

FANESE - FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS DE SERGIPE
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO
MBA EM MARKETING, COMUNICAÇÃO INTEGRADA E ASSESSORIA

CAROLINA DE ASSIS FONTES LEITE

FAKE NEWS: Uma ameaça à credibilidade jornalística

Aracaju - SE
Agosto / 2018

Carolina de Assis Fontes Leite

FAKE NEWS: Uma ameaça à credibilidade jornalística

Artigo apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação e Extensão, em cumprimento ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para obtenção do grau de MBA em Marketing, Comunicação Integrada e Assessoria.

Avaliador(a): Prof^a. Menilson Menezes Filho

Coordenador do curso: Prof. Allan Alberto Oliveira

Aracaju - SE
Agosto / 2018

CAROLINA DE ASSIS FONTES LEITE

FAKE NEWS: Uma ameaça à credibilidade jornalística

Artigo apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação e Extensão, em cumprimento ao Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) para obtenção do grau de MBA em Marketing, Comunicação Integrada e Assessoria.

Aprovado (a) com média: _____

Aracaju (SE), ____ de _____ de 2018.

Professor(a) Avaliador(a)

Coordenador(a) do curso

Aluno(a)

A Deus, que me deu forças para enfrentar 41 sábados (que poderiam ser de descanso) para chegar até aqui e foi criativo em todo tempo, a cada trabalho entregue. Que Ele sempre me guie em caminhos de crescimento pessoal e profissional. Aos meus pais, familiares, amigos e colegas de trabalho, que contribuíram imensamente, cada um da sua forma, para que eu concluísse essa especialização.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS

LISTA DE IMAGENS

RESUMO

ABSTRACT

1. INTRODUÇÃO.....	01
2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	03
3. O RISCO.....	04
3.1. A Batalha pela Verdade.....	06
3.2. Em busca da credibilidade.....	09
3.3. Determinações legislativas.....	10
4. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	11
4.1. Disseminação local.....	13
5. CONCLUSÃO.....	14

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

APÊNDICE

DADOS DA AUTORA

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Indicadores pesquisados.....03

Tabela 2 - Profissionais entrevistados.....11

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Comparação entre o Folha de S.Paulo e o Folha do Poder.....07

Figura 2 - Marca do projeto Fato ou Fake do G1.....09

Figura 3 - Notícia falsa com layout do Portal Infonet.....14

RESUMO

As fake news estão tendo um espaço cada vez maior no mundo virtual, mostrando o grande poder tecnológico que a humanidade alcançou e, ao mesmo tempo, gerando graves consequências devido à propagação de notícias inverídicas por motivos escusos. O objetivo deste artigo é mostrar de que forma a grande disseminação das fake news afetam a credibilidade jornalística, que tem a verdade como principal fundamento.

Palavras-chave: fake news; jornalismo; credibilidade; verdade.

ABSTRACT

The Fake News are having an increasing space in the virtual world, showing the great technological power that humanity has achieved and, at the same time, causing serious consequences due to the spreading of untrue news through unreliable means. The aim of this article is to show how the great spreading of Fake News has been affected the journalistic credibility, whose the main objective is the truth.

Key words: fake news, journalism, credibility, veracity.

1. INTRODUÇÃO

Traduzido para o português, o termo “fake news” significa notícias falsas, conforme o Cambridge Dictionary Online. Porém, a sua interpretação pode ir mais longe do que uma simples tradução. As fake news, como estão popularmente conhecidas, podem significar uma grande ameaça para o jornalismo e à vida de muitas pessoas. Elas chegaram devagar no mundo da comunicação, foram até levadas na brincadeira em algumas circunstâncias, nenhuma providência foi tomada, o tempo foi passando e se tornaram um grande mercado rentável.

A principal característica das fake news é apresentar particularidades de uma notícia verídica. Através desses detalhes, a mentira é mascarada e ganha força com poder de viralizar. Outro ponto a ser ressaltado é o ambiente habitual de uma fake news: a internet. Devido a não exigência de comprovação de veracidade do material publicado e livre acesso a todos, a web se tornou o espaço para proliferação dessas informações.

Outra grande característica é o cunho emotivo, opinativo ou sensacionalista que normalmente pesa sobre a informação falsa compartilhada. Majoritariamente, essas notícias, se é que assim que podem ser realmente chamadas, são aquelas que chocam o leitor, causam algum tipo de reação ou podem, de alguma forma, influenciá-lo diretamente.

Na internet, são várias as formas para essa propagação, desde sites exclusivos e especializados nesse tipo de produção, às redes sociais, como Facebook, Instagram e WhatsApp, que são alimentados por pessoas comuns, que não necessitam de nenhuma profissionalização para tal. Para a sua disseminação, estão montadas grandes estruturas de produção e divulgação das notícias falsas, produzidas a partir de intenções específicas, através de grandes aparatos tecnológicos.

Mesmo assim, engana-se quem pensa que as fake news é uma prática contemporânea. Em entrevista concedida ao repórter Fábio Victor, do jornal Folha de São Paulo, o historiador estadunidense Robert Darnton explicou que, as fake news que vemos hoje como novidade, sempre existiram. Uma das circunstâncias, segundo ele, ocorrera em Londres, na Inglaterra, ainda no século XVI.

Na Londres de 1770 havia os chamados “homem-parágrafo”, que recolhiam fofocas e as redigiam em um único parágrafo em pedacinhos de papel e

vendiam para impressores/editores, que as imprimia em forma de pequenas reportagens muitas vezes difamatórias. Então você tinha esse tipo de fake news - eram como tuítes ou posts do Facebook - circulando por toda parte em Paris e em Londres às vésperas da Revolução Francesa e em boa parte do século 18 (DARNTON, 2018).

A diferença é que, nos últimos anos, as notícias falsas ganharam essa nomenclatura popular e passaram a ter uma proporção incontável e graves consequências, influenciando diretamente a prática jornalística, no que se refere à veracidade e à credibilidade. Se a credibilidade é o fator que faz com que a notícia seja notícia, sem ela, o profissional do jornalismo não conseguirá cumprir completamente o seu papel na divulgação da notícia, que precisa alcançar e informar o seu público de forma confiável.

A liberdade para qualquer pessoa publicar informações se tornou um grande desafio para os jornalistas da atualidade e, diante desse processo advindo com a grande evolução tecnológica, o dever do jornalista de apurar, checar e informar, se torna cada vez mais importante para os cidadãos. Afinal, “o compromisso fundamental do jornalista é com a verdade dos fatos, e seu trabalho se pauta pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação”, conforme está disposto no artigo 4º do capítulo II do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.

Além disso, de acordo com a Pesquisa Anual de Credibilidade e Confiança Edelman Trust Barometer 2018 divulgada pela empresa global de relações públicas Edelman, houve uma queda generalizada de confiança na mídia. Os dados mostram que a mídia tradicional caiu 57% e a mídia social, 41%. Ao investigar esses dados, a empresa concluiu que o motivo central da queda é a proliferação de notícias falsas ou distorcidas. Afinal, a pesquisa apontou que 58% dos brasileiros não sabem diferenciar o que é verdade do que é mentira e 75% têm medo de que as fake news sejam usadas como armas.

Esse trabalho de pesquisa se deve à vontade de estimular uma reflexão da situação, que pode ser mais complexa do que se imagina. Afinal, diversas autoridades, grandes aparatos tecnológicos, alto investimento financeiro e de pessoal estão em questão para a disseminação das fake news.

2. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa foi desenvolvida a partir de métodos quali-quantitativos para poder alcançar o levantamento das informações necessárias. Na análise qualitativa, o presente trabalho buscou, através de estudiosos da área, apresentar as características e abrangência das fake news, o nível que estão influenciando o cenário jornalístico, corroborar a importância da credibilidade para o exercício da profissão, assim como, quais estão sendo as consequências geradas por elas. Como forma de melhorar a compreensão, também buscou-se contextualização e apontamento de um breve histórico.

Já na análise quantitativa, as hipóteses foram validadas com números indicadores de instituições de pesquisa internacionais, disponibilizadas online, que já estão conseguindo quantificar a queda da confiança do público e números de propagação da notícia, conforme a tabela abaixo.

Tabela 1 - Indicadores pesquisados

Indicador	Fonte
Confiança nas mídias atuais	Edelman Trust Barometer 2018
Diferenciação das notícias	
Medo das fake news	
Credibilidade das notícias	
Amplificadores de notícias	
Circulação das fake news	Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT)

Fonte: Elaborada pela autora.

Para complementação das informações e conseguir assimilar o nicho em que estamos inseridos e mais próximos, também foram realizadas pesquisas no formato de entrevistas semi-estruturadas, abertas e presenciais com três profissionais da área de jornalismo, que atuam em funções superiores para produção de notícias em Sergipe. O contato com os entrevistados foi feito através dos veículos, por telefone, agendando um momento para a abordagem. Durante a sua realização, todas as entrevistas foram gravadas em áudio e estão transcritas na íntegra nos apêndices deste material. O objetivo das entrevistas (apêndice) foi

compreender a realidade enfrentada por amostragem de alguns dos mais lidos veículos de informação do Estado.

Apresentará também casos como exemplo de ameaça e graves consequências das fake news através de um resgate histórico não tão distante. Nesse caso de pesquisa, a observação informal é de grande valor e será utilizada, afinal, o objeto de estudos está presente no cotidiano de todos que se utilizam do ambiente virtual, inclusive, está presente na vivência desta pesquisadora.

3. O RISCO

A ameaça que as fakes news oferecem pode ter uma consequência maior do que o imaginável. Elas afetam fatores imprescindíveis para a prática jornalística, como a veracidade e a credibilidade. O público passa a não saber em quem confiar para se manter informado e põe em suspeita os profissionais que cumprem com o seu papel profissional exemplarmente.

Essa tendência não significa dizer que os jornalistas estão perdendo seus princípios éticos, mas que pessoas comuns estão chegando à frente dos profissionais, colocando em dúvida a credibilidade do seu trabalho. É por isso que Carolina Pina (2017, p; 42) afirma que “diante do surgimento de novos tipos de notícias, que não cumprem os padrões mínimos de veracidade, devemos enfatizar o papel do jornalismo autêntico – devidamente adaptado aos novos contextos tecnológicos –, como uma espécie de cão de guarda da democracia”.

Com o surgimento das fake news, notícias com versões distorcidas chegam primeiramente ao conhecimento público. Elas não exigem nenhum tipo de apuração. No caso dos profissionais do jornalismo, em uma época de notícias instantâneas, o tempo utilizado em uma checagem de informação pode ser muito para que o verdadeiro relato seja divulgado antes do conhecimento público das notícias falsas.

O jornalista Lucas Souza Dorta explica, em artigo publicado no site do Observatório da Imprensa, que a mídia está cada vez mais presente na vida das pessoas e isso não trouxe apenas pontos positivos.

A exigência da instantaneidade leva a uma apuração nem sempre com qualidade, o excesso de informação está deixando a sociedade confusa pelo fato de ter aumentado a divulgação de notícias falsas. (...) Se por um lado isso deixa o consumidor da notícia informado de forma mais rápida sobre determinado fato ou serviço, por outro a apuração pode ser mal feita e

acontecer uma divulgação de notícia que não seja verdadeira (DORTA, 2017, ed. 938).

O que mais sofre com tudo isso é o produto do jornalismo: a credibilidade. Saber em qual notícia acreditar se torna um desafio para os cidadãos, assim como, é complexo para um veículo de comunicação alcançar esse reconhecimento do público. A jornalista e professora universitária espanhola, Myriam Redondo, ressalta a proporção e gravidade da situação:

A credibilidade dos meios de comunicação está menor do que nunca e chegou-se a escrever seu obituário diante da pujança das redes sociais. (...) A credibilidade é, portanto, uma batalha de todos: das plataformas novas e das antigas, e a verificação sistemática (analógica e digital) pode ser o sinal de qualidade que permite que, em ambos os casos, seja possível distinguir o verdadeiro jornalismo e se reconectar com as audiências (REDONDO, 2017, p. 52).

É preciso uma luta constante dos profissionais em busca de realizar as suas apurações corretamente, sem fugir dos critérios básicos de noticiabilidade, para que, com o tempo, a confiança do público seja retomada e fidelizada. Ao mesmo tempo, é preciso ação conjunta dos cidadãos comuns, jornalistas, veículos de comunicação, plataformas de pesquisas, redes sociais e, até mesmo, do judiciário, contra a produção e propagação de fake news.

É claro que, nesse caso, a cautela para não atingir a liberdade de expressão alcançada ao longo dos anos é fundamental nesse processo. Mas, é preciso atenção para a impunidade e a falta de controle do que está sendo propagado, que pode colocar em risco o futuro do jornalismo.

De acordo com Procurador de Justiça do Ministério Público do Estado de São Paulo e professor da faculdade de Direito da Universidade de São Paulo (USP), Ronaldo Porto Macedo Junior, o Brasil já debate essa questão, mas possui sugestões pouco democráticas, que impõem algum tipo de censura ou dever de falar a verdade, podendo representar uma nova ameaça ao ainda pouco consolidado pensamento nacional sobre a liberdade de expressão.

A proteção de ideias e opiniões fazem parte do caso central no qual a liberdade de expressão é mais valiosa e merece ser protegida. É por este

motivo que mesmo nos EUA, famoso pela forma extrema com que acolhe a liberdade de expressão, se reconhece o dever dos jornalistas de investigar zelosamente uma informação factual antes de divulgá-la. Já a *opinião* jornalística é mais amplamente protegida (JUNIOR, 2017).

3.1. A Batalha pela Verdade

Após 18 anos de pesquisas de confiança e credibilidade, o Edelman Trust Barometer 2018 intitulou os resultados deste ano como “A Batalha pela Verdade”. Isso se deve aos dados obtidos em entrevistas online de 25 minutos feitas entre 28 de outubro a 20 de novembro de 2017. O levantamento do Trust Barometer 2018 foi realizado com 33 mil pessoas em 28 países e concluiu informações críticas sobre a atual realidade.

De acordo com o que foi coletado, há uma grande incerteza entre o que são notícias reais e falsas devido a grande quantidade de fake news que circulam. Tanto que 67% das pessoas comuns não sabem distinguir o bom jornalismo de boatos ou mentira e 64% afirma que está ficando cada vez mais difícil saber se uma matéria foi produzida por um veículo de imprensa respeitado.

Um dos fatores que contribui para isso é a similaridade encontrada nos layouts dos sites, comumente idealizado de forma proposital e que, com isso, facilmente enganam os leitores. “Os sites que divulgam notícia falsa, na maioria das vezes, são criados com uma aparência e nome que remetem a veículos tradicionais. Os boatos do século XXI estão mais robustos, contem imagem, relatos e informações de supostas fontes oficiais” (SOUZA et al, 2018, p.8).

Um exemplo disso é o caso do site Folha do Poder, que costuma publicar boatos. O layout é similar ao jornal Folha de S. Paulo, desde as cores e estrelas sob a marca, às fontes tipográficas utilizadas. Em 2017, o site chegou a publicar uma notícia falsa envolvendo o deputado federal Tiririca (PR-SP), em que ele supostamente fazia declarações críticas sobre a política no Brasil, se referindo às eleições 2018. Uma notícia semelhante havia sido publicada no jornal dias antes e teve as informações deturpadas pelo Folha do Poder. Devido a isso, a assessoria de imprensa do deputado buscou esclarecer os fatos, que tiveram repercussão em outros veículos de comunicação.

Figura 1 - Comparação entre o Folha de S.Paulo e o Folha do Poder.



Imagem: Montagem produzida pela autora¹

Além disso, mais um dado alarmante do Trust Barometer 2018 para a credibilidade da notícia, é que 71% das pessoas acham que os veículos de imprensa sacrificam a exatidão para serem os primeiros a darem uma notícia. A porcentagem comprova que o público, assim como inúmeros estudiosos da área de comunicação, também compreende os riscos da instantaneidade da notícia.

Essa corrida frenética pelo grande volume de informação, influenciada diretamente pelo imperativo da velocidade, aparece no webjornalismo de maneira determinante, fazendo com que os grandes portais publiquem mais e mais notícias sem que o ciclo natural da prática profissional seja respeitado. (...) essa disputa pela publicação mais rápida e por publicar o maior volume de conteúdos, impacta em conceitos como o valor-notícia, que parece ter se deslocado do universo da credibilidade para o universo da velocidade. A notícia mais valorosa não é mais aquela com alto valor de credibilidade, mas sim aquela publicada primeiro, capaz de ser pulverizada rapidamente na rede, aumentando o número de visualizações nas páginas, fazendo com que a roda do negócio digital gire, obviamente, cada vez mais rápido. Esse aspecto

¹ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2017/10/1930044-tiririca-diz-que-nao-disputara-reeleicao-em-2018.shtml> e <https://folhadopoder.com.br/tiririca-faz-revelacao-chocante-sobre-as-eleicoes-2018/>. Acesso em ago. 2018.

é bastante importante quando se analisa o fazer jornalístico no ambiente digital, pois a credibilidade é característica intrínseca do jornalismo. Ao se afastar dela, o profissional pode estar criando uma nova modalidade, que parece desconhecer as regras clássicas da profissão. Além disso, a pressa em contemplar a informação pode trazer prejuízos à própria credibilidade da informação e também na sua exatidão (ASSUNÇÃO e EHRENBURG, 2015, p. 57 e 58).

Esse risco se torna ainda mais grave por estarmos em uma época onde, ainda de acordo com a Trust Barometer 2018, 38% das pessoas são consideradas amplificadoras de notícias, ou seja, elas compartilham ou postam conteúdo várias vezes por mês. Facilmente, essas notícias que não foram apuradas corretamente serão disseminadas por essas pessoas, simplesmente pela pressa da divulgação.

Quando nos deparamos com dados de um estudo realizado pelos pesquisadores Soroush Vosoughi, Deb Roy e Sinan Aral, do Instituto de Tecnologia de Massachusetts, constatamos o nível dessa propagação. De acordo com os estudiosos, os humanos são mais suscetíveis a divulgar notícias falsas do que robôs, que estão sendo utilizados em larga escala para este fim. Isso significa que o perigo não está apenas na alta tecnologia que temos ao nosso alcance, mas no filtro pessoal de cada um.

A análise de 126 mil mensagens divulgadas na rede social Twitter entre 2006 e 2017, que não envolveram apenas notícias jornalísticas, demonstraram que as notícias consideradas falsas se espalham mais facilmente na internet do que textos verdadeiros por terem 70% mais chances de ser retransmitida do que uma verdadeira.

Uma explicação apresentada no estudo seria a novidade das mensagens. As publicações falsas mais compartilhadas eram mais recentes do que as verdadeiras. Outra motivação destacada pelos autores foi a reação emocional provocada pelas mensagens. Analisando uma amostra de tuítes, perceberam que elas geravam mais sentimentos de surpresa e desgosto, enquanto os conteúdos verdadeiros inspiravam tristeza e confiança (VALENTE, 2018).

Conforme citado anteriormente neste trabalho de pesquisa, 75% têm medo de que as fake news sejam usadas como armas. Após o resultado das eleições norte-americanas de 2016, com a vitória do presidente Donald Trump, esse dado não deve nos parecer

surpreendente. Ficou claro na grande mídia o forte uso de fakes news em favor do candidato, sendo compartilhadas principalmente, nas redes sociais.

Diante dessas informações e como forma de proteger a população brasileira desse temor, a Polícia Federal formou um grupo especial para combater as fake news durante o processo eleitoral do Brasil em 2018. Com o objetivo de inibir, identificar e punir autores de fake news, contra ou a favor dos candidatos, o grupo irá trabalhar em conjunto com técnicos do Tribunal Superior Eleitoral (TSE) e Procuradoria Geral da República (PGR).

No campo jurídico e legislativo, a discussão sobre a criminalização e sanções para quem cria ou divulga notícia falsa também tem gerado polêmica. O código eleitoral já prevê detenção de dois meses a um ano para quem dissemina informações falsas. No Congresso Nacional há pelo menos oito projetos para combater as fake news sendo analisados, e em março foi criada uma comissão no Conselho de Comunicação Social para analisar e prestar consultoria para essas tramitações (ALMEIDA, 2018).

3.2. Em busca da credibilidade

O combate às fakes news também está tendo a contribuição efetiva da imprensa. A possibilidade de errar está assustando e incentivando a ter uma maior cautela na divulgação das informações. Como exemplo, desde o início de agosto de 2018, o portal de notícias conhecido nacionalmente, G1, passou a colocar em prática o projeto Fato ou Fake, com o objetivo de alertar a respeito de conteúdos duvidosos disseminados na internet. Equipes do O Globo, Extra, Época, Valor, CBN, GloboNews e TV Globo também compõem a empreitada de apuração coletiva.

Figura 2 - Marca do projeto Fato ou Fake do G1



Fonte: G1 (2018)

Através desses profissionais, a proposta é realizar um monitoramento diário para identificar informações suspeitas que estejam sendo compartilhadas, em que trocarão dados das checagens. Os leitores poderão, inclusive sugerir e questionar. Através de um robô nos perfis do Facebook e Twitter dos veículos, o público poderá verificar a veracidade das informações, caso a equipe já tenha apurado.

3.3. Determinações legislativas

A Justiça Eleitoral brasileira também tem se preocupado com as fake news. Previamente, o Tribunal Superior Eleitoral (TSE) elaborou leis para coibir as notícias falsas nas Eleições 2018 e instituiu comitê constituído por diversos órgãos, denominado Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições, através da Portaria nº 949, de 7 dezembro de 2017. Entre as suas atribuições, o Conselho deverá “desenvolver pesquisas e estudos sobre as regras eleitorais e a influência da Internet nas eleições, em especial o risco das fake news e o uso de robôs na disseminação das informações” (MENDES, 2017).

Já resolução nº 23.551 do TSE, de 18 de dezembro de 2017, em vigor para as eleições 2018, dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral, e veda a veiculação de informações sabidamente inverídicas.

No parágrafo 1º do artigo 22, afirma que

“a livre manifestação do pensamento do eleitor identificado ou identificável na internet somente é passível de limitação quando ocorrer ofensa à honra de terceiros ou divulgação de fatos sabidamente inverídicos. (...) Constitui crime, punível com detenção de 2 (dois) meses a um 1 (ano) ou pagamento de 120 (cento e vinte) a 150 (cento e cinquenta) dias-multa, divulgar, na propaganda, fatos que se sabem inverídicos, em relação a partidos políticos ou a candidatos, capazes de exercer influência sobre o eleitorado” (MENDES et al, 2017).

Na resolução, o destaque é que a pena é agravada se o crime for cometido pela imprensa, rádio ou televisão.

4. ANÁLISE DE RESULTADOS

Atualmente, estão sendo muito difícil perceber a realidade das fake news no Brasil e no mundo. Afinal, é um dos principais assuntos que estão sendo midiaticizados e explorados pela imprensa. Porém, não são encontradas muitas pesquisas a respeito, principalmente, no que se refere ao cenário local, que é o estado de Sergipe.

Diante dessa percepção de deficiência de informações, a autora deste trabalho resolveu entrevistar profissionais de jornalismo locais, movida pela curiosidade de saber o nível de interferência das fake news na credibilidade jornalística dos veículos de comunicação locais e com o objetivo de apresentar um pouco da realidade deste nicho. Foram selecionados os veículos e responsáveis citados abaixo, a quem iremos tratar respectivamente como entrevistado A, B e C para facilidade na compreensão e assimilação dos resultados analisados.

Tabela 2 - Profissionais entrevistados

VEÍCULO	RESPONSÁVEL	FUNÇÃO	Designação
Jornal da Cidade	Ronald Dória Alves	Chefe de reportagem	A
Portal Infonet	Raquel Feitosa de Almeida	Editora-chefe	B
G1 Sergipe	Joelma Gonçalves	Coordenadora	C

Fonte: Elaborada pela autora.

Com o resultado da pesquisa, foi possível perceber que há uma preocupação constante dos veículos com o recebimento das fake news, que é dissolvida com as técnicas de apuração. De acordo com os entrevistados, todas as informações recebidas passam pelo tradicional processo de checagem, confirmação com fontes oficiais e levantamento dos fatos, colocando em jogo a possibilidade de não dar o tão ambicionado furo jornalístico, devido à prioridade de passar a informação correta e verdadeira aos leitores um pouco depois. A entrevistada C explica que, com a grande quantidade de fake news, a preferência do

jornalismo foi invertida e agora a busca é pela informação correta, ainda que o concorrente informe primeiro, o veículo deve ser ágil, mas priorizar sempre por passar a verdade ao leitor.

As consequências da atuação correta, conforme as técnicas jornalísticas, não poderiam ser diferentes: nenhum dos veículos entrevistados afirmou já ter publicado alguma notícia falsa. Em relação a isso, diante da circulação constante de fake news no dia-a-dia o entrevistado A ressaltou que, se um dia isso vier a acontecer, o veículo buscará retratação, devido ao seu compromisso da verdade com o leitor.

Comum a todos também foi a afirmação do alto recebimento de notícias falsas no cotidiano. De acordo com eles, as mídias sociais dificultaram o processo jornalístico, por conta do imediatismo e instantaneidade no compartilhamento das informações, que propicia a disseminação de fake news, e aumentaram o trabalho nas redações jornalísticas, devido à necessidade de checagem do grande número de informações que circulam. Muitas vezes, os profissionais perdem muito tempo de trabalho na apuração de uma informação para poder descobrir que é inverídica. Porém, a entrevistada C rebate que o público pode até receber informações pelas mídias sociais, mas quem vai dar propriedade e detalhes do fato, são os veículos de comunicação que têm credibilidade e apuraram os fatos corretamente.

Pertinente ao imediatismo que internet proporcionou às informações, o entrevistado A - que atua com o jornalismo impresso e online - explica que as coisas mudaram e existem os novos leitores de “notícias rápidas” através de redes como Facebook e WhatsApp, que contribuem com a disseminação de notícias falsas. Já que, segundo ele, no impresso, é possível ter um cuidado maior com a informação e um pouco mais de arte, que se deve a um tempo maior desde a chegada da informação e a busca pela apuração, até a sua impressão no papel. Porém, no contraponto desse grave problema, ele afirma que o público do jornal impresso sabe diferenciar quando a notícia é falsa e quando a notícia é verdadeira.

Outra conclusão obtida através das respostas dos entrevistados é que nada pode ser feito pelos veículos para evitar a disseminação instantânea de informações distorcidas nas mídias sociais. A entrevistada C afirma que não tem como barrar ou fazer um filtro para o leitor por conta da velocidade das mídias, que ficará cada vez mais rápida. Para eles, os veículos podem apenas continuar fazendo o trabalho deles, checando as informações, informando corretamente e disseminando a notícia verdadeira e de qualidade.

A entrevistada C acredita que esse processo de evidência das fake news - que sempre existiram - é positivo e promete separar o bom jornalismo do mau jornalismo. Porém, essa evolução da comunicação depende diretamente dos consumidores das notícias: os leitores, que é a grande preocupação dos veículos pesquisados. Prestar um pouco mais de atenção, analisar a viabilidade da informação ser possível, o layout do site e confirmar em outro site que tenha credibilidade, são alguns dos conselhos que os profissionais citaram na entrevista. Ou seja, durante esse processo, segundo a entrevistada C, o leitor que terá que amadurecer, sentir a credibilidade e saber em quais veículos ele deve confiar a sua leitura. Além disso, também foi ressaltado o risco que as pessoas se submetem ao compartilhar informações. Afinal, a depender do conteúdo, pode estar cometendo um crime.

Por fim, os tipos comuns de fake news relatados expressam semelhança com a realidade mundial. São notícias factuais, policiais e políticas - com o objetivo de depreciar o adversário - informações de veículos desconhecidos, matérias com depoimentos de fontes inexistentes e fotografias de acidentes e absurdas. A entrevistada C afirma que, em Sergipe, na maioria das vezes, a dúvida quanto à veracidade é estimulada por imagens. Segundo ela, o G1 recebe uma grande quantidade de materiais desse tipo, como foto-montagens e fotografias e vídeos de fatos que não aconteceram no Estado, que normalmente, possuem um caráter noticioso.

4.1. Disseminação local

Como exemplo da realidade enfrentada na rotina do trabalho, mesmo nunca tendo publicado uma notícia falsa no site do veículo, a entrevistada B relatou um caso que aconteceu em setembro de 2017, que envolveu o Portal Infonet. Circulou nas redes sociais uma imagem com uma notícia falsa em um layout semelhante ao do veículo. Ela conta que a produção foi realizada por desconhecidos, utilizando o mesmo layout e a mesma fonte tipográfica (Verdana 10), porém com uma notícia inverídica e absurda. A informação circulava com o título “Rock in Rio registra queda de 37% no público devido à Vaquejada de Porto da Folha” e, segundo ela, diversas pessoas a procuraram para confirmar a veracidade da informação. Inclusive, colegas jornalistas, que supostamente deveriam estar acostumados com mentiras que costumam circular, também a procuraram para confirmar a publicação daquele conteúdo no site.

Mesmo preocupada com a possibilidade de constantes como essa prejudicarem a credibilidade do Portal, a equipe decidiu levar o ocorrido com bom humor, através da

publicação da imagem abaixo na página do veículo no Facebook. Na oportunidade, esclareceram que a matéria não era verídica e questionaram ao público qual daquelas festas citadas era a sua preferida.

Figura 3 - Notícia falsa com layout do Portal Infonet



Fonte: Página da Infonet no Facebook²

5. CONCLUSÃO

Iniciada e estimulada em um dos módulos desta pós-graduação lato sensu, a disciplina Media Training, ministrada pela professora Rosângela Dória, esta pesquisa começou a ser pensada após a autora se surpreender a cada descoberta sobre o assunto. Ao longo do seu desenvolvimento não foi diferente. A cada texto lido a respeito e a cada informação descoberta, novas possibilidades de estudo se abriram, tornando a missão de delimitar o foco da pesquisa ainda mais difícil.

² Disponível em:

<https://web.facebook.com/infonetsergipe/photos/a.942219935866929/1525868027502114/?type=3&theater>. Acesso em ago. 2018.

Por estar em voga, a temática se atualiza todos os dias e se torna cada vez mais presente na vida de todos, inclusive no Brasil, com a proximidade das eleições presidenciais. Ao mesmo tempo, mesmo tendo a certeza de que as notícias falsas circulam há séculos, publicações sobre fake news não são tão comuns. A escassez de conteúdo e publicações específicas como referenciais para este artigo, dificultou, mas também estimulou. Afinal, a sua contribuição poderá ser de fundamental importância para a fundamentação de outros pesquisadores da temática que possam estar por vir.

Além do crescimento pessoal, enquanto leitora, por ser bombardeada diariamente com as notícias e, conseqüentemente, colocada em dúvida sobre as veracidades das informações, essa pesquisa também tem a sua contribuição para o crescimento profissional. Afinal, por ser profissional do jornalismo, a autora acredita na importância de estar em alerta, na defesa pela verdade e em busca da credibilidade jornalística, durante o exercício profissional.

Não ficar restrita apenas aos teóricos também foi uma grande experiência oportunizada por este trabalho. Através dele, foi possível entrar no universo do dia-a-dia de alguns veículos de comunicação, entender por amostragem como funciona o processo de produção na notícia em Sergipe e os seus desdobramentos relacionados às fake news.

De forma geral e específica, o objetivo da pesquisa foi alcançado. As comprovações de que as fake news são uma ameaça à credibilidade jornalística serviram como alerta para os profissionais cumprirem os princípios básicos da profissão, apurando as informações da notícia de acordo com as técnicas exigidas e disseminando a verdade. Assim como, comprovou que há o que ser feito para combater essa ameaça, tanto no que se refere à fiscalização desse crime, como na prática da profissão.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Raquel de Q. **Fake news: arma potente na batalha de narrativas das eleições 2018**. *Ciência e Cultura*, v. 70, n. 2, p. 9-12, 2018. Disponível em: <http://cienciaecultura.bvs.br/scielo.php?pid=S0009-67252018000200004&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em 12 de agosto de 2018.

ASSUNÇÃO, Luiz Fernando; EHRENBERG, Karla Caldas. **Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações**. *Dispositiva*, v. 4, n. 1, p. 49-59, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/download/11344/9187>>. Acesso em 11 de agosto de 2018.

CAMBRIDGE UNIVERSITY PRESS. “**Citation**”. *Cambridge Dictionary Online*. 2018. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/>>. Acesso em 11 de agosto de 2018.

Darnton, Robert. **Notícias falsas existem desde o século 6, afirma historiador Robert Darnton**. *Folha de São Paulo*, 2017. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2017/02/1859726-noticias-falsas-existem-desde-o-seculo-6-afirma-historiador-robert-darnton.shtml>>. Acesso em 28 de julho de 2018.

DORTA, Lucas Souza. **O círculo vicioso das “fake news” e o futuro do jornalismo**. *Observatório da Imprensa*, São Paulo, ed. 938. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/o-circulo-vicioso-das-fake-news-e-o-futuro-do-jornalismo/>>. Acesso em 12 fev. 2018.

EDELMAN INTELLIGENCE. **Edelman Trust Barometer 2018 - Pesquisa Anual de Credibilidade e Confiança**. 2018. Disponível em: <<https://edelman.com.br/propriedades/trust-barometer-2018/>> Acesso em 7 de abril de 2018.

Federação Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Vitória, 2007. Disponível em: <<http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo-de-etica-dos-jornalistas-brasileiros.pdf>>. Acesso em 12 fev. 2018.

G1. **G1 lança Fato ou Fake, novo serviço de checagem de conteúdos suspeitos**. *Brasil*, 2018. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/07/30/g1-lanca-fato-ou-fake-novo-servico-de-checagem-de-conteudos-suspeitos.ghtml>>. Acesso em 5 de agosto de 2018.

JUNIOR, Ronaldo Porto Macedo. **Fake News: Liberdade de expressão ou dever de falar a verdade?**. *Portal Dissenso*, 2017. Disponível em: <<http://dissenso.org/fake-news-liberdade-expressao-ou-dever-de-falar-verdade/>>. Acesso em 4 de agosto de 2018.

MENDES, Gilmar. **Portaria nº 949, de 7 de dezembro de 2017**. Institui o Conselho Consultivo sobre Internet e Eleições. *Tribunal Superior Eleitoral (BR)*. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/prt/2017/PRT09492017.html>>. Acesso em 17 de agosto de 2018.

MENDES, Gilmar. Et al. **Resolução nº 23.551, de 18 de dezembro de 2017**. Dispõe sobre propaganda eleitoral, utilização e geração do horário gratuito e condutas ilícitas em campanha eleitoral nas eleições. *Tribunal Superior Eleitoral (BR)*. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/legislacao-tse/res/2017/RES235512017.html>> Acesso em 17 de agosto de 2018.

PINA, Carolina. **Amigos da verdade: os limites jurídicos das fake news.** Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 41-43, mar. 2017. Disponível em: <http://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2018.

REDONDO, Myriam. **Verificar depois da tormenta global.** Uno, São Paulo, v. 27, n. 1, p. 51-52, mar. 2017. Disponível em: <http://www.revista-uno.com.br/wp-content/uploads/2017/03/UNO_27_BR_baja.pdf>. Acesso em: 13 fev. 2018.

SOUZA, Kennedy Anderson Cupertino de. et al. **Características jornalísticas nos sites de Fake News: Uma análise das notícias falsas no caso "La Bête" - Artista nu no MAM São Paulo.** Vitória, ES. 2018. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2018/resumos/R63-0320-1.pdf>>. Acesso em 30 de julho de 2018.

VALENTE, Jonas. **Pesquisa: notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras na internet.** Agência Brasil - EBC, 2018. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2018-03/pesquisa-noticias-falsas-circulam-70-mais-do-que-verdadeiras-na>>. Acesso em 10 de agosto de 2018.

APÊNDICE

Entrevistado A

Data de realização: 07/08/2018

Nome: Ronald Dória Alves

Função: Chefe de reportagem

Veículo: Jornal da Cidade

Carolina Leite: De que forma é feita a apuração das informações?

Ronald Dória: Nós começamos o nosso trabalho sempre com reunião de pauta. Obviamente que, às vezes, acontecem fatos pontuais que derrubam até a pauta que já estava no cronograma. Mas, de uma forma geral, começamos com uma reunião de pauta, onde vemos o que iremos abordar, analisamos as fontes e o que devemos fazer sempre: ouvir os dois lados para não sermos injustos com ninguém. Após a reunião, as equipes saem para cumprir a pauta. No Jornal da Cidade, tem essa diferença entre o online e o impresso. No online, já sai tudo direto. No impresso, a notícia vai passar por todo um processo, tanto de fotografia para escolher melhor a imagem e passar por um tratamento, como na diagramação para fazer o corte e escolher a página. Então, no impresso, precisamos ter um cuidado um pouco maior. Costumo dizer que o jornalismo impresso tem um pouco mais de arte. Enfim, a busca da matéria até a produção é feita desse jeito.

CL: O veículo já caiu em alguma fake news? Se sim, de que forma isso se deu?

RD: Não, ainda bem que não. Mas, se um dia isso vier a acontecer, iremos pedir desculpas ao leitor e tentaremos nos retratar da maneira adequada. Não fugiremos do nosso compromisso com o leitor.

CL: A grande quantidade de fakes news na atualidade atrapalhou o fluxo de trabalho? O que modificou? O veículo ficou mais criterioso?

RD: Atrapalha sempre. Na verdade, acho que isso vem desde a época dos nazistas, a velha história de pegar uma mentira e querer transformar em verdade. Inclusive, essas coisas que acabam utilizando de copiar URL e a gente clicar na certeza que é confiável, tipo copiar o G1,

como fizeram o G10 recentemente, para uma pessoa que não está acostumada, que não presta atenção na parte gráfica e visual, acaba se passando mesmo. Isso atrapalha muito. Ficamos ainda mais criteriosos, principalmente, com o online, que precisamos ter um pouco mais de cuidado, já que o impresso a gente tem um pouco mais de tempo para apurar. O online é um pouco mais imediatista. Tem um “time” para filtrar e apurar ainda bem menor. Por mais que a gente veja em outros sites confiáveis, é bom o veículo ligar e escutar, não só pegar e replicar as notícias. Não custa apurar e publicar sabendo, de fato, que é a verdade.

CL: Qual a característica da notícia que mais deixa a duvidar se é verídica?

RD: Geralmente é relacionada à política, principalmente, depois do que houve nos Estados Unidos, dos indícios de que Trump usou muito de fake news. Mas é geralmente com política, os próprios políticos que inventam historinhas, às vezes nem é em benefício do coligado, mas para depreciar a imagem de outra pessoa. Então, às vezes, não é nem notícia, é mais fofquinha.

CL: Você acha que afeta a credibilidade jornalística? De que forma?

RD: Muitas vezes as pessoas ficam muito apegadas ao visual e acabam acreditando em uma coisa que não é verdadeira. O G10 parece muito com o G1, o zero nem dá para enxergar bem, e isso atrapalha um pouco. Outra coisa que precisamos entender também é o algoritmo de como trabalha o Facebook e o YouTube. Por exemplo, se uma pessoa fizer uma postagem com conteúdo verídico e as pessoas curtem, se interessam e compartilham, e vier uma outra pessoa, de repente, mal intencionada, e coloca, por exemplo, que Lula foi solto e isso não é verdade, aquela postagem que tem um assunto que parece ser mais imediatista e mais interessante, poderá receber muito mais compartilhamentos e mais curtidas. A partir disso, o Facebook vai colocar aquela notícia que tem mais compartilhamento e curtida em mais timelines, disseminando a notícia de maneira mais rápida e isso também acaba atrapalhando.

CL: O público passou a duvidar mais nas informações divulgadas?

RD: O público do jornal impresso sabe diferenciar quando a notícia é falsa e quando a notícia é verdadeira. Mas esse novo público que chega agora com o Facebook e com as notícias rápidas do WhatsApp, não sabe diferenciar tanto e isso também é um problema grave, que contribui com a disseminação de notícias falsas.

Inclusive, existe um caso de uma mulher que foi espancada porque divulgaram uma foto em que ela maltratava uma criança. As pessoas viram isso e acabaram maltratando a mulher em praça pública. Isso tudo por conta de um compartilhamento de WhatsApp. Então, diante desses riscos, tem que ter muito cuidado, principalmente com o WhatsApp.

CL: O que os veículos podem fazer se as notícias distorcidas chegam primeiramente ao público?

RD: Se tem uma coisa que a gente não tem como acabar é com a notícia inverídica. O que podemos fazer, de fato, é que a notícia que disseminamos seja sempre a verdadeira, escutando sempre os dois lados e primando sempre pela isenção. Isso tem que ser primordial em qualquer veículo de comunicação. Quanto a essas pessoas que disseminam falsas notícias e são um problema, o leitor precisa prestar um pouco mais de atenção, olhar mais de onde vem e com qual intenção aquela notícia está chegando. Ainda existem coisas que simplesmente parecem brincadeira. Às vezes recebo informações que já vejo há uns três anos circulando no WhatsApp. Estamos em uma época hiperativa e não temos como fazer o controle do que está circulando.

Entrevistado B

Data de realização: 11/08/2018

Nome: Raquel Feitosa de Almeida

Função: Editora-chefe

Veículo: Portal Infonet

Carolina Leite: De que forma é feita a apuração das informações?

Raquel Almeida: Nós entrevistamos as pessoas presencialmente ou por telefone. Nas matérias que produzimos, toda informação é checada. Quando é release, observamos se é um release oficial, se for, publicamos citando a fonte. Publicamos aqueles que conhecemos a origem dos emails que enviam. Quando não conhecemos, respondemos para saber de fato a origem, com todo cuidado para não publicar algo inverídico. E, independente de ser release ou não, quando se trata de outra pessoa, a gente escuta a outra parte.

CL: O veículo já caiu em alguma fake news? Se sim, de que forma isso se deu?

RA: Não sei se podemos chamar o que aconteceu de “cair”, mas fizeram uma produção de uma notícia falsa usando todo o layout da Infonet. Tiveram o trabalho de fazer o layout, colocar a matéria da mesma forma que publicamos, com fonte Verdana 10, dizendo que o Rock in Rio tinha tido 37% de queda na participação do público por causa da vaquejada de Porto da Folha. Nisso, essa matéria circulou nas redes sociais, não sei se chegou a viralizar, mas, principalmente no nosso meio, teve uma repercussão e as pessoas começaram a vir me perguntar se era verdade. Fiquei impressionada porque até colegas perguntavam se aquela matéria tinha saído mesmo no Portal, como se a gente tivesse errado dessa forma ou como se isso pudesse ser verdade. Vindo da população, eu até entendo, porque a gente recebe uma grande gama de informações, mas, vindo de um colega de profissão, eu fiquei chocada. Como o tema abria brecha, tentamos levar na brincadeira. Eu conversei com a equipe, porque gosto de tomar decisões em conjunto, e achamos que era melhor levar na brincadeira. Porque, se a pessoa que tivesse fazendo aquilo, tivesse com maldade e estivesse pretendendo fazer outras, viu que a gente não estava levando a sério. A nossa atitude foi colocar no Facebook, informando que a matéria não era verídica, mas aproveitando a oportunidade, questionamos qual a festa que as pessoas preferiam e gerou um grande burburinho na brincadeira. Claro que isso me preocupa, porque isso pode prejudicar a credibilidade do Portal, mas por isso que, cada dia mais, temos que nos preocupar com a checagem e a veracidade das informações.

CL: A grande quantidade de fakes news na atualidade atrapalhou o fluxo de trabalho? O que modificou? O veículo ficou mais criterioso?

RA: A grande quantidade de fake news ainda não atrapalhou o nosso trabalho porque sempre tivemos essa preocupação de checar as informações. Eu posso te dizer que, as notícias que circulam nas redes sociais, principalmente no WhatsApp, aumentou a nossa gama de trabalho, por incrível que pareça. Como eu venho de jornal impresso e de antes da internet, posso dizer o que vem mudando, ajudando e prejudicando, mas o fato do WhatsApp nos últimos tempos foi o pior. Agora existe um grande número de informações e de matérias, que não são matérias, e que são feitas por pessoas de comunidades e curiosos, e que as vezes nem são fake news, mas que atrapalham. Às vezes só tem a foto ou a foto e uma legenda e isso prejudica o nosso trabalho. Com isso, a gente tem que correr muito para checar, já que a gente não vai publicar só o que recebemos como eles fazem, nós vamos apurar. Então aumentou bastante a quantidade de trabalho. As fake news até então não atrapalhou porque não temos tantas assim

e, quando tem, ela é muito absurda. Então, a gente já sabe que é fake news e não perdemos tempo. Estou preocupada com as eleições deste ano, mas vamos ver o que acontece.

CL: Qual a característica da notícia que mais deixa a duvidar se é verdadeira?

RA: Acho que a primeira coisa que devemos usar é o bom senso, mas ele nem sempre funciona e nem todas as pessoas têm. O maior problema é que eu não sei se as pessoas estão preocupadas em saber se o veículo é sério ou não e se a informação veio de grupos maldosos e até que ponto vai atingir. As pessoas não lembram que, ao compartilhar, podem estar cometendo um crime a depender do que venha no conteúdo. Eu acredito que a maioria das fake news, pelo o que a gente tem visto, normalmente e em grande maioria, elas têm como principal característica serem absurdas. O primeiro passo é o bom senso, o segundo passo, na minha opinião, é verificar a fonte, depois é tentar não compartilhar, tentar duvidar e questionar para ver se é real ou não. Ir em busca de fontes confiáveis e em outros portais, em outros veículos de informação, para saber se a informação é verdadeira ou não, antes de compartilhar, antes de sair divulgando. Em geral, a característica maior são fontes que não existem ou a utilização de nomes de pessoas que existem, mas que não falaram aquilo. Por isso, é sempre bom checar a informação.

CL: Você acha que afeta a credibilidade jornalística? De que forma?

RA: As vezes perdemos um pouco de tempo. Às vezes outro portal dá antes. E eu sempre digo: prefiro publicar cinco ou até dez minutos depois, mas dar a informação correta. Notícia falsa afeta a credibilidade jornalística e não podemos colocar em risco a nossa. Nem sempre o que os outros veículos colocam é verdade. As vezes erram, republicam e nem dão satisfação ao leitor. Não dizem que a matéria foi trocada por erro.

CL: O público passou a duvidar mais nas informações divulgadas?

Infelizmente, acho que não. Não tenho como dizer isso, não tenho como comprovar, mas pelo o que vejo, pelo o que as pessoas compartilham, eu acho que não. Infelizmente, notícia falsa sempre existiu. Então eu não vejo isso como um grande problema até certo ponto. O problema é quando passa da razoabilidade, da decência, mas notícia falsa sempre existiu. Como estamos em uma outra época e na internet tudo viraliza muito rápido, os riscos de um caos é bem maior.

CL: O que os veículos podem fazer se as notícias distorcidas chegam primeiramente ao público?

RA: Acho que os veículos têm que fazer o que sempre tem que fazer todos os dias, que é checar as informações, dar a informação com cuidado e com qualidade. Eu não sou a favor dessa nomenclatura: fake news. Eu faço parte de uma corrente que é contra essa nomenclatura. Ainda não existe no país uma nomenclatura para tal. Mas, se é notícia, não pode ser falsa. Eu acho que já basta por aí. O que temos que ter muito cuidado é com essas notícias odiosas, normalmente repletas de preconceito, racismo e haters, acho que é uma coisa normal porque a internet é uma coisa nova, a legislação para internet é uma coisa nova. Tudo está sendo ainda estudado e debatido. Para quem vê de fora e não acompanha dia-a-dia como quem faz o jornalismo online ou trabalha com internet, fica um pouco mais difícil, mas semanalmente a gente tem casos de delegado pedindo o número do IP por conta de algum comentário em matéria. Por que é muito mais abrangente do que as pessoas pensam. Esse mundo da internet está com tudo muito solto e aberto e, ao mesmo tempo, a gente questiona: até que ponto pode-se fechar e ter segurança da informação de foi aquela pessoa mesmo que fez o comentário na notícia? Porque é uma liberdade de expressão, mas ao mesmo tempo, tem a responsabilidade pelo conteúdo. Então, tudo está sendo estudado e modificado há algum tempo. Antes do marco regulatório da internet era uma coisa e agora já é outra. Com essa nova decisão, depois dos escândalos do Facebook e de venda de informações de cada usuário, já está sendo feita uma nova mudança. A Europa já tem uma nova legislação e isso está entrando no Brasil e em algumas partes do mundo porque tudo está conectado. Então, cada país está tentando fazer a sua legislação da melhor forma. E todos os processos judiciais e ações estão sendo analisadas ponto a ponto e, a cada ano, modifica um pouco porque existem novidades. A internet é extremamente mutável e muito rápida. Desde uma fibra óptica a ser instalada num poste, que está cheio pela Energisa, até uma fake news, tudo o que tem relacionado à internet está se moldando ainda. Tanto que, para as pessoas entenderem, até o judiciário está aprendendo como usar isso também.

Entrevistado C

Data de realização: 13/08/2018

Nome: Joelma Gonçalves

Função: Coordenadora

Veículo: G1 Sergipe

Carolina Leite: De que forma é feita a apuração das informações?

Joelma Gonçalves: As fake news não são uma novidade para quem trabalha numa redação jornalística. A gente trabalha o dia todo recebendo centenas de mensagens de telespectadores e internautas sugerindo matérias, conteúdos, indicando ou denunciando. Então, as fake news estão sendo faladas agora por conta da política dos Estados Unidos, de possivelmente ter interferido em um resultado de eleição e a gente fica preocupado porque estamos em um ano eleitoral. Mas, para quem trabalha em redação, desde sempre trabalha tentando se livrar das fake news. Nós temos um volume enorme de mensagens por email, aplicativo da TV e do G1. O trabalho de como evitar e se livrar de cair em uma fake news é o trabalho que a gente aprende na parte teórica da faculdade, a técnica da apuração. Mas porque isso está sendo tão debatido? É porque de uns tempos para cá, com a possibilidade de produzir conteúdo na internet, todo mundo acha que virou jornalista por ter um blog ou rede social que está bem impulsionada, por ter uma pseudocredibilidade que a web dá espaço para construção. Mas nesse meio tem muitas pessoas que não fazem esse trabalho, que pegam a informação, que nem podemos chamar de notícia, e replica. Temos essa ferramenta, que é a internet e as redes sociais, mas tem que ter a base do profissional de jornalismo da teoria, que é só publicar quando tem certeza e tem os dois lados da informação. Ao contrário disso, temos que não publicar. Ao contrário disso, não publica. Não podemos estar correndo risco de dar ao leitor uma informação errada. Se não temos tudo para dar ao leitor, as informações de forma segura, de fonte oficial, é mais fácil pecar por não dar do que contar uma história pela metade, correndo risco de estar contando mentira ou de passar adiante uma história que não está completa ou não é real. Nos dias de hoje, com tanta tecnologia na mão, quando mais rápido a gente precise ser, a coisa do furo jornalístico já não faz tanto sentido. Hoje as redes sociais passam as informações para as pessoas. O fato pode ter acabado de acontecer, mas alguém no WhatsApp e no Facebook já contou, mas quem vai dar propriedade ao fato e contar como aconteceu com maiores detalhes, é o veículo de credibilidade, é o profissional que vai fazer o trabalho de formiguinha e buscar as informações. Então, eu acho que as fake news têm um marketing muito forte hoje, mas que é uma realidade de todos os dias e a única forma da gente se defender das fake news é fazendo o trabalho que a gente aprende na universidade. Recebeu uma informação? Não é uma notícia, é apenas uma informação. Aconteceu um acidente?

Aconteceu uma prisão? Por mais factual que seja, hoje em dia temos ferramentas para checagem, falamos com a polícia, vê quem enviou as imagens, se o telefone e email é verdadeiro. Hoje em dia, nós temos que ligar para a pessoa, descobrir mesmo se foi a pessoa que enviou. Há todo um processo de checagem minuciosa antes de levar isso à frente.

CL: O veículo já caiu em alguma fake news? Se sim, de que forma isso se deu?

JG: Não, graças a Deus, não. Isso não quer dizer que estamos imunes, isso pode acontecer. Mas o contrário acontece mais: a gente não divulgar se não conseguirmos fechar a informação. Se não tiver uma fonte oficial que banque aquela história, não vai. Por exemplo, a gente recebeu esses dias uma foto de um peixe grande. Toda a nossa equipe ligou para vários órgãos e biólogos e ficamos sabendo que não era algo surpreendente, aquele espécie de peixe tinha aquele tamanho naturalmente. Eu estaria dando uma informação errada se tivesse classificado como fora do normal e não era. Era um peixe dentro do normal da espécie. Então, até esse trabalho de investigador, temos que ter. O que parece ser algo curioso e absurdo, às vezes, não é. Seria anormal se o peixe fosse enorme para a espécie. Se o normal fosse um metro e ele tivesse um metro e noventa. Na pesquisa, descobrimos até que já tinha tido um Globo Repórter que citou aquela espécie como rara por ser enorme. Com essa descoberta, acabou a notícia.

CL: A grande quantidade de fakes news na atualidade atrapalhou o fluxo de trabalho? O que modificou? O veículo ficou mais criterioso?

JG: É claro que, em ano político, ficamos bem mais criteriosos. Tem sempre alguém tentando usar a imprensa de alguma forma para poder obter vantagem. Sugerindo uma pauta sobre caridade, mas que no fundo, tem o patrocínio de algum político, ou que tem o viés de saúde, mas que nas entrelinhas pode estar beneficiando alguém. Então, esse tipo de cuidado é um cuidado do período eleitoral. As fake news sempre existiram. Elas estão potencializadas porque realmente podem influenciar a vida das pessoas. As pessoas que não tem o discernimento de procurar as notícias em um veículo de comunicação ou em um meio seguro, podem ser, de fato, ser influenciadas. A pessoa recebeu a informação de que um indivíduo matou outra pessoa, ele é supeito, mas já estão tratando como autor do crime. Esse é um cuidado absurdo que temos com isso. A gente não dá nomes de suspeitos. Só iremos divulgar se o advogado falar ou se virar caso de justiça. Tem algumas entrelinhas para a gente afirmar e dignificar ela. São muitas linhas de cuidado da própria linha editorial. E as fake news tem um poder forte de passar informações erradas. Já teve um caso de uma mulher que foi

linhada porque na rede social apareceu que ela era a babá que tinha espancado uma criança e a mulher morreu injustamente. Tem a escola base, aquele caso que todo mundo lê na universidade. Naquela época não tinha redes sociais e aquilo já era uma fake news e já teve a proporção de destruir milhares de vidas. Eu acho que, nós jornalistas, que levamos a nossa profissão a sério, cabe a nós o cuidado e zelo com a informação. Hoje, nós temos o triplo de cuidado que a gente já teve no passado. Hoje a gente sabe que muitas informações podem, realmente, destruir a vida de alguém que é inocente, pode manipular a informação. A responsabilidade é de todo mundo. É do veículo e é dos profissionais que atuam no veículo. A gente nunca cometeu um erro dessa natureza, mas como as fake news são cada vez mais, é perigoso. A gente já recebeu aqui um email como se fosse um partido, criado com uma letra de diferença, bem sutil. Então, tem gente que cria contas de email fazendo sugestão. A gente recebe fake news o tempo todo e o ano inteiro, não é só por ser ano político. Quando a gente liga para a fonte oficial e pergunta se mandou a foto, ela responde que não, mesmo estando o nome e o telefone da pessoa cadastrada. Eu posso me inscrever em um aplicativo, colocar o nome e número de telefone de outra pessoa. Se eu for um jornalista que não tenha juízo, vou receber uma informação no aplicativo e achar que estou segura porque mandaram através daquela ferramenta, que tem contato, e publico. Mas não é assim, quando a informação chega, eu preciso checar para ter certeza. Se aquele telefone não atender, eu vou checar com outra fonte, com outros meios oficiais. Se ninguém bancar isso, ela não vai ser publicada.

CL: Qual a característica da notícia que mais deixa a duvidar se é verdadeira?

JG: São fotografias, que muitas são manipuladas. Fotografias de acidentes e absurdas. Ainda existe a possibilidade de ser uma foto-montagem. Recebemos muitas fotografias que não são de Sergipe, mas dizem que o fato aconteceu aqui. Como uma morte violenta, que a gente vai pesquisar e isso nem foi em Sergipe. Um assalto que uma câmera flagrou e aconteceu aqui em determinada rua, dizem até que foi na rua do colégio tal e no dia anterior. Quando vamos checar, o vídeo nem é daqui. A gente já recebeu vídeos que nem eram do Brasil como se fossem em Aracaju. Fotos de fatos que não são daqui é o que mais recebemos. São sempre notícias factuais, notícias de polícia são o que mais movimentam as fake news. Quanto à política, não estamos tendo quase nenhuma, não tivemos nada de relevante até agora. Até porque ainda vamos começar o período eleitoral. Talvez daqui para frente a gente receba mais. A gente já antecipa e fechamos contato direto com os partidos. Eu só falo com o partido X por fulano e com o partido Y com outro fulano. Eles têm meu celular, eles só passam para mim e eu só falo com eles. Eu não aceito informações de partidos que não sejam vindas

dessas pessoas em específico. Se tiver algo enviado por email, eu vou checar com essas pessoas para saber se foi autorizado o envio do material. A gente se fecha para não correr risco. A informação do candidato só vai ser publicada mediante passagem das informações pelo partido e a gente vai seguir fazendo entrevistas com os candidatos, dando o mesmo tempo para cada um. A eleição não é que tanto preocupa a gente. Acho que, nesse período, os eleitores devem estar mais preocupados com as suas redes sociais porque os veículos estão se protegendo. Mas eu acho que as pessoas ainda não se protegem. No geral, o leitor ainda não se protege. Ele ainda lê informação de todos os lugares, acredita nisso e acaba disseminando, sendo uma fonte de passar material errado para frente. Quem tem que se proteger das fake news são os leitores e os leitores têm que aprender que não adianta receber informações nas redes sociais e acreditar. Tem que procurar nos veículos oficiais, se algum já publicou, se é real.

CL: Você acha que afeta a credibilidade jornalística? De que forma?

JG: Não. Eu acho que essa levada de fake news vai separar o bom jornalismo do mau jornalismo. Vai separar as pessoas que pensam que são jornalistas porque tem uma rede social, que não se preocupa em fazer o trabalho jornalístico de verdade. A gente tem uma profissão que não é muito levada a sério. Infelizmente, eu acho que as pessoas levam as coisas muito na flauta e muita gente acha que a internet é terra de ninguém. Então, não leva a sério o trabalho e mistura as coisas. O fato da pessoa ter uma rede social, pode ser uma pessoa super competente, que tem cuidado com as informações, com suas fontes, escrever super bem, seguir as regras, e pode também acontecer o contrário, ter seguidores, comercializar e não estar preocupado com o que está publicando. Essa onda das fake news, esse susto que as pessoas estão tendo agora, vai servir de um lado positivo para separar o bom jornalismo do mau jornalismo. A gente está em um mercado muito competitivo, mas ao mesmo tempo, muito aberto a esse tipo de confusão do que é credibilidade, do que é audiência, do que é furo e do que é coisa séria. Estamos entrando em um tempo em que as pessoas vão ter que se conscientizar de que só podem consumir coisas de fontes mais confiáveis.

CL: O público passou a duvidar mais nas informações divulgadas?

JG: Eu acho que sim. Ao mesmo tempo que as pessoas são muito responsáveis por aquilo que elas promovem, recebendo e repassando, eu acho que essa consciência só vai vir desses erros. A gente vive em uma sociedade que é muito imediatista. As coisas acontecem agora e já estão no WhatsApp, já virou meme e já viralizou. É um imediatismo bom e ruim, que eu acho que

só iremos aprender a valorizar as coisas de fato com os erros. Vivemos com uma enxurrada de informações, em que escolhemos o que vamos publicar. É muito conteúdo que chega, a gente precisa separar o que iremos fazer, é um garimpo que já existe da vida inteira e a web é um meio que vira muito conteúdo. Às vezes queremos contar muita coisa e as pessoas reclamam que é muito superficial, mas às vezes é só o que podemos passar naquele momento. Depois a gente volta e vai virar aquele material. Uma coisa que muita gente não sabe é que a internet trabalha com a observação do conteúdo. Então, se uma notícia está sendo muito acessada, a gente percebe que o leitor está querendo ela, iremos desdobrar ela por mais tempo. Se o leitor não se interessou por aquilo, eu não tenho tempo para gastar com aquele conteúdo, tem que virar outra matéria. Há nuances por trás da internet, muita coisa técnica, muita coisa que vai de acordo com a leitura, com o que o nosso leitor está buscando, que difere de veículo para veículo. A linha editorial do G1, não é a linha editorial da Infonet, F5 News, A8, JC. No mercado de Sergipe, a gente tem um mercado que ainda tem muito para crescer, embora a gente já tenha uma modificação de cenário de uma década pelo menos, mas é um mercado que tem muito para crescer e amadurecer, em termos de concorrência e questões técnicas do jornalismo também.

CL: O que os veículos podem fazer se as notícias distorcidas chegam primeiramente ao público?

JG: Isso a gente não tem como barrar. É a velocidade das mídias e elas vão ficar cada vez maiores e a gente não tem como barrar. Se vai depender de uma maturidade do leitor de confiança ou não na informação que ele recebe. Não tem como a gente ser um filtro antes desse material chegar no leitor. A gente já não está mais na época do jornal impresso, que só ia ser lido no outro dia e tinha mais tempo de garimpar as informações. Hoje a gente não tem como garimpar o que o nosso leitor vai ler, de onde vai ser e quem vai contar primeiro, se vai ser um veículo ou uma pessoa que passou no local, fotografou, mandou no WhatsApp e já viralizou. A gente não tem como fazer esse filtro para o leitor. O leitor terá que amadurecer e saber onde ele deve confiar a sua leitura, qual veículo vai ser. Mas não existe mais filtro para o leitor. Os veículos vão continuar fazendo o papel deles, que é informar correto. Hoje, a nossa maior preocupação, antes de dar primeiro, é dar correto. Antigamente, o furo jornalístico era a grande vedete, continua sendo, óbvio, quando se consegue. Mas hoje, o que inverteu no jornalismo, é que o furo é dar a informação correta. É passar por cima de tudo que está a sua volta, apurar e ter certeza que o que foi publicado é correto. Pode cair o mundo, mas ter a tranquilidade que fez o trabalho correto. O que nos difere atualmente não é mais o

furo de reportagem, é quem deu o correto, porque já aconteceram coisas incríveis, como matarem pessoas que, na verdade, estavam vivas, pessoas condenando quem não foi condenadas. Isso pela pressa do furo. E na internet ninguém perdoa, se faz um crime desse, fica para sempre, ele indexa e fica lá por mais que seja corrigido. Eu acho que o bom jornalismo de internet é isso: é correr para dar correto.

DADOS DA AUTORA

Jornalista graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal de Sergipe (2016) e atua como repórter na Secretaria Municipal de Comunicação para a Agência Aracaju de Notícias (AAN).

LEITE, Carolina de Assis Fontes. **Fake News: Uma ameaça à credibilidade jornalística.** 2018. Trabalho de Conclusão de Curso – MBA em Marketing, Comunicação Integrada e Assessoria, Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe (Fanese), 2018.