

# CHECAGEM DE CONTEÚDO COMO METANOTÍCIA: USO DE IA NAS MÍDIAS DIGITAIS

Débora Liberato Arruda\*

Emanoel Pedro Martins Gomes\*\*

## RESUMO

Neste artigo, a partir de modelos de IA, caracteriza-se a checagem de conteúdo como gênero discursivo. A checagem de conteúdo representaria um gênero de divulgação de conhecimento curado a atuar como metanotícia no combate a *fake news* em plataformas digitais. Assim, analisaram-se 467 checagens de conteúdos publicizadas pela agência Lupa em 2023, na rede social *Instagram*. Para tal, baseou-se na tipologia de Wardle (2020) e em suas categorias de desinformação. Como resultado, constatou-se que conteúdos enganosos são os conteúdos que mais geraram o gênero *checagem de conteúdo* como metanotícia. Ao final da pesquisa, vimos que a checagem de conteúdo como gênero discursivo possui formas relativamente estáveis na construção do texto, ao organizar e moldar o discurso em plataformas digitais.

**Palavras-chave:** Plataformas de mídia digital. *Fake news*. Checagem de conteúdo. Inteligência Artificial.

---

\* Doutora em Linguística Aplicada. Professora da Universidade Estadual do Ceará – UECE. Grupo de Pesquisa Linguagem, Ensino e Tecnologia (Lent). Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6075-5585>. E-mail: [debora.arruda@uece.br](mailto:debora.arruda@uece.br)

\*\* Doutor em Linguística Aplicada. Professor da Universidade Estadual do Piauí – UESPI. Grupo de Pesquisa Núcleo de Estudos Críticos do Discurso e a Teoria Ator-Rede (NECTAR). Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0601-6743>. E-mail: [emanoelpedro@pcs.uespi.br](mailto:emanoelpedro@pcs.uespi.br)

## THE CONTENT-CHECKING GENRE AS META-NEWS: USE OF IA IN DIGITAL MEDIA

### ABSTRACT

In this paper, using AI models, content checking is characterized as a discursive genre. Content checking would represent a genre of curated knowledge dissemination that acts as metanews in the fight against fake news on digital platforms. Thus, 467 content checks published by the Lupa agency in 2023 on the social network Instagram were analyzed. To do so, it was based on Wardle's (2020) typology and its categories of misinformation. As a result, it was found that misleading content is the content that most generated the content checking genre as metanews. At the end of the research, we saw that content checking as a discursive genre has relatively stable forms in the construction of the text, when organizing and shaping the discourse on digital platforms.

**Keywords:** Digital media platforms. Fake news. Content-checking. Artificial intelligence.

## VÉRIFICATION DES CONTENUS COMME META-NEWS: UTILISATION DE L'IA DANS LES MÉDIAS NUMÉRIQUES

### RÉSUMÉ

Dans cet article, en utilisant des modèles d'IA, la vérification de contenu est caractérisée comme un genre discursif. La vérification de contenu représenterait un type de diffusion de connaissances organisées pour agir comme méta-nouvelles dans la lutte contre les fausses nouvelles sur les plateformes numériques. Ainsi, 467 contrôles de contenu publiés par l'agence Lupa en 2023 sur le réseau social Instagram ont été analysés. À cette fin, elle s'est basée sur la typologie de Wardle (2020) et ses catégories de désinformation. En conséquence, il a été constaté que le contenu trompeur est le contenu qui a le plus généré le genre de vérification de contenu comme les méta-nouvelles. À la fin de la recherche, nous avons constaté que la vérification de contenu en tant que genre discursif a des formes relativement stables dans la construction du texte, lors de l'organisation et de la mise en forme du discours sur les plateformes numériques.

**Mots-clés:** Plateformes de médias numériques. Fausses nouvelles. Vérification des contenus. Intelligence artificielle.

## 1 INTRODUÇÃO

Com a inserção das plataformas de mídia digital como meio de comunicação inescapável para grande parte das importantes relações de interação social nestas duas últimas décadas do século XXI, novos fenômenos discursivos e textuais têm desafiado conceitualizações estabelecidas sobre questões linguísticas até então incontestes. Dentre essas conceitualizações, a de gênero textual/discursivo, há décadas bem sedimentada no universo teórico da Linguística – sobretudo na Linguística Textual –, tem sido ampliada para abarcar o rol de eventos sociocomunicativos que surgem no ambiente digital, como os conteúdos fabricados em forma de notícia que são disseminados nas plataformas digitais para confundir os leitores e causar danos a pessoas ou instituições.

Considerando que as principais plataformas que dominam o cenário mundial de redes “sociais” (*Instagram, Tik Tok, X, Facebook, WhatsApp*) possuem navegação majoritária de seus usuários a partir de dispositivos tecnológicos móveis, é de supor que a dinâmica interacional a que a comunicação nessas plataformas está submetida se aproxime ainda mais das contingências das interações ordinárias dos sujeitos e imprima efeitos discursivos e textuais até então imprevisíveis aos quadros teóricos e conceituais da Linguística. Tomemos aqui os preceitos de Charles Bazerman (2011) como exemplo. O autor já alertava para o fato de que, embora ajamos textualmente de modo típico, isto é, de modo previsível para nosso interlocutor, de maneira que possamos ser compreendidos e ter nossos propósitos atingidos na comunicação e na sociedade, nem sempre caracterizar uma forma textual típica de ação como um gênero é viável aos nossos propósitos. Isso porque a tipificação de gêneros tanto pode enganar, ao sugerir-los como atemporais, padronizados, esquemáticos para todos os sujeitos e situações, quanto pode nos impedir de termos uma completa compreensão das relações entre [o funcionamento do] gênero textual-discursivo, atividades sociais, fenômenos psicossociais de reconhecimento intersubjetivo, infraestruturas sociotécnicas de produção/circulação/recepção, ideologia e poder, especialmente complexas na atualidade com a inserção de algoritmos como agentes discursivos que protagonizam nosso modo de interação nas mídias digitais.

É nesse sentido que, seja pressionado pelos ambientes plataformizados (Poel; Nieborg; Dijck, 2020), seja repensado a partir da multimodalidade e da hipertextualidade (com as novas *affordances* promovidas pela IA), o conceito de gênero discursivo encontra nas plataformas digitais uma demanda de ampliação conceitual ligada tanto às infraestruturas cibernéticas (sociotécnicas) – que afetam a produção nestas mídias, devido, dentre outras razões, às estruturas dissipativas de organização discursivo-textual e ao perfilamento (Laterza, 2021) ou clusterização (Chun, 2021) algorítmicas das mídias digitais nelas presentes –, quanto o consumo de conteúdo padronizado em forma de enquadramentos multimodais que amalgamam imagem, texto, vídeos e comentários dos usuários na mesma porção de tela (frame). Assim, se, conforme argumenta Bazerman, fatos sociais afetam as palavras que as pessoas produzem, um texto bem-sucedido será sempre aquele que cria para seus “produzidos” (Bruns, 2006) um fato social tipificado em gênero. Portanto, uma crise no sistema de confiança de quem produz e divulga fatos sociais nas mídias será de certo modo também uma crise na tipificação de gênero, não tanto em que o tipifica e caracteriza teoricamente, mas sim em que o reconhece como ação discursiva performativamente autorizada (a dizer).

Este reconhecimento como ação autorizada fica mais evidente quando consideramos os gêneros de divulgação (científica, acadêmica, jornalística) e seus usuários em um contexto desmediatizado das plataformas (Hissa, 2021) que tem levado à crise dos antigos sistemas de peritos (Cesarino, 2021, 2022), isto é, das comunidades discursivas pré-digitais responsáveis pela produção e divulgação fatos sociais (a universidade, a ciência, o jornalismo profissional, as instituições governamentais etc.). Ora, uma vez que os gêneros dão forma às atividades sociais em que as pessoas se engajam cotidianamente (Bazerman, 2011, p. 32), tanto as práticas discursivas de produção (em massa) de desinformação, quanto as práticas discursivas de combate à desinformação (que àquela responde) darão forma ao surgimento de gêneros, tendo em vista a organização estilística e composicional do discurso, o ambiente de sua produção e consumo, seus participantes e sua temática.

Por essa razão, decidimos, neste trabalho, caracterizar a *checagem de conteúdo*<sup>1</sup> como um gênero discursivo cuja atividade responsiva advém da ação performativa multimodal de refutação, correção, explicitação dos fatos aparentemente noticiosos divulgados nas mídias digitais. Partimos do pressuposto de que a checagem de conteúdo representa um gênero de divulgação de conhecimento curado que atua como uma metanotícia no embate dialético entre *fake news* e notícias checadas estabelecido socialmente nas plataformas digitais, embate esse que denota o fracionamento do “sistema de peritos” (Cesarino, 2021) e mediatização (Han, 2018) que antes sustentava a produção de fato e sua circulação em gêneros em condições sócio-históricas pré-digitais.

Embora este gênero seja produzido majoritariamente por agências de checagem, que tipificam a ação comunicativa nas plataformas por meio de etiquetas sobre a notícia a ser checada, depois do processo de apuração investigativa feita por jornalistas, há uma quantidade significativa de modelos de verificação de fatos que usam a IA para checar com maior rapidez e precisão a veracidade dos conteúdos postados nas plataformas de mídia digital. Muitos desses dispositivos que usam IA para detectar conteúdos manipulados trabalham com a premissa principal de que os textos falsos estruturam o enunciado de modo diferente do que acontece com textos cujo conteúdo é verdadeiro, uma vez que as emoções desempenham um papel fundamental para enganar o leitor sobre a veracidade das postagens nas mídias digitais. As postagens de conteúdo falso, por exemplo, tendem a trazer imagens, áudios, escrita, ou seja, formulações discursivas com expressões multissemióticas que causam medo, repulsa, ódio, rancor, revolta, o que estes modelos de IA chamam de *enunciados com informações afetivas*. Um desses detectores de notícias falsas que trabalham com modelagem do fluxo de informação afetiva é o FakeFlow (Ghanem *et al.*, 2021). Trata-se de um dispositivo que usa IA para fazer uma arquitetura neural que incorpora palavras e outros recursos afetivos – como emoções, palavras hiperbólicas – para

<sup>1</sup> Tomamos a decisão de caracterizar checagem de conteúdo (*fact-checking*) como gênero em detrimento a metanotícia pelo alcance social que a expressão ganhou nos últimos anos, sobretudo depois de 2016. Sabemos que esta decisão pode gerar uma confusão conceitual entre a tarefa de checar (feita pelos checadores) e o gênero do discurso propriamente dito, aquele que será publicizado socialmente nas mídias (metanotícia) apresentado no fim do processo de verificação dos conteúdos. Nos baseamos em Bakhtin (2011) para lembrar que a relativa estabilidade de um gênero estaria relacionada à historicidade, à memória sociodiscursiva, aos usos feitos nas várias atividades humanas. A partir dessas memórias e do acúmulo da história do uso do termo ‘checagem de conteúdo’, o enunciado ganhou uma estabilidade discursiva mais consistente do que o termo ‘metanotícia’, pois se estabeleceu como um lugar de emergência dos sentidos históricos e de significações já consolidadas socialmente. Mantivemos a decisão sobre o nome do gênero também em função da quantidade expressiva de modelos de Inteligência Artificial criados pelo mundo para fazer a checagem de conteúdos e atuar no combate à desinformação.

captar o fluxo de emoções nos textos divulgados nas mídias digitais. A IA do FakeFlow aprende a prestar atenção ao fluxo de informações afetivas ao longo das postagens para detectar se estamos diante de conteúdo verdadeiro ou falso.

Para detectar conteúdo falso a partir de informações afetivas, outros dispositivos que usam a IA são o EIN<sup>2</sup> – Rede Emocionalmente Infundida (Ghanem *et al.*, 2020) – e o EmoCred (Giachanou *et al.*, 2021). O EIN, por exemplo, usa diversos recursos para aumentar as potencialidades de captura das palavras/léxicos que indiquem emoção nos textos, como EmoSenticNet, EmoLex, SentiSense, LIWC e Empath. Já o EmoCred se baseia em uma rede neural LSTM<sup>3</sup> baseada na memória de longo e curto prazo que incorpora sinais emocionais para diferenciar entre afirmações credíveis e não credíveis. O EmoCred toma como *input* palavras incorporadas nos textos das postagens em mídia digital como um vetor de sinais emocionais com o objetivo de compreender se uma afirmação feita por um político é credível ou não. Os criadores do EmoCred trabalham com a hipótese de que conteúdos falsos podem causar emoções diferentes e de intensidade diferente aos leitores em comparação com informações verdadeiras.

Outra proposta de dispositivo que usa IA para detectar automaticamente informações falsas e imprecisas é o CheckerOrSpreader (Giachanou *et al.*, 2020). Ele trabalha com verificação de conteúdos fabricados e identifica potenciais propagadores de notícias falsas. A IA do CheckerOrSpreader se baseia em uma Rede Neural Convolucional (CNN) para avaliar o papel dos usuários como divulgadores de notícias falsas. Ele analisa postagens dos usuários para extrair uma série de padrões linguísticos e inferir seus traços de personalidade. O dispositivo usa Consulta Linguística e Contagem de Palavras (LIWC<sup>4</sup>) para extrair padrões de estilo psicométrico e linguístico das postagens e uma abordagem de semântica vetorial para inferir o traço de personalidade dos usuários.

Para finalizar esta lista de detectores de notícias falsas que utilizam IA, o Factoid (Sakketou *et al.*, 2022) se propôs a congregar um novo conjunto de dados para identificar propagadores de desinformação e preconceitos políticos. A partir de um conjunto de dados que contém mais de 4 mil usuários e 3,4 milhões de postagens retiradas da plataforma Reddit, o Factoid captura simultaneamente o contexto de longo prazo das postagens históricas dos usuários e as interações entre eles. Ele fornece métodos para identificar espalhadores de desinformação, utilizando as conexões sociais entre os utilizadores juntamente com as suas características psicolinguísticas. Esta pequena lista mostra como a checagem de conteúdo tem ganhado destaque no cenário nacional e internacional e como a IA pode contribuir com a verificação e consequente regulamentação das mídias digitais.

A checagem de conteúdo como gênero difundido no Brasil usa a prática discursiva de destacar etiquetas sobre as informações verificadas, que trazem legendas as quais ajudam o leitor a compreender a notícia como falsa, verdadeira, exagerada, tirada de contexto, etc. (Seibt, 2019). Neste ponto, é importante frisar que, quando pensamos em um gênero como “checagem de conteúdo”, estamos mobilizando

<sup>2</sup> *Emotionally-infused model*

<sup>3</sup> *Long-short term memory*

<sup>4</sup> *Linguistic Inquiry and Word Count*

neste ato a pressuposição de que há fatos, há um ateste de sua existência por métodos empregados e confiáveis, e há peritos que sustentam sua vericondicionalidade. Porém, muito mais do que isso, como fundamento mesmo desses fatores pressupostos, há a suposição de que a recepção desse gênero solicita credibilidade em todos eles, isto é, em uma “comunidade discursiva” (Swales, 1990, 1992) de um grupo de sujeitos tais que operam no quadro referencial da realidade por meios/métodos confiáveis atestando a existência de fatos sobre os quais eles, os peritos, são os autorizados incontestes a falar.

Ainda que a ação de checar os fatos não seja propriamente uma novidade no jornalismo como divulgação de conhecimento curado, tendo em vista que a prática se torna determinante para dar credibilidade à informação publicada pelos veículos de comunicação, nesta pesquisa, estamos interessados no gênero checagem de conteúdo que, a partir dos anos 2000, tipifica uma metanotícia, pois traz uma informação sobre a informação, numa clássica atitude responsiva. Assim, uma vez que nenhum texto pode ser concebido fora das atividades sociais de seus “produsuários” e sempre depende do fluxo responsivo de textos anteriores que influenciam sua “produsagem” (Bruns, 2006), isto é, “conteúdo temático, estilo e construção composicional” (Bakhtin, 2011, p. 262), discutiremos, nas seções seguintes, os sistemas de gêneros ligados à prática discursiva da desinformação no ambiente digital, para destacarmos o *gênero checagem de conteúdo*.

## **2 PRÁTICAS DISCURSIVAS DE DESINFORMAÇÃO E A CRISE DE PERITOS: DESCRREVENDO A COMUNIDADE DISCURSIVA DO GÊNERO *CHECAGEM DE CONTEÚDO***

Notícias falsas ou fabricadas, manchetes tendenciosas e teorias conspiracionistas, boatos e narrativas de pós-verdade, a despeito de não serem novidade, têm se alastrado como temáticas recorrentes na discussão em mídias digitais e em políticas estratégicas de combate à desinformação. A diferença do atual cenário de produção de notícias e fatos sociais, contudo, reside no fato de que o potencial de circulação das chamadas *fake news* no ambiente online, sobretudo em virtude do uso das plataformas, é assegurado por um conjunto de elementos sócio-técnicos e linguageiros que desafiam sua contestação em parâmetros antes convencionais (jornais, divulgação científica, especialistas etc.). Neste estudo, interessam-nos as notícias falsas identificadas e veiculadas por agências de checagem brasileiras em sua plataforma de mídia digital *Instagram* como protótipo para caracterização do gênero checagem de fato que nos propomos fazer.

Há vários estudos consistentes que afirmam que notícias falsas chamam a atenção dos leitores não tanto pelo conteúdo em si, mas pelo modo como apelam para a emoção, para a moralidade, para as crenças e valores de cada grupo (Wolf, 2019; Lembke, 2022; Fisher, 2023). O modo como a notícia falsa é apresentada multissemioticamente nas plataformas desperta a atenção do leitor, uma vez que se imprimem novas dinâmicas linguísticas e discursivas atreladas a “affordances” (Gaver, 1991) tecnológicas que performam discursos nas interações sociais. Também é fato que, com a ascensão das plataformas digitais de comunicação e interação, a circulação das informações no meio digital, conforme Werthein (2000, p. 72), os efeitos das novas tecnologias podem ser devastadores, porque elas têm alta penetrabilidade, sobretudo devido ao fato de a informação ser parte integrante de toda atividade humana, individual ou coletiva.

Foi como um dos efeitos devastadores das mídias digitais que as *fake news* passaram a ganhar protagonismo. Elas são consequência da possibilidade do exercício irrestrito da liberdade de expressão e livre acesso a plataformas de empresas tecnológicas, as quais têm suas próprias regras de comunidade e de perfilamento e clusterização. Elas são produzidas intencionalmente para confundir leitores das plataformas digitais de modo que se torna muito difícil para um leitor comum (para um não especialista) identificar conteúdos noticiosos que contenham informação e dados falsos. Foi justamente neste contexto de crise informacional que vários sites de verificação de fatos foram desenvolvidos no Brasil e no mundo. Eles criaram um padrão tipificado do gênero checagem de fatos, hoje amplamente reconhecido nas plataformas e mídias digitais, que pode tanto aumentar o letramento crítico sobre os conteúdos midiáticos, como servir de apoio argumentativo aos usuários que têm interesse de refutar, por meio de evidências, notícias falsas e alertar outras pessoas e instituições sobre tal conteúdo manipulado.

Em face desse cenário e do impacto provocado pela pandemia do novo coronavírus, que afetou pessoas e comunidades em nível mundial tanto na esfera da saúde pública, quanto no âmbito social e econômico, causando desordem na vida pública, sociedades presenciaram a força e a velocidade com a qual se disseminavam não só o vírus, mas também as práticas discursivas de desinformação, atreladas esta à emergência de uma crise no sistema de peritos na produção de fatos sociais. A disseminação de notícias falsas aconteceu gerando consequências que ultrapassam a esfera da informação e comunicação social, pois deu margem ao surgimento de movimentos conspiratórios contra a vacinação da população e ao estabelecimento da prática de desinformação enquanto problema político e social. Foi justamente neste contexto de infodemia (Hissa; Araújo, 2021) que a atitude responsiva tipificada como checagem de conteúdo foi ressignificada pela demanda social de verificar conteúdos políticos disseminados aos milhares pelos algoritmos das plataformas de mídia digital.

Temos visto que as *fake news* podem ser veiculadas em diferentes suportes textuais, apresentando-se em forma de vídeos, imagens, memes, sátiras, discursos orais, textos escritos, reportagens, mensagens, tweets, matérias jornalísticas, entre outros. Dessa forma, torna-se concebível falar de *fake news* enquanto gênero textual (Legroski, 2020), pois, se, seguindo o pensamento bakhtiniano, “a utilização da língua efetua-se em forma de enunciados (orais e escritos), concretos e únicos, que emanam dos integrantes duma ou doutra esfera da atividade humana” e que “refletem as condições específicas e as finalidades de cada referido campo” (Bakhtin, 2011, p. 261), tais produções textuais mobilizam prototipicamente um conteúdo temático, um estilo da linguagem e, acima de tudo, uma construção composicional e uma audiência (Swales, 1990, p. 52). As *fake news*, são, portanto, um novo gênero textual, na medida em que se inovam seus aspectos estruturais e sociodiscursivos nunca antes posto em funcionamento da forma como se dá em ambientes digitais, sem deixar de incorporar as características da narrativa jornalística e os componentes da notícia para ganhar uma maior circulação, credibilidade e legitimidade social, numa lógica de “mimese invertida” (Cesarino, 2022), de englobar características daquilo que seria o seu contrário.

Contudo, não se pode pensar na tipificação e prototipicidade de um gênero sem justamente levar em consideração a comunidade discursiva e o campo majoritário de sua atuação. As *fake news* na era

digital surgem à medida que recrudescem a desconfiança e a deslegitimação naquelas comunidades discursivas em que se depositavam a produção e a circulação de verdades e fatos sociais. A banalização da desinformação, os radicalismos políticos, os politicamente-incorretos, os extremismos digitais, nada disso poderia ser pensado se não a partir, de um lado, da desregulamentação das plataformas digitais de comunicação e, de outro, das condições infraestruturais de sua circulação, o que tem favorecido o descrédito em sistemas de confiança, o desafio de superá-lo e a incerteza de como compreender o papel dessas condições na reconfiguração das relações sociais (Grey; Bounegrou; Venturini, 2020). É o que Cesarino (2022, p. 148) destaca ao falar do padrão tecnolinguístico e discursivo dos novos peritos que a plataformização faz surgir:

[...] alegam trazer o novo, quebrar tabus, libertar o que se encontrava sufocado, revelar verdades que alguma elite ‘não quer que você conheça’. Influenciadores são abraçados pela base de fãs por parecerem autênticos, não terem medo de falar o que pensam. Embora esse viés antiestrutural seja especialmente evidente nos públicos populistas, ele é transversal à plataformização e não se restringe à direita do espectro político.

Isso significa, com base em Swales (1990, 1992), que a plataformização com sua infraestrutura socio-técnica fez surgir comunidades discursivas refratárias que lutam entre si para prevalecerem enquanto produtores confiáveis de fatos sociais, de conteúdos verídicos, de verdades. Desse modo, como caracteriza Swales (1992), uma comunidade discursiva não apenas adere a objetivos pré-existentes, mas também os cria e negocia. Esses objetivos podem ser tanto compartilhados quanto divergentes, porém se interrelacionam de tal modo que criam mecanismos de participação que envolvem vários propósitos, uma “constelação” crescente “de outros gêneros” (Araújo, 2021) e formas de adesão e progressão da comunidade. Poderíamos ainda dizer que a circularidade cibernética de informação e *feedback*, de performar e replicar, típica das estruturas digitais das plataformas, ainda favorece o progresso e a continuidade dos gêneros, pois permitem seus “produsuários” reconhecerem padrões de eventos comunicativos tipificados em gêneros e denominarem estes como formas adequadas de circulação de fatos e verdades em sua comunidade.

Por essa razão, não é difícil de compreender por que a *checagem de conteúdo é um gênero textual/discursivo* que encontra ressonância e tem sua atitude responsiva dirigida a comunidades discursivas em embate nas plataformas digitais, não apenas numa tentativa de estabelecer um sistema não relativizado de produção de verdades, mas também no vicejo de universalizar sua lógica e de criar seu “ponto de estabilização”, isto é, aquele momento “em que o enunciado desembaraça-se de todos os determinantes de tempo e lugar e de qualquer referência àqueles que o produziram, assim como ao processo de sua produção” (Latour; Wolgar, 1997). Na próxima seção, vamos apresentar a pesquisa que fizemos com 467 checagem de conteúdo publicizadas pela agência Lupa (@agencia\_lupa) no ano de 2023 na sua plataforma de rede social *Instagram*. Pretendemos, com isso, categorizar o gênero checagem de conteúdo para que ele ganhe uma dimensão didática, a fim de ser estudado e pesquisado com mais ênfase por áreas como a Linguística, a Comunicação Social e outras afins.

### 3 O GÊNERO CHECAGEM DE CONTEÚDO<sup>5</sup> A PARTIR DE MÉTODOS E INSTRUMENTAIS DE VERIFICAÇÃO

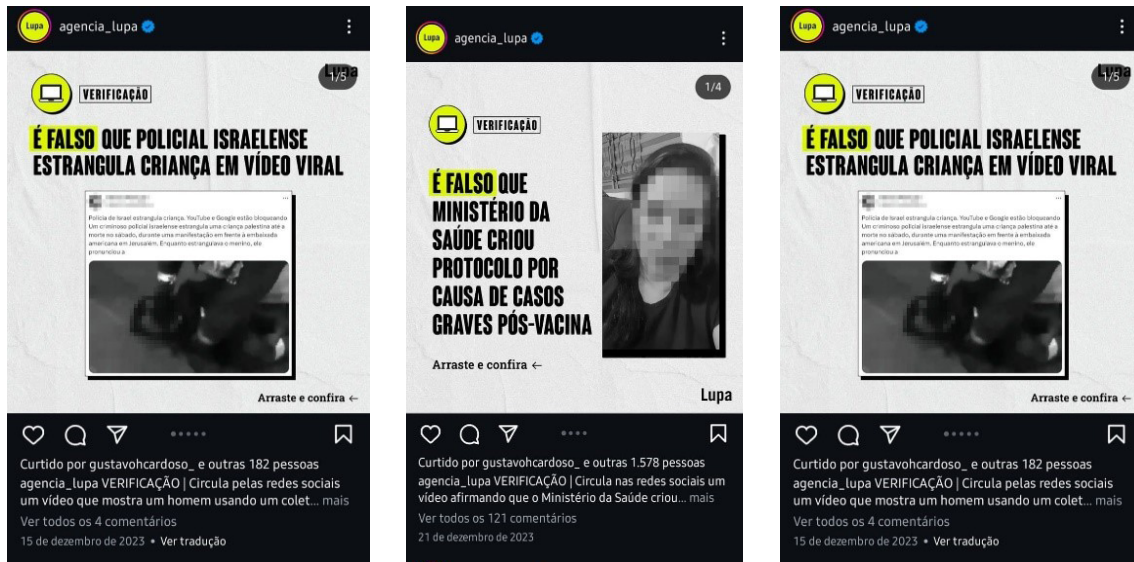
Tipificar um gênero como a checagem de conteúdo tem um caráter marcadamente de política linguística. Trata-se, para além de caracterizá-lo em suas singularidades textuais e discursivas, de uma tentativa de colocá-lo na esteira dos gêneros estudados socialmente por sua importância em tempos de crise na esfera pública, sobretudo no que diz respeito à credibilidade nas informações que circulam nas plataformas de mídia digital. Neste estudo, tomamos as checagens de conteúdo como uma atividade estruturada discursivamente que ajuda a organizar tanto ações instrumentais de verificação dos fatos/acontecimentos noticiados, quanto ações políticas de regulação das mídias e punição dos agentes públicos envolvidos. Acreditamos, com isso, que, quanto mais houver estudos sobre este novo gênero, emergente e emergencial, maior será sua influência na “comunicação não apenas sobre a natureza e a organização da atividade, mas também sobre as relações sociais desenvolvidas” (Bazerman, 2011, p. 141).

O gênero *checagem de conteúdo* acontece como uma metanotícia (notícia da “notícia”) publicada nas mídias digitais a partir de um diálogo responsivo estreito e direto com um enunciado real que circula em um *locus* concreto de realização (plataformas digitais), o qual ganha relevância – em virtude do volume de compartilhamentos e da discussão social que promove – e exerce o poder de orientar a percepção social sobre determinado objeto discursivo. Esta orientação perceptual também é influenciada pelo sistema sociotécnico das plataformas digitais que promove engajamento, modulado por sistemas de algoritmos, em torno de determinados conteúdos fabricados e manipulados, causando no usuário das mídias a sensação, enquanto fenômeno de clusterização, de que aqueles conteúdos são, senão verdadeiros, dignos de crédito e inteligibilidade.

A checagem de conteúdo dialoga especialmente com conteúdos publicizados na forma de notícia jornalística, anúncios políticos, discursos de campanha e manifestos partidários, que se mostram relevantes socialmente para serem examinados – a partir de métodos e instrumentais jornalísticos – e que tenham impacto real na vida dos usuários (como as notícias falsas sobre as vacinas, aquecimento global, guerras, etc.). Segundo a agência de checagem brasileira Lupa (2024), há três critérios que caracterizam a relevância social daquele conteúdo que será examinado por especialistas: 1. *Quem fala?* – checam-se preferencialmente afirmações feitas por personalidades de destaque nacional; 2. *O que fala?* – verificam-se assuntos de interesse público que afetem o maior número de pessoas possível; e 3. *Que barulho faz?* – examinam-se conteúdos recentes que ganharam destaque nas mídias digitais. Essa forma de checagem dos conteúdos tem um caráter coercitivo de auditar enunciados de políticos e outras figuras públicas para que elas sejam responsáveis (e responsabilizados) pela veracidade de suas declarações.

<sup>5</sup> Neste trabalho, preferimos o termo genérico “checagem de conteúdo” a “checagem de fatos” para marcar a predominância de produção de *fake news* criadas, manipuladas e fabricadas nas (e para as) mídias digitais, em detrimento de fatos e eventos que têm materialidade e comprovação na realidade do mundo.

Imagem 1 – Exemplos do gênero checagem de conteúdo presente na agência Lupa



Fonte: Agência Lupa (@agencia\_lupa)

Na Imagem 1, vemos que o gênero checagem de conteúdo emerge como um intercâmbio de enunciados (conteúdo primário falso à metanotícia). Neste intercâmbio responsivo, toda enunciação é considerada uma resposta no modelo de checagem de conteúdo que promove um grande diálogo entre diferentes as vozes sociais que estão imbricada na cadeia de responsividade do gênero. Nessa cadeia, o enunciado da metanotícia tipifica uma estrutura composicional multimodal de etiquetas (verificado), cores (amarelo), legendas ('não tem relação', 'é falso'), e estilística que intercala, na própria postagem, tanto o conteúdo falso (primário) quanto a legenda avaliativa e corretiva do conteúdo (em formato de comentário que vem abaixo da postagem principal). Esta sobreposição de conteúdo forma o gênero *checagem de conteúdo*.

Podemos deduzir pela Imagem 1 que os agentes responsáveis pela verificação dos conteúdos publicizados nas mídias e pela produção do gênero *checagem de conteúdo*, além de terem um importante papel social (democrático e civilizatório), organizam a atividade genérica quando estruturam procedimentos para a produção do gênero. Estes procedimentos modelam o produto discursivo final, o gênero checagem de conteúdo, e se realizam através de muitas e altamente estruturadas atividades discursivas permeadas de papéis e gêneros que dão uma forma familiar, reconhecível e regular a eventos típicos (Bazerman, 2011).

Para descrever o gênero *checagem de conteúdo*, neste estudo nos baseamos na tipologia de Wardle<sup>6</sup> (2020) em sua pesquisa sobre desinformação nas mídias digitais. A autora identificou como principais categorias de desinformação nas plataformas conteúdo fabricado (totalmente falso), conteúdo manipulado (informação ou imagens genuínas manipuladas), conteúdo enganoso (informação enganosa) e contexto falso (conteúdo genuíno com informações falsas). Ao todo, analisamos um total de 467 checagem de conteúdos publicizadas pela Lupa (@agencia\_lupa) no ano de 2023 na sua plataforma *Instagram*. Na próxima seção, apresentaremos os dados e os resultados do estudo.

<sup>6</sup> As categorias de Sátira e Conteúdo Impostor descritas por Wardle (2020) foram levadas em consideração para a entrada no campo de análise, porém elas não tiveram uma quantidade expressiva nas 467 checagens de conteúdo analisadas neste estudo.



#### 4 DESCRIÇÃO E DETALHAMENTO DA PESQUISA A PARTIR DA TIPIFICAÇÃO DOS CONTEÚDOS

Decidimos neste estudo fazer uma pesquisa longitudinal para caracterizarmos o gênero *checagem de conteúdo* em sua formatação tipificada e reconhecida socialmente. Para isso, compilamos todas as 467 checagens de conteúdo disponibilizadas no *Instagram* da agência de checagem Lupa<sup>7</sup> no ano de 2023 (janeiro a dezembro). Primeiramente todas as checagens de conteúdo foram printadas (no primeiro bimestre de 2024<sup>8</sup>), compiladas por publicações nos trimestres e tabuladas (três ciclos de tabela a cada quatro meses). As tabelas foram seccionadas por mês, número dos posts (1 a 467), data de publicação, quantidade de curtidas (engajamento), quantidade de comentários (repercussão), assunto do *post* verificado (legendas), tipo de desinformação (Wardle, 2020).

Na Figura 1, apresentamos como se deu a tabulação do gênero *checagem de conteúdo*. Nelas, apresentamos a legenda do conteúdo verificado na notícia/postagem “original”, que motivou a criação da metanotícia de verificação, a partir dos critérios de relevância social previamente estabelecidos pela agência de checagem. Em seguida, analisamos o tipo de conteúdo e categorizamos como enganoso, manipulado, falso ou fabricado.

Figura 1 – Amostra da tabulação das informações dos gêneros *checagem de conteúdo* selecionados na agência Lupa (mês de abril)

Mês: abril

PRINTSCREEN- POST 01 E 02	DATA DA PUBLICAÇÃO	CURTIDAS	COMENTÁRIOS	ASSUNTO DO POST VERIFICADO	TIPO DE DESINFORMAÇÃO
	28/04/2023	5.166	244	"A informação é FALSA. As imagens compartilhadas mostram três homens diferentes. O corpo que aparece sendo carregado por policiais é o do traficante Wallace Leite Gomes, conhecido como PQD, morto em 18 de abril durante uma operação da Polícia Militar na Cidade de Deus, zona oeste do Rio de Janeiro (Band e G1 divulgaram o caso)."	Conteúdo enganoso: Uso enganoso de informações para enquadrar uma questão ou indivíduo.
	27/04/2023	9.804	564	"Vídeo 1: A informação é FALSA. O vídeo não mostra a recepção de portugueses ao presidente Lula e nem foi gravado em Portugal. Os registros mais antigos encontrados nas redes sociais são de setembro de 2022, durante as eleições presidenciais. Vídeo 2: A informação é FALSA. O vídeo foi manipulado para inserir os gritos de 'não vai ter picanha' no momento em que Lula sai do avião presidencial e é recepcionado em Portugal."	Conteúdo manipulado: Quando informações genuínas ou imagens são manipuladas para enganar.

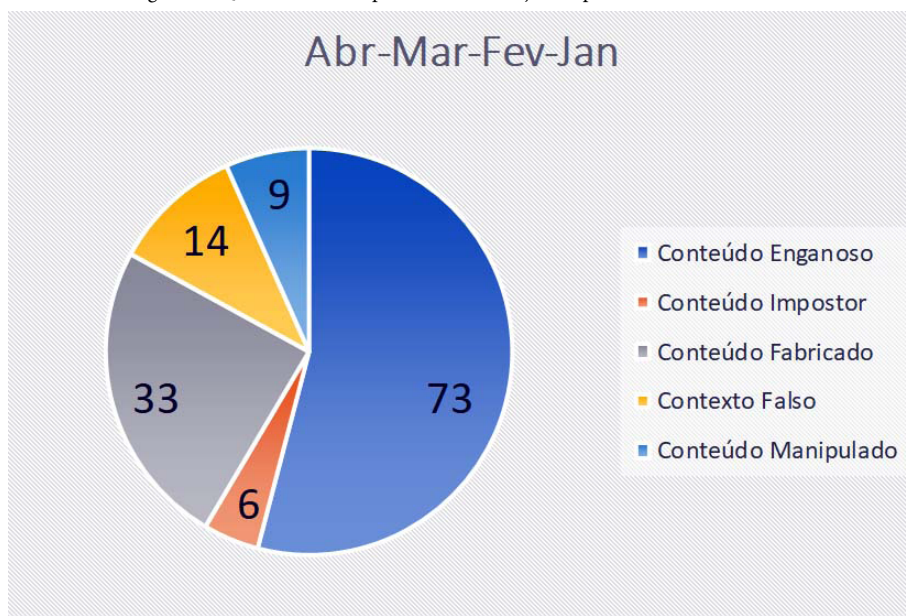
Fonte: Elaborado pelos autores

<sup>7</sup> Uma das maiores agência de verificação de conteúdo do Brasil, trata-se de uma agência de notícias especializada em fact-checking cuja missão é estimular o debate público e promover a conscientização sobre os riscos da desinformação. Disponível em: <<https://lupa.uol.com.br/institucional>>. Acesso em: 20 de ago. 2024.

<sup>8</sup> Este estudo faz parte do Projeto de iniciação científica “Letramento Digital Crítico no Combate à infodemia, à desinformação e ao negacionismo” da Universidade Estadual do Ceará, campus Feclesc, com apoio do CNPq.

Depois do processo de tabulação, descrição, legenda e análise dos conteúdos, dividimos as checagens em grupos de cada quatro meses. No primeiro grupo, de janeiro a abril de 2023, compilamos um total de 135 checagens de conteúdo publicadas no *Instagram* da agência Lupa (46 em janeiro, 29 em fevereiro, 28 em março e 32 em abril). Como pode ser visto na Imagem 2 mais abaixo, destas 135, 73 checagens de conteúdo são metanotícias de conteúdos enganosos e 33 de conteúdos fabricados. Em nossa análise temática, vimos que os principais assuntos das *fake news* verificadas nestes período foram a) protestos falsos contra o governo Lula; b) notícias sobre o Ministro da Educação, Camilo Santana; c) associação da vacina bivalente da Covid-19 à causa de mal súbitos; d) associação do Presidente da República aos atos golpista do dia 8 de janeiro; e) fraude nas eleições para presidente do Senado; f) associação de Flavio Dino e a Primeira Dama, Janja, a traficantes; e g) difamação do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MTS).

Imagem 2 – Quantitativo do tipo de desinformação do primeiro trimestre de 2023



Fonte: Elaborado pelos autores

Nos meses de maio a agosto, compilamos 159 checagens de conteúdo (39 em maio, 34 em junho, 43 em julho e 43 em agosto). Os principais assuntos das notícias continuam sendo sobre o governo Lula e a vacina da Covid-19 associada à causa de outras doenças. Temáticas novas também apareceram, como fraude nas eleições presidenciais de 2022, conteúdo sobre ministro do STF, Alexandre de Moraes, e golpes nos dados de pessoas. No último terço do ano de 2023 (setembro a dezembro), foram verificadas 173 *fake news* (51 em setembro, 55 em outubro, 33 em novembro e 34 em dezembro). Durante esses quatro meses, os conteúdos primários mais verificados continuam tendo relação com a disseminação de desinformação sobre casos graves de doenças pós-vacina, sobretudo acerca da eficácia de determinadas vacinas, ataques a Flávio Dino e sua indicação ao STF, veracidade das eleições de 2022, além do conflito entre Israel e Hamas, com inúmeros conteúdos que associam o presidente Lula ao Hamas. Neste período, muitas checagens trazem como conteúdo falso o governo sendo culpabilizado pela abertura de barragens no Rio Grande do Sul.

Ao final do estudo, constatamos que conteúdos enganosos (46% no total de 216 publicações verificadas) e fabricados (25% no total de 116 publicações) são os conteúdos que geraram mais o gênero checagem de conteúdo como metanotícia no ano de 2023 pela agência Lupa, seguidos de conteúdo falso (15% no total de 68 publicações) e de conteúdos manipulados (9% no total de 40 publicações). As principais temáticas das *fake news* estão associados ao presente governo do presidente Luiz Inácio Lula e a utilização das vacinas da Covid-19.

A partir destes dados de pesquisa, afirmamos que as categorias de desinformação descritas por Wardle (2020), bem como as escolhas temáticas e composicionais (multimodais) das metanotícias – determinadas por situações tecnopolíticas concretas –, sugerem vínculos estético-semântico como atividade responsiva e determinam as especificidades do gênero *checagem de conteúdo* no campo da comunicação discursiva das plataformas de mídia digital. Vimos que o gênero *checagem de conteúdo* possui formas relativamente estáveis e típicas na construção do todo (Bakhtin, 2011), que organizam e moldam o discurso nas plataformas. Logo, a atividade responsiva como as dos verificadores de conteúdo – que buscam fontes primárias, documentais, científicas, curadas por especialistas para produzir o gênero checagem de conteúdo – podem ser tipificadas no processo de produção e de divulgação de conhecimento acadêmico e escolar, por exemplo, de modo a se estabelecer uma prática de curadoria social interessada no letramento crítico e na educação midiática dos indivíduos.

## CONCLUSÃO

A análise da *checagem de conteúdo* revela um gênero discursivo emergente, impulsionado pela crise dos sistemas de peritos tradicionais e pela proliferação da desinformação nas plataformas digitais. Neste caso, a *checagem de conteúdo* atua como uma metanotícia, respondendo à desinformação por meio da refutação e correção de fatos. A ascensão da inteligência artificial (IA), nesse contexto, introduz novas dinâmicas, com modelos (a exemplo, o FakeFlow e o EmoCred), explorando o fluxo de informações afetivas para detectar conteúdo fraudulento. A IA, ao analisar padrões linguísticos e traços de personalidade, redefine a produção e o consumo de notícias, desafiando a credibilidade das fontes tradicionais, sobretudo devido ao padrão estrutural linguístico das *fake news* ou mesmo graças ao banco de dados a que recorre para a busca de fontes peritas dos sistemas pré-digitais (a academia, os periódicos científicos, a imprensa *mainstream* etc.). Neste ponto, talvez resida uma questão interessante que diz respeito justamente aos bancos de dados com que a IA generativa tem sido alimentada, o que se torna diferencial para compreender em que medida a checagem de conteúdo é segura (se tomarmos como seguras essas fontes dos antigos sistemas de peritos) ou se alucina.

O fato é que a *checagem de conteúdo*, embora não seja uma novidade no campo das comunicações sociais, adquire novas dimensões na era digital. A prática discursiva de rotular informações verificadas, aliada à crescente utilização da IA, redefine a relação entre produtores e consumidores de notícias. A comunidade discursiva, antes centrada em peritos tradicionais, expande-se para incluir modelos de IA que analisam dados afetivos e padrões linguísticos que coordenem ações de veracidade ou credibilidade de informação no campo digital. Essa transformação exige uma reflexão crítica sobre a credibilidade das fontes e a necessidade de regulamentação das mídias digitais, assim como aponta para as

limitações de treinamento e de interpretação de comandos complexos e para dados de treinamentos já contaminados com informações fraudulentas e com fontes não tratadas por crivos de credibilidade informacional.

Como uma demanda social emergente de combate a práticas de divulgação de conteúdos falsos, as atividades dos especialistas checadores dos conteúdos, neste caso, passam a ser centrais, pois, além de não confiar estritamente aos *chatbots* das IA, regularizam e estruturam os procedimentos de seleção das informações verificáveis ao eleger documentos, sites oficiais, institutos de pesquisa e organizações acadêmico-científica como agências que legitimam conteúdos socialmente compartilhados. Também a escolha por campos discursivos (político, econômico ou educacional) e o método de verificação (preferência por dados históricos, estatísticos, comparações e informações relativas à legalidade ou constitucionalidade de um evento) modelam a atividade responsiva da checagem dos conteúdos.

Nesse sentido, partindo da compreensão de Swales (1990) e Bakhtin (2011) sobre gêneros discursivos, enquanto estruturas adaptáveis, relativamente estáveis, moldadas pelas transformações sociais e tecnológicas das comunidades onde circulam e se acomodam, é que concebemos a *checagem de conteúdo como gênero discursivo*. Isso se explica em virtude de sua vinculação não apenas a propósitos comunicativos específicos, mas sobretudo a uma comunidade discursiva cuja complexidade envolve uma atitude responsiva performática (refuta, corrige e vericondiciona um fato social mistificado por uma *fake news*), pragmática (exige o reconhecimento do jogo interdiscursivo de que o gênero participa, na desmistificação de *fake news* prévias, e dos sujeitos envolvidos e “clusterizados” na recepção destas) e linguístico-discursiva (tipifica uma forma própria de textualização, ao criar um gênero de metanotícia de verificação por meio da checagem e da denegação de *fake news*).

As comunidades discursivas, ao se adaptarem a novos contextos, contribuem para a dinâmica evolutiva dos gêneros. Além disso, a infraestrutura sociotécnica de que a checagem de conteúdo faz parte influencia a forma como esse gênero se manifesta, resultando em variações temáticas evidentes, mas estabilizando, de modo relativo, características textual-discursivas específicas para a participação da comunidade discursiva. Apesar da flexibilidade inerente a todo gênero textual, essa estabilização relativa condiciona a convenções linguísticas estabelecidas, garantindo tanto a identidade e a funcionalidade do gênero, quanto a circulação de informação entre os interactantes e a participação da comunidade discursiva.

Por essa razão, compreendemos a *checagem de conteúdo como gênero discursivo*, na medida em que é um constructo sociocultural que se caracteriza por sua organização interna, propósito comunicativo e adequação a contextos específicos, revelando a existência de uma comunidade de participantes que partilham propósitos comunicativos, experiência discursiva e atitudes responsivas. Esse gênero, assim, responde ao contexto de desordem informacional estabelecido pela indústria de *fake news*, que confunde os leitores, descredita o discurso científico, a legitimidade de reportagens jornalísticas e os fatos empíricos, causando um ambiente discursivo de desconfiança na validade dos conteúdos apresentados e uma crise no sistema de peritos.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Júlio. *Constelação de gêneros: a construção de um conceito*. 1. ed. São Paulo: Parábola Editora, 2021.
- BAKHTIN, Mikhail Mikhailovich. *Estética da criação verbal*. Introdução e tradução do russo de Paulo Bezerra. Prefácio à edição francesa de Tzvetan Todorov. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2011.
- BAZERMAN, Charles. *Gêneros Textuais, Tipificação e Interação*. 4ª. ed. Organização de Ângela Paiva Dionísio e Judith Chambliss Hoffnagel. Revisão técnica de Ana Regina Vieira *et al.* São Paulo: Cortez Editora, 2011.
- BRUNS, Axel. Towards produsage: Futures for user-led content production. In: *Proceedings: Cultural Attitudes towards Communication and Technology*, Murdoch University, Perth, 2006, p. 275-284. Disponível em: <[https://produsage.org/files/12132812018\\_towards\\_produsage\\_0.pdf](https://produsage.org/files/12132812018_towards_produsage_0.pdf)>. Acesso em: 20 ago. 2024.
- CESARINO, Leticia. Pós-verdade e a crise do sistema de peritos: uma explicação cibernética. *Ilha Revista de Antropologia*, Florianópolis, v. 23, n. 1, p. 73-96, 2021. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/75630>>. Acesso em: 24 ago. 2024.
- \_\_\_\_\_. *O mundo do avesso*. Verdade e política na era digital. São Paulo: Ubu Editora, 2022.
- CHUN, Wendy Hui Kyong. *Discriminating data: correlation, neighborhoods, and the new politics of recognition*. mathematical illustrations by Alex Barnett. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2021.
- FISHER, Max. *A máquina do caos: como as redes sociais reprogramam a nossa mente e o nosso mundo*. São Paulo: Todavia, 2023.
- GAVER, William W. Technology affordances. In: *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems Reaching through technology*. New Orleans, Louisiana, April 28 - May 2, 1991, ACM, New York, p. 79-84. Disponível em: <<https://www.lri.fr/~mbl/Stanford/CS477/papers/Gaver-CHI1991.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2024.
- GHANEM, Bilal *et al.* An emotional analysis of false information in social media and news articles. *ACM Transactions on Internet Technology (TOIT)*, v. 20, n. 2, p. 1-18, 2020.
- GHANEM, Bilal *et al.* Fakeflow: Fake news detection by modeling the flow of affective information. In: *Proceedings of the 16th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics*, p. 679-689, 19-23 abril, 2021. Disponível em: <<https://aclanthology.org/2021.eacl-main.56.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2025.
- GIACHANOU, Anastasia *et al.* The role of personality and linguistic patterns in discriminating between fake news spreaders and fact checkers. In: *Natural Language Processing and Information Systems: 25th International Conference on Applications of Natural Language to Information Systems, NLDB 2020, Saarbrücken, Germany, Proceedings 25. Springer International Publishing*, 2020. p. 181-192.
- GIACHANOU, Anastasia *et al.* The impact of emotional signals on credibility assessment. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, v. 72, n. 9, p. 1117-1132, 2021.
- GRAY, Jonathan; BOUNEGRU, Liliana; VENTURINI, Tommaso. 'Fake news' as infrastructural uncanny. *New media & Society*, vol. 22(2), 2020, p. 317-341. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1461444819856912>>. Acesso em: 24 ago. 2024.
- HAN, Byung-Chul. *No exname: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes, 2018.
- HISSA, Débora Liberato Arruda. Desmediatização, infodemia e fake news na cultura digital. *Scripta*, v. 25, n. 54, p. 40-67, 2021.
- \_\_\_\_\_; ARAÚJO, Nukácia. Infodemia na sociedade do desempenho: entre o mural panfletário e o panóptico digital. *Revista Brasileira de Linguística Aplicada*, v. 21, n. 4, p. 1011-1035, 2021.
- LATERZA, Vito. Could Cambridge Analytica Have Delivered Donald Trump's 2016 Presidential Victory? An Anthropologist's Look at Big Data and Political Campaigning. *Public Anthropologist*, v. 3, n. 1, 2021, pp. 119-47. Disponível em:

<[https://brill.com/view/journals/puan/3/1/article-p119\\_119.xml?ebody=pdf-117260](https://brill.com/view/journals/puan/3/1/article-p119_119.xml?ebody=pdf-117260)>. Acesso em: 24 ago. 2024.

LATOURE, Bruno; WOOLGAR, Steve. *A vida de laboratório: a produção dos fatos científicos*. Tradução de Angela Ramalho Vianna. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1997.

LEGROSKI, Marina Chiara. O gênero textual *fake news*. *Muitas Vozes*, Ponta Grossa, v. 9, n.1, p. 328-340, 2020.

LEMBKE, Anna. *Nação dopamina: por que o excesso de prazer está nos deixando infelizes e o que podemos fazer para mudar*. Tradução de Elisa Nazarian. São Paulo: Vestígio, 2022.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Plataformização. *Revista Fronteiras*, v. 22, n. 1, 2020.

SAKKETOU, Flora *et al.* Factoid: A new dataset for identifying misinformation spreaders and political bias. In: *Proceedings of the 13th Conference on Language Resources and Evaluation (LREC 2022)*, p. 3231–3241 Marseille, 20-25 junho 2022. Disponível em: <<http://www.lrec-conf.org/proceedings/lrec2022/pdf/2022.lrec-1.345.pdf>>. Acesso em: 26 mar. 2025.

SEIBT, Taís. *Jornalismo de verificação como tipo ideal: a prática de fact-checking no Brasil*. 265 f. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Porto Alegre, 2019.

SWALES, John M. *Genre analysis*. English in academic and research settings. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

\_\_\_\_\_. Re-thinking genre: another look at discourse community effects. In: *Re-thinking Genre Colloquium*. Ottawa: Carleton University, 1992.

WARDLE, Claire. *Entender a desordem informacional*. Guia essencial da First Draft. 2ª. ed. Nova York: Frist Draft, 2020. Disponível em: <[https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW\\_PTBR.pdf?x76851](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2020/07/Information_Disorder_Digital_AW_PTBR.pdf?x76851)>. Acesso em: 24 jun. 2024.

WOLF, Maryanne. *O cérebro no mundo digital: os desafios da leitura na nossa era*. São Paulo: Contexto, 2019.