontece porque com isso as organizações de checagem conferem um “selo” de qualidade – que elas carregariam automaticamente – ao Facebook enquanto empresa e plataforma de rede social. Esta perspectiva dialoga também com Palácios (2019), para quem o *fact-checking* tem como principal função a validação ou não de conteúdos que circulam nas redes sociais.

Para Moretzsohn (2019), as organizações que atuam em checagem não direcionam suas preocupações para a contextualização. Ela defende ainda a necessidade de, para se fazer jornalismo, entender do assunto que está sendo tratado, alargando a apura-

ção para além da mera descrição dos acontecimentos. Concordando com Miguel (2018), a autora entende que as organizações de checagem exercem um papel de reprodução de uma narrativa dominante de imparcialidade, que não discute questões centrais, ancorada na perspectiva de que o contraste verdade/mentira é suficiente para a compreensão do debate político. A realidade aparece como uma dimensão isolada de contexto, que serve de fonte para informações que são apenas recolhidas e reproduzidas de forma objetiva.

Da mesma forma, Palácios (2019) sugere que a criação de empresas de *fact-checking* – entendendo a verificação de informações como um dos aspectos elementares do trabalho jornalístico – pode estar terceirizando a credibilidade jornalística para estes espaços. É preciso lembrar que a verificação feita pelas organizações que atuam em checagem é sempre posterior, já que, em geral, o que acontece é a atribuição de validar como verdadeiro ou não um conteúdo que já está em circulação.

#### **4. Reflexões sobre trabalho no jornalismo do nosso tempo**

Uma pesquisa realizada por Mick e Lima (2013) mostra que 59% dos jornalistas brasileiros têm até 30 anos, o que os autores atribuem ao aumento na oferta de vagas nas universidades brasileiras no início do século XXI. As mulheres são 63,7% dos jornalistas no Brasil, e esse número é ainda maior entre os profissionais mais jovens: as mulheres são 69% dos jornalistas de até 30 anos. Em todas as faixas de renda até cinco salários mínimos, elas são maioria, mas os homens são a maior parte dos jornalistas que recebem mais de cinco salários. Além disso, pessoas brancas são 72% dos jornalistas no Brasil.

Os jornalistas brasileiros estão espalhados por diversos espaços, além da tradicional redação. Mick e Lima (2013) identificaram que 54,5% dos jornalistas brasileiros trabalhavam com a produção de notícias em veículos considerados tradicionais. Destes, apenas 59,8% tinham carteira assinada, enquanto 26,6% podiam ser agrupados entre os *freelancers*: os que possuíam contrato de prestação de serviços e os que tinham contrato de pessoa jurídica (PJ). Além deles, havia, em menor número, os empresários, os que atuam nas mídias do setor público e outros tipos de vínculo.

Ao debater a identidade do jornalista brasileiro, Fernanda Lima Lopes (2013) também reforça que outros perfis devem ser considerados além dos que foram absorvidos por empregos formais: aqueles que, embora não tenham um vínculo tradicional de trabalho, assumem a identidade de jornalista. Eles são os *freelancers*, os desempregados, os empreendedores, os que se dedicam a alguma atividade jornalística não remunerada.

Ao delinear o trabalho dos jornalistas brasileiros, também é necessário considerar os aspectos econômicos, políticos e sociais que interferem nas suas vidas produtivas. As organizações jornalísticas no Brasil e no mundo têm se estruturado a partir de uma lógica de terceirizações, contratos de trabalho flexíveis e da presença, especialmente, de jornalistas *freelancers* (DEUZE e WITSHGE, 2015; FIGARO e NONATO, 2017). Para Deuze e Witshge (2015), uma característica central do trabalho dos jornalistas na atualidade é sua inserção no mundo do trabalho de forma atípica e precária, particularmente entre os profissionais mais jovens e recém integrados.

A lógica de precariedade não é nova à profissão, nem aos trabalhadores brasileiros em geral, mas é reforçada na fase atual do capitalismo, como explica Antunes (2018). Os jornalistas, junto com outras categorias de trabalhadores, conformam na atualidade o que o sociólogo chama de novo proletariado de serviços na era digital.

Assim, Deuze e Wtschge (2015) propõem um olhar menos restrito para as organizações jornalísticas, que ainda são importantes, já que abrangem por meio de diversos tipos de relações mais ou menos centralizadas e hierarquizadas grande parte do trabalho jornalístico. Entretanto, é preciso olhar para as organizações como “unidades frouxamente integradas de indivíduos que trabalham juntos, muitas vezes temporariamente” (DEUZE e WITSCHGE, 2015, p.17). Eles apontam ainda que jornalistas – assim como outros profissionais da comunicação – têm se organizado em modelos de negócio menores e independentes para a realização do seu trabalho, como as *startups*. Diversos grupos midiáticos contratam estas organizações menores para desenvolver material jornalístico, ou simplesmente compram matérias e outros tipos de produto de agências de conteúdo. Esse fenômeno já acontecia anteriormente, mas o que vemos agora é uma proliferação de pequenas agências. Esse é o modelo em que a Agência Lupa atua, de forma especializada em *fact-checking*.

Com a complexificação do espaço de trabalho dos jornalistas, Lacy e Rosenstiel (2015) mostram que o número de jornalistas em uma redação é um dos fatores que reflete diretamente no material jornalístico que será produzido. Um número maior de jornalistas terão mais tempo para investir na produção e revisão do seu trabalho, aumentando a expertise do profissional e a qualidade do produto (LACY e ROSENSTIEL, 2015). No espaço do jornalismo digital, cenário das organizações de checagem, a situação se agrava, como demonstra o trabalho de Moretzsohn (2014), pois o trabalho precário tem impacto desse no produto jornalístico e na produção de conhecimento por meio do jornalismo. A seguir, essas questões serão visualizadas à luz das entrevistas e observação do trabalho dos jornalistas nas plataformas de verificação de informações.

## 5. O jornalista nas plataformas de checagem brasileiras

Estadão Verifica é um blog vinculado ao jornal *O Estado de S.Paulo* e ao portal online *Estadão*, com sede na cidade de São Paulo. Foi lançado em 2018, com o objetivo de produzir material relacionado ao período eleitoral.

A equipe de Estadão Verifica era formada, em junho de 2019, quando foi realizada a primeira das entrevistas desta pesquisa, por um editor e três repórteres (dois homens e uma mulher). Vinculado ao blog Estadão Dados, uma destes quatro repórteres e o editor atuavam em ambos os núcleos. Todos os repórteres são jovens, dois deles concluíram a graduação no ano de 2016 e foram da mesma turma no programa de trainee de *O Estado de S.Paulo*. O terceiro atuou por alguns meses na Agência Lupa, antes de trabalhar em Estadão Verifica. Todos os repórteres são contratados com carteira de trabalho assinada, em regime de Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), com carga horária de 5 ou 7 horas diárias. No começo das atividades de Estadão Verifica, no entanto, os repórteres tinham contratos temporários, de acordo com o editor da plataforma, “porque **eles eram recém formados**, eles tavam saindo do curso de focas do Estadão, né, um curso de treinamento que o Estadão fornece” (Entrevistado 2, 2019, grifos nossos). O trecho também demonstra que os repórteres são todos jovens. Ainda refletindo sobre o vínculo trabalhista dos seus subordinados, o editor afirma

Não notei nenhuma diferença na qualidade [entre o período em que os repórteres possuíam contratos temporários e, agora com a carteira de trabalho assinada], ãhn... o que a gente conseguiu foi ampliar o número de horas trabalhadas, porque antes eles tinham o limite de 6 horas, agora eles trabalham 7, então **a produtividade aumentou, mas na qualidade do trabalho não teve alteração, não** (Entrevistado 2, 2019, grifos nossos).

Em novembro de 2019, quando aconteceu a visita ao jornal para acompanhar o trabalho de Estadão Verifica, a equipe estava reduzida. O editor estava de licença em função de um problema de saúde; a repórter de Estadão Dados também não estava na redação em um dos dias devido a um problema pessoal; um dos repórteres de Estadão Verifica foi emprestado a outra editoria; outro repórter – aquele que, em junho do mesmo ano, foi entrevistado para coleta de dados desta investigação – havia sido recentemente deslocado para uma coluna. A repórter que nos recebeu trabalhava sozinha há duas ou três semanas. Apesar de essa situação ter sido apontada por ela como atípica, sua descrição é importante porque demonstra aspectos da relação de Estadão Verifica com o jornal de maneira mais ampla.

Em relação à estrutura física, a sala de Estadão Verifica está localizada em separado do restante da redação de *O Estado de S.Paulo*. Com a reformulação digital sofrida recentemente pelo jornal, Estadão Verifica passou a responder também à editoria de Política. Os repórteres de Estadão Verifica, além de realizarem as checagens e escreverem matérias para seu próprio site e para o Projeto Comprova<sup>7</sup>, coalizão da qual o veículo faz parte, fazem os eventuais infográficos que acompanham as publicações. Exceto em momentos específicos, como eventos, eles não saem do jornal. Toda a apuração é realizada de dentro da redação. Figaro (2014) utiliza a metáfora do jornalismo sentado para abordar este tipo de trabalho jornalístico, em que a maior parte das produções acontece de dentro do espaço das redações.

Boa parte do trabalho da repórter é feito por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp. É por ele que ela se comunica com os profissionais envolvidos na coalizão Comprova e com seu editor, principalmente durante o período em que ele estava em licença. Ela afirma sentir falta da presença do editor, mesmo que ele esteja sempre online e disponível para tirar dúvidas e editar os materiais produzidos, pois a presença faci-

---

<sup>7</sup> Ver <https://projeto comprova.com.br/>. Acesso em 4 ago. 2020.



lita tirar dúvidas e trocar ideias. Além disso, diz que às vezes se sente um pouco sozinha, já que, naquele momento, era a única pessoa a frequentar a sala. Também é por meio do WhatsApp que o editor lê e edita as matérias produzidas. Em entrevista para esta investigação, ele explicou esse processo.

Ela [a primeira repórter a chegar à redação] organiza por escrito uma pauta, né, ela informa ao pessoal da Política, a quem a gente tá vinculado, quais são as verificações que tão em curso, quais são as que tão prontas só à espera de edição e ãhn... se tem previsão de publicação de algum outro material com o respectivo horário. **De manhã, ela já me manda um WhatsApp**, explicando o que que tem, se tem alguma coisa pendente. **Muitas vezes eu já edito coisas aqui de casa mesmo, se tem alguma coisa que é mais urgente, já no próprio WhatsApp eu já leio, faço a edição do texto e devolvo pra ela.**” (Entrevistado 2, 2019, grifos nossos)

A possibilidade de contato permanente e quase ininterrupto amplia as possibilidades de atuação do profissional, que pode se comunicar e trabalhar de lugares diversos. De outro lado, o local de trabalho – pensado desde a revolução industrial como o espaço físico da fábrica, nesse caso, a fábrica de notícias que manteve o jornalismo profissional – se expande para o espaço doméstico, privado. Da mesma forma, se expande o horário de trabalho, pois todo o tempo se torna tempo disponível, já que os trabalhadores podem ser sempre encontrados pelo celular. É difícil delimitar o espaço privado nessa realidade. O ambiente doméstico se transforma num espaço do trabalho flexível. Toda a redação jornalística pode estar ao lado da cama, se o celular ou o computador estiver ligado em rede. Isso acontece até mesmo quando o trabalhador está afastado por motivos de saúde, como mencionamos ser o caso do editor de Estadão Verifica.

Lupa, por sua vez, se apresenta como a primeira agência de *fact-checking* do Brasil. Com sede na cidade do Rio de Janeiro, foi fundada por Cristina Tardáguila em 2015. Em fevereiro de 2020, a equipe de Lupa é formada por um diretor de Estratégias e Negócios, uma diretora de Conteúdo, um diretor de Marketing e Educação, três repórteres (dois homens e uma mulher), uma responsável pela área de Prospecção e Novos Negócios, um responsável pelas oficinas de checagem de LupaEducação e uma analista de redes sociais. De acordo com o site de Lupa, as checagens realizadas são vendidas a outros veículos e publicadas no site da agência. De acordo com a agência, “Pelos próximos anos, a Lupa ficará incubada no site da revista piauí, no modelo de startup, e, por

sua vez, no site da Folha e do UOL. Não tem, contudo, qualquer vínculo editorial com nenhuma dessas empresas” (LUPA, 2015, online). Entre 2015 e 2018, Lupa afirma ter recebido investimentos da Revista Piauí. A agência ainda possui o programa de capacitação LupaEducação como fonte de recursos.

Todas as pessoas que compõem a equipe descrita na aba “Quem somos” de Lupa têm carteira de trabalho assinada, à exceção de trabalhadores eventuais, contratados como *freelancers*. A diretora entrevistada afirmou que não existem diferenças perceptíveis entre o trabalho dos celetistas e daqueles que possuem contratos eventuais. Nas palavras dela, “o **comprometimento** que eu tenho das pessoas que atuam como CLT ou como frila eventualmente é o mesmo” (Entrevistada 3, 2019, grifos nossos). É importante destacar a ênfase na relação de compromisso que o contrato de prestação de serviços, ainda que eventual, presume com a agência. Fazemos essa demarcação, pois nossa ênfase é, de um lado, no que muda para a qualidade de vida dos jornalistas enquanto trabalhadores atuando em condições precárias e flexíveis. De outro, entendemos que há impacto nos produtos jornalísticos desenvolvidos sob este tipo de vínculo.

Se faz necessário ressaltar que não obtivemos autorização da parte da Agência Lupa para entrevistar um repórter ou visitar a redação. Ao fazermos contato por e-mail com a organização, solicitando entrevista com um editor e um repórter, recebemos como resposta de uma das diretoras de Lupa a informação de que a agência não coloca repórteres à disposição para entrevistas. No dia da entrevista com a diretora de Lupa, mais uma vez solicitamos autorização para conversar com um dos repórteres, o que nos foi negado. A diretora também negou nosso pedido de visita à agência. Disse que a redação não recebia pesquisadores ou visitantes de nenhum tipo em função de critérios de segurança.

Essa situação dificultou nossa análise sobre as relações de trabalho na redação da agência, impossibilitando uma visão mais global sobre o trabalho realizado. Apesar da afirmação da diretora, de que todas as funções eram realizadas por todos os profissionais, existem meandros que não podem ser acessados, já que não houve contato. Propomos, no entanto, a utilização da negativa de acesso aos repórteres e à redação como um dado de pesquisa. A negativa pode indicar, além da preocupação com segurança, uma resistência da agência ao diálogo com pesquisadores, vistos como “de fora” do

campo do jornalismo. Também destacamos que, embora a diretora tenha indicado que há similaridade no tipo de trabalho produzido pelos diversos profissionais da redação de Lupa, ela mesma descreve sua agenda como distinta da dos repórteres da agência.

Por fim, Aos Fatos é um veículo de checagem com bases nas cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo. Em fevereiro de 2020, a equipe, dividida entre as duas sedes, é composta por uma diretora executiva, um diretor de tecnologia e uma diretora de inovação, todos co-fundadores da iniciativa; uma chefe de reportagens; dois editores (um homem e uma mulher); uma gerente de estratégia; uma editora de projetos especiais; e três repórteres (dois homens e uma mulher), além de dois consultores (AOS FATOS, sem data, online). “Para se sustentar, Aos Fatos aposta em um modelo híbrido de financiamento: campanhas sazonais de crowdfunding [...]; parcerias editoriais [...]; e consultorias em *fact-checking*, por meio do Aos Fatos Lab” (AOS FATOS, sem data, online). Além disso, o site de Aos Fatos não utiliza publicidade como fonte de financiamento. As parcerias editoriais se dão com a venda de reportagens produzidas pela equipe de Aos Fatos. A agência verifica especialmente declarações de políticos e autoridades de expressão nacional.

Fizemos diversas tentativas de conversar a respeito de uma observação na redação de Aos Fatos, a maior parte delas sem resposta. Durante a entrevista com o editor, realizada por meio do aplicativo Hangouts, solicitamos mais uma vez a autorização. Ela nos foi negada, com a justificativa de uma reforma que estaria sendo realizada no prédio que abriga a redação. Apesar disso, conseguimos entrevistas por chamada de vídeo com um editor e um repórter.

A equipe de Aos Fatos está dividida entre as cidades do Rio de Janeiro (RJ) e São Paulo (SP). No Rio de Janeiro, existe uma sede física, em que os profissionais se reúnem. Em São Paulo, de acordo com o editor entrevistado, todos os jornalistas atuam em *home office*. Ao todo, a seção “Nossa equipe” do site de Aos Fatos nomina treze pessoas. Todas elas possuem contratos de prestação de serviços como pessoa jurídica, sem carteira de trabalho assinada pela organização. O editor foi entrevistado enquanto estava na sede da agência, no Rio de Janeiro, enquanto o repórter que concedeu entrevista para essa pesquisa estava alocado em São Paulo.

A equipe de Aos Fatos é fixa e contratada como PJ. O editor entrevistado explica que, em geral não são contratados *freelancers*. Ele identifica que a razão para que os trabalhadores não possuam vínculo com carteira de trabalho assinada está relacionada com o tamanho da empresa Aos Fatos. Apesar disso, afirma que são respeitadas “algumas garantias” por parte da empresa (Entrevistado 5, 2019).

Questionado se o tipo de vínculo trabalhista que os profissionais de Aos Fatos possuem pode interferir na qualidade do trabalho jornalístico que se exerce no veículo, o editor aponta para uma compreensão contraditória dessa relação. Afirma que há interferência, mas defende que isso não define a qualidade do trabalho produzido, já que são cumpridas práticas de trabalho formal.

Interferir eu acho que interfere, mas não é preponderante, assim, entendeu? **Não é uma coisa que vá alterar o trabalho, a qualidade do trabalho, que é entregue e tudo mais, porque é o que eu te falei, a gente fica fixo de uma forma, seja formalizada em CLT... trabalha-se como fosse.** Então, todo mundo cumpre o horário, tem suas obrigações, tem seus prazos pra entregar, como se fosse uma redação normal, assim. (Entrevistado 5, 2019, grifos nossos)

A mesma pergunta foi dirigida ao repórter de Aos Fatos entrevistado. Ele associou as condições de trabalho – que podemos compreender como o que o editor chamou de garantias – com uma vantagem, uma “sorte”. Isso pode ser relacionado com a ideia de que a maior parte dos trabalhos na área são precários, com jornadas de trabalho maiores que 8 horas diárias, plantões em fins de semana, dificuldade de acesso a férias. Assim, estar de forma fixa em um espaço que, mesmo mantendo uma relação atípica de trabalho, respeita algumas garantias do trabalho formal é visto pelo repórter como uma exceção, motivo de sorte.

Ah, eu falo que eu sou muito sortudo, **todo mundo no Aos Fatos é muito sortudo**, porque a \*\*\*\* [chefe] é uma pessoa muito boa, é uma pessoa muito humana. Então, **a gente não trabalha sábado e domingo, a gente faz 8h, a gente tem férias, é... e ela deixa ter uma flexibilidade, como de horários, a gente faz 8h por dia.** Então... acho que... acredito, se fosse CLT ou PJ daria a mesma coisa, a única coisa que... na nossa empresa, pelo menos... mas acho que não, acho que não tem nenhuma diferença, não. (Entrevistado 4, 2019, grifos nossos)

A fala do repórter, embora demonstre ter uma relação positiva com a sua chefe e a empresa onde trabalha, também apresenta essa condição como uma exceção, especialmente pelo tipo de vínculo trabalhista. Parece haver uma compreensão da parte dele de que há fragilidade na contratação por PJ, o que facilitaria a precariedade da relação de trabalho.

## 6. Considerações parciais

Alguns aspectos devem ser destacados para que se possa entender como se dão as relações de trabalho nas três organizações em estudo. Em primeiro lugar, existem as distinções de tamanho e característica das organizações. De um lado, Estadão Verifica faz parte de um dos maiores e mais tradicionais jornais brasileiros. Essa estrutura de trabalho poderia conferir maiores garantias financeiras, podendo ser sinônimo de uma equipe maior. Não é, no entanto, o que se observa em Estadão Verifica, que, apesar de possuir relações trabalhistas estáveis, garantidas pelos contratos com carteira de trabalho assinada, tem equipe reduzida. Essa situação leva a uma demanda excessiva de trabalho, que, ao menos durante o período de nossa observação, sobrecarregava a repórter, que estava sozinha.

Isso se reflete na manifestação de ideias que a repórter desenvolvia sobre possíveis melhorias no trabalho e no produto de Estadão Verifica. Da mesma forma, o editor, mesmo estando em licença por motivos de saúde, seguia trabalhando de casa, de forma remota. Isso demonstra a importância da tecnologia nesses espaços e, ao mesmo tempo, aponta para uma tentativa de dar conta do volume de trabalho existente, já que a existência de poucos profissionais envolvidos no blog dificulta sua atuação e conquista de relevância. Além disso, há uma extensão do tempo e do espaço de trabalho, já que os profissionais podem ser encontrados a qualquer momento e em qualquer local pelo celular.

O aumento do volume de trabalho, a redução de níveis hierárquicos e do quadro de pessoal, a ampliação do trabalho temporário (*freelancer*, tempo parcial, terceirização e pejetização), o *home office* são formas que as empresas jornalísticas adotam para manter patamares de competitividade e lucratividade. Da mesma forma, horas aumentadas,

ritmos de trabalho alterados, condições laborais insatisfatórias, profissional multimídia, flexibilidade de horários e locais de trabalho, ainda que tenham impacto na qualidade jornalística, seguem sendo exitosos como negócio. As organizações jornalísticas têm recorrido a contratos de jornalistas jovens, com salários mais baixos, no lugar da experiência de editores e jornalistas experientes e com prestígio profissional. O trabalho é flexível no tempo, móvel no espaço e multifuncional, já que várias funções são exercidas e pagas a uma única pessoa.

À metáfora do jornalismo sentado de Figaro (2014), adicionamos a observação de que, no trabalho *home office*, especialmente quando há vínculo precário com a organização contratante, o jornalista pode não sair sequer da própria casa para a realização do trabalho apurativo. O espaço privado da casa torna-se, nesse caso, também um espaço de trabalho, dificultando a separação entre o labor, o lazer e o tempo ocioso.

Por fim, com a elaboração e análise das entrevistas e do relatório de observação, foi possível identificar um breve perfil dos jornalistas que trabalham nas organizações de *fact-checking* brasileiras. Os repórteres são jovens, recém saídos da graduação, formados em jornalismo. Apenas um terço do total de repórteres são mulheres, ainda que essa informação deva ser considerada no contexto de que todas as iniciativas tinham três repórteres cada, sendo uma mulher e dois homens em todos os casos. Duas das três organizações contratam os jornalistas com carteira de trabalho assinada. Apesar disso, todas elas apresentam traços de precariedade nas relações de trabalho.

A forma de contratação por tempo indeterminado, característica das relações regulamentadas pela Consolidação das Leis do Trabalho, vem dando lugar, com a reforma trabalhista em curso desde 1990, a novas formas de regime de trabalho. Teletrabalho, trabalho intermitente, pejetização, trabalho de *freelancers*, entre outros, têm provocado mudanças na forma de produzir e difundir informação. Diante deste cenário, observa-se a redução do número de profissionais nas redações, a extinção de vagas, o achatamento de salários, o acúmulo de funções, a redução de benefícios, o aumento da rotatividade, a diversificação na contratação e na remuneração, entre outros fatores que justificam a precarização do trabalho jornalístico. Parece que a crise do jornalismo, do modelo de negócio da grande imprensa, da proliferação das chamadas mídias independentes, os novos arranjos econômicos de produção jornalística e as organizações de checagem são

sinais evidentes da necessidade de produção e consumo de informações, em diversos formatos e modelos.

Outros estudos são necessários para pensarmos perspectivas epistemológicas e que possam significar análises mais adequadas e profundas dos fenômenos individuais e coletivos que caracterizam o universo das organizações jornalísticas, nos seus conflitos, contradições e na própria razão de ser da sociedade. Possivelmente as condições de trabalho às quais os jornalistas estão expostos não interferem apenas na sua realização profissional, mas também na qualidade da informação. Assim, novas formas de conceber o jornalismo, um novo olhar para velhos problemas parecer ser a grande questão, de modo a repensar formas de organização do trabalho que sejam mobilizadoras, criativas e atentas ao trabalho material e imaterial do trabalhador jornalista, sem que para tanto necessite deixar de lado sua história, seu passado e sua memória.

## Referências

ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

AOS FATOS. Nossa equipe. **Aos Fatos**. Sem data. Disponível em: <https://aosfatos.org/nossa-equipe/>. Acesso em 16 abril 2019.

\_\_\_\_\_. Nosso Financiamento. **Aos Fatos**. Sem data. Disponível em: <https://aosfatos.org/nossos-parceiros/>. Acesso em 16 abril 2019.

DEUZE, M.; WITSCHGE, T. Além do jornalismo. **Leituras do jornalismo**, São Paulo, v.2, n.4, p.1-31, 2015.

EQUIPE LUPA. O que é a Agência Lupa?. **Agência Lupa**. Rio de Janeiro, 15 Out. 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-selecionamos-as-frases-que-serao-cheçadas/>. Acesso em 16 abril 2019.

FIGARO, R. Jornalismo e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 23-37, ago./dez., 2014. Disponível em: <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/231>. Acesso em: 19 fev. 2020.

FIGARO, R.; NONATO, C. Novos ‘arranjos econômicos’ alternativos para a produção jornalística. **Contemporanea**, v. 15, n. 01, p. 47-63, já./abr., 2017. Disponível em <https://portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/21451>. Acesso em 26 julho 2019. DOI 10.9771/1809-9386contemporanea.v15i1.21451.

FOSSÁ, M. I. T.; MÜLLER, K. A checagem cruzada como estratégia de legitimação do campo jornalístico em reação às *fake news*. **Brazilian Journalism Research**, v.15, n.3, p.452-475, dez., 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1196>. Acesso em 4 ago. 2020. DOI 10.25200/BJR.v15n3.2019.1196.

GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**: para uma teoria marxista do jornalismo. Porto Alegre: Tchê, 1987.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

IFCN. Commit to transparency — sign up for the International Fact-Checking Network's code of principles. **IFCN**. St. Petersburg, 2020. Disponível em: <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/>. Acesso em 4 março 2020.

LACY, Stephen; ROSENSTIEL, Tom. **Defining and Measuring Quality Journalism**. New Brunswick: Rutgers, 2015.

LOPES, F. L. **Ser jornalista no Brasil**: identidade profissional e formação acadêmica. São Paulo: Paulus, 2013.

MICK, J.; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro**: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

MIGUEL, L. F. Checando o fact-checking da Folha. **GGN**. 8 abril 2018. Disponível em <https://jornalggm.com.br/midia/checando-ofact-checking-da-folha-por-luis-felipe-miguel/>. Acesso em 18 fev. 2020.

MORETZSOHN, S. O joio, o trigo, os filtros e as bolhas: uma discussão sobre fake news, jornalismo, credibilidade e afetos no tempo das redes. **Brazilian Journalism Research**, v.15, n.3, p. 574-597, dez. 2019. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/1188>. Acesso em 6 março 2020. DOI 10.25200/BJR.v15n3.2019.1188.

\_\_\_\_\_. O “novo ritmo da redação de *O Globo*: A prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. **Parágrafo**, v. 2, n. 2, p.58-79, ago./dez., 2014. Disponível em <http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/234>. Acesso em 26 julho 2019.

PALÁCIOS, M. Fake News e a emergência das agências de checagem: terceirização da credibilidade jornalística?. In: MARTINS, M. L.; MACEDO, Isabel (Ed.). **Políticas da língua, da comunicação e da cultura no espaço lusófono**. Vila Nova de Famalicão: Edições Húmus, 2019. pp.77-90.