

## A “ONDA” DAS *FAKE NEWS* E A SUA ABORDAGEM PELOS DIVERSOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

<sup>1</sup> Alvacir Siqueira da Silva Júnior

<sup>2</sup> Célia Maria da Silva Carvalho

**RESUMO:** Este artigo resulta da pesquisa desenvolvida no Programa de Iniciação Científica da Universidade Federal do Amazonas e objetiva apresentar exemplos de *fake news*, destacando a questão da credibilidade das informações, aspecto essencial para as notícias, mas que não é mais visto com frequência. Em síntese, as abordagens ao tema das notícias falsas adotadas pelos veículos midiáticos, como programas televisivos e *websites*, serão expostas em quadros e figuras, além de caracterizadas criteriosamente, a fim de exibir os resultados obtidos que revelam os diferentes posicionamentos tomados pelos propagadores de mídia selecionados.

**Palavras-chave:** *Fake News*. Notícias. Programas Jornalísticos. Programas de Variedades.

---

<sup>1</sup> Graduando em Comunicação Social – Relações Públicas pela Universidade Federal do Amazonas. Email: jralvacir@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora em Biotecnologia pela Universidade Federal do Amazonas. Professora de Relações Públicas da Universidade Federal do Amazonas. E-mail: ccarvalho@ufam.edu.br

## INTRODUÇÃO

A notícia está sendo alvo de discussões em vários âmbitos, seja em programas de rádio, de televisão, pelas redes sociais digitais ou rodas de conversa. Esta importante parte do jornalismo é pauta recorrente à medida que surgem diversas dúvidas acerca de sua estrutura, de sua autoria e do seu objetivo almejado ao alcançar o público de interesse. Na atualidade, o debate a respeito da notícia não se resume mais à sua definição, sendo a narração de um fato atual, de interesse geral, dando ao leitor a ideia exata ou aproximada do acontecimento. A notícia está inserida em uma problemática já antiga, mas que se tornou uma verdadeira “onda” devido à evolução dos meios de comunicação no século XXI: as notícias falsas.

Popularmente conhecidas como *fake news*, nomenclatura em língua inglesa, essas informações inverídicas existem desde muito antes da invenção da televisão e da *internet*, mas ganharam fama pela repercussão negativa que podem causar à imagem de uma figura pública, de um governo, de um partido político ou social ou de uma localidade, por exemplo.

Este artigo é oriundo do resultado de uma pesquisa analítica desenvolvida pelo Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC). Tal análise se propõe a estudar como os meios de comunicação abordaram o tema das *fake news*, identificando o empenho no combate a elas, o aprofundamento no assunto, a presença de especialistas e a maneira de tratar a questão. Inúmeras notícias veiculadas nos telejornais e em outros canais de comunicação abordaram as notícias falsas; desta forma, foram selecionados programas televisivos das principais emissoras brasileiras, bem como seus telejornais, além dos portais de notícias de grande influência, para que o estudo fosse realizado abrangendo duas usuais fontes de informação disponíveis ao grande público: a televisão e a *internet*.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para esclarecer o que são *fake news* foi necessário buscar o significado e a função de notícia, postos nos conceitos jornalísticos, e de teorias, como a de

*Newsmaking*, de Generalização, de Espelho e Instrumentalista, segundo Pena, autor da obra Teoria do Jornalismo, bem como Teorias da Comunicação, Persuasão, Crítica e Funcionalista, de acordo com os livros Teoria da Comunicação de Massa, de Mauro Wolf, Teorias da Comunicação, de Antonio Hohlfeldt, Luiz Martino e Vera Veiga França. Referente ao efeito das *fake news* no público, a teoria da persuasão expõe um conhecimento que pode ser relacionado ao tema: “as mensagens dos meios de comunicação contêm características particulares do estímulo que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos elementos que constituem o público”. (WOLF, 1995, p. 33). Assim como o exposto: “A natureza do jornalismo está no medo. O medo do desconhecido, que leva o homem a querer exatamente o contrário, ou seja, conhecer”. (PENA, 2008, p. 254).

O foco deste artigo é a análise das abordagens que os veículos de comunicação utilizam para tratar de *fake news*, sendo observado cada mecanismo estrutural que envolve os programas de variedades, telejornais e portais de notícias. Este artigo está embasado em conceitos e conhecimentos da comunicação, bem como no uso de suas ferramentas atuais, como as mídias sociais, criadas para promover a integração entre pessoas, porém utilizadas para a propagação de notícias falsas de diversos assuntos.

## DESCRIÇÃO METODOLÓGICA

Os casos de maior repercussão do tema, veiculados e viralizados no ano de 2018, foram averiguados de acordo com a intenção proposta no projeto do qual este artigo é oriundo: Casos Marielle Franco, Pabllo Vittar e Febre Amarela. A escolha dos veículos midiáticos analisados baseou-se na audiência e na repercussão que estes possuem com o público brasileiro, a exemplo dos programas de variedades como *Mais Você*, *Fantástico* e *Encontro com Fátima Bernardes*, todos da Rede Globo, devido ao grande número de telespectadores assíduos.

Como a notícia é o instrumento de trabalho do jornalista, a investigação das abordagens buscou avaliar as diferenças no trato das *fake news* pelos telejornais de

maior audiência, como o *Jornal Nacional* (Rede Globo), o *Jornal da Record* (Rede Record) e o *Jornal da Band* (Rede Bandeirantes). Além de utilizar como objeto de estudo aprofundado o programa jornalístico *Canal Livre*, edição especial sobre *fake news*, da emissora de televisão Bandeirantes. Estudou-se também a veiculação de notícias no Portal do Holanda, um dos mais acessados pelos internautas no estado do Amazonas. Seguindo essa ideia, os portais de notícia *A Crítica* e institucional da Universidade Federal do Amazonas (UFAM) foram postos em observação para deduzir qual a postura que cada um tomou ao tratar sobre a veiculação de notícias falsas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os casos selecionados para a realização da análise das abordagens sobre as *fake news*, bem como os programas de variedades e jornalísticos foram detalhadamente escolhidos para representarem de forma diversificada as abordagens do tema, revelando que as notícias falsas abrangem diferentes âmbitos, podendo ter organizações ou indivíduos como alvos. Os veículos de comunicação foram analisados à medida que sua importância na transmissão de informação e na formação de opinião pública é bastante debatida na sociedade brasileira.

### Casos Estudados:

#### **Marielle Franco**

Assassinada no dia 14 de março de 2018, na cidade do Rio de Janeiro, juntamente com o seu motorista, Anderson Gomes, Marielle Franco era uma mulher negra, lésbica, socióloga e vereadora. Após sua morte, uma série de notícias falsas dominou a *internet* para difamar a vereadora. Entre elas, destacam-se: *Marielle era ex-mulher do traficante Marcinho VP; Marielle foi eleita vereadora pelo Comando Vermelho (facção criminosa); Marielle era usuária de maconha; Marielle engravidou aos 16 anos; e Marielle defendia bandido.*

Havia a intenção de justificar a morte da vereadora, tendo em vista todas as informações falsas repassadas. Trata-se, em suma, da tentativa de acobertar ou amenizar o assassinato para a sociedade brasileira, em especial, às classes mais pobres, cuja defesa era uma das principais bandeiras levantadas pela vereadora. Entre as notícias veiculadas contra a vereadora destaca-se a do Portal do Holanda, site de notícias da Região Norte do Brasil, cujo título é *Está proibido falar mal de Marielle Franco*. Na Figura 1 expõe-se a notícia na íntegra.

Figura 1 – Notícia do Portal do Holanda



**Está proibido falar mal de Marielle Franco**

Publicado em 20/03/2018 às 21h38

[✉](#) [🐦](#) [📧](#) [f](#)

Esta proibida qualquer informação ou citação que coloque em dúvida a conduta da vereadora Marielle Franco. Ela já foi transformada em heroína nacional. E tudo o que eventualmente for apurado de negativo contra ela será tratado como “mentira”. O País precisava de um mártir e a Globo de um assunto que tirasse seu jornalismo cansado, artificial e parcial dessa mesmice na qual se transformaram seus telejornais.

Não é a figura de Marielle, defensora dos direitos humanos, assassinada no Rio, que está levando multidões para as ruas. É a Globo, como um boiadeiro conduzindo a manada.

Nesta terça-feira no seu “Jornal Nacional”, a emissora questionava o fato de a policia do Rio ainda não ter apontado culpados, nem as razões do crime. A questão pode ser outra: o que a polícia teria encontrado que prefere não tornar público? Seria tachada de mentirosa ?

A imprensa de um modo geral se antecipou ao resultado da investigação. O País já foi mobilizado. Marielle já é heroína e ponto final. Falta só prender os culpados e talvez as razões do crime nem sejam interessantes...

Fonte: Portal do Holanda, 2018

Apesar desse episódio veiculado no portal do Holanda, pode-se assegurar que a mídia possui grande importância na luta contra as mentiras contadas sobre a vereadora Marielle, vide a cobertura significativa dada para desmentir essas

informações, mostrando como é o processo de criação e divulgação de *fake news* que o *Fantástico* exibiu no dia 25 de fevereiro de 2018. Outros veículos jornalísticos também pontuaram as falsas informações propagadas por diversos meios comunicacionais sobre a vida privada e profissional da parlamentar.

### **Febre Amarela**

A iniciativa de vacinar a população brasileira contra a Febre Amarela teve as *fake news* como uma das principais opositoras. As notícias falsas afastaram pessoas da imunização e aumentaram o risco de se contrair a infecção, sendo o aplicativo de mensagens Whatsapp o veículo mais utilizado para espalhar essas informações ilegítimas, no ano de 2018.

Apesar da tentativa da mídia em desmentir as *fake news* sobre febre amarela e de ratificar a importância da vacinação, as notícias falsas conseguiram ter o efeito de acionar o sinal de alerta do Ministério da Saúde devido à baixa procura da população pela vacina. Entre as fraudes, havia áudios do Whatsapp em que uma suposta médica afirmava que a vacina foi elaborada de forma errada e que oferecia perigo, podendo causar doenças em até dez anos; outra notícia dizia que a vacina causava autismo em quem tomasse ou causaria problemas no fígado. A Organização Mundial da Saúde (OMS) constatou que as *fake news* tiveram grande influência na vacinação contra a Febre Amarela, isso porque cerca de 80% da população brasileira deveria ser vacinada, mas esse número ficou em torno de 55%.

### **Pablo Vittar**

A *drag queen* e fenômeno atual da música brasileira, Pablo Vittar, também foi alvo de inúmeras *fake news* em portais *online*, pelo Whatsapp e pelo Facebook, tais como: *Pablo Vittar sairá do Brasil se Jair Bolsonaro for eleito presidente*; *Pablo Vittar ganhará R\$5 milhões de reais da Lei Rouanet*; *Pablo Vittar irá apresentar programa infantil*; e *Pablo Vittar fará turnê LGBT em escolas do Brasil*.

Homossexual e *drag queen*, a cantora concentra diversas *fake news* por ser símbolo da luta contra a homofobia e todo tipo de preconceito que há no Brasil. Pablo é motivo de chacota a fim de intimidar as pessoas que a acompanham e compartilham suas ideias. A abordagem da mídia em relação a esse caso foi menor que os dos citados anteriormente, mas não menos significativo. Como forma de evitar maiores danos à sua imagem pública, a cantora publicou em outubro de 2018 um vídeo para desmentir as principais inverdades a seu respeito.

### ANÁLISE DOS CASOS - RESULTADOS

Os casos da vereadora Marielle Franco, da vacinação contra a Febre Amarela e da cantora Pablo Vittar tiveram intensos compartilhamentos na rede social Facebook e no aplicativo de mensagens Whatsapp. A Figura 2 revela os exemplos de notícias falsas circuladas e as ferramentas de combate mais populares na internet:

Figura 2 – Análise dos Casos

FAKE NEWS	EXEMPLOS DE FK	DIFUSÃO PRINCIPAL	FERRAMENTAS DE COMBATE
MARIELLE FRANCO	"VICIADA EM DROGAS" "ESPOSA DE TRAFICANTE"	FACEBOOK	REPORTAGENS DESTRINCHANDO A ESTRUTURA DE UMA FAKE NEWS (JORNAL NACIONAL, JORNAL DA RECORD ETC.) PLATAFORMA FATO OU FAKE (G1)
FEBRE AMARELA	"A VACINA CAUSA AUTISMO" "A VACINA CAUSA MORTE"	WHATSAPP	PLATAFORMA DO TSE
PABLO VITTAR	"GANHA DINHEIRO PELA LEI ROUANET"	WHATSAPP E FACEBOOK	

Fonte: elaborada pelos autores, 2019

### Ilacões sobre as Abordagens dos Casos

O ponto alto da pesquisa se deu no reconhecimento de uma situação social que privilegia e viabiliza a difusão das *fake news*. Comunidades e/ou indivíduos são

expostos a informações que podem ser examinadas e tidas como não verídicas, mas há fatores que determinam a não busca por exames e o imediato compartilhamento das mensagens.

Os resultados obtidos revelaram que esses fatores são diversos, mas que se destacam ao serem identificados com frequência, como por exemplo, o interesse pessoal ativado pelo conteúdo da notícia. A familiaridade, o interesse coletivo ou pessoal e a gana por demonstrar poder de combate contra grupos opositores são justificativas mais vistas quando se trata da divulgação de *fake news* sem averiguação da veracidade da informação.

O caso referente a Pablo Vittar se encaixa quase que perfeitamente nos casos de eleições, como a de 2016, nos Estados Unidos, e no Brasil, em 2018. O ódio e a divisão do povo em dois polos inimigos são motivações necessárias para não haver preocupação em checar uma notícia, apenas em compartilhá-la, caso seja do interesse do indivíduo.

Contudo, houve ainda a constatação de que existem empresas especializadas em criar e difundir *fake news*, ou seja, utilizadas a fim da manipulação da opinião população. Esses resultados mostram a abrangência de informações que o tema das abordagens acerca das *fake news* pelos veículos de comunicação possui.

### **Análise das Abordagens dos Programas de Variedades**

Os critérios de análise dos programas estudados foram definidos de forma a identificar qual abordagem que cada formato adotou ao tratar sobre *fake news*. O Quadro 1 revela os resultados obtidos após a análise dos programas selecionados, tendo aprofundamento na definição das características de cada atração televisiva ao abordar o tema das notícias falsas:



**Quadro 1 – Critérios de Análise**

	<b>APROFUNDAMENTO DA NOTÍCIA</b>	<b>ESPECIALISTAS</b>	<b>MENSAGEM FINAL</b>	<b>DATA EXIBIÇÃO</b>
<b>FANTÁSTICO</b>	Foco em reportagens com pesquisas de universidades e entrevistas	Pesquisadores de <i>fake news</i> das universidades de Harvard e da Paraíba.	Atenção ao compartilhar qualquer informação na <i>internet</i>	25 de fevereiro de 2018
<b>MAIS VOCÊ</b>	Entrevistas de rua com o público; dicas para identificar <i>fake news</i>	Profissionais especializados em <i>fake news</i>	Atenção em dicas para saber identificar uma notícia falsa	18 de maio de 2018
<b>ENCONTRO COM FÁTIMA BERNARDES</b>	Discussão com convidados e público, com dinâmica interativa	Sem especialistas, apenas contou com atores da Rede Globo e integrantes da equipe do programa	Foco no âmbito do Whatsapp ao compartilhar notícias sem checar a veracidade	4 de maio de 2018

Fonte: o Autor, 2019

A análise permitiu identificar quais foram as abordagens tomadas pelos três programas da Rede Globo ao tratarem do tema *fake news*:

- a) O programa *Fantástico* buscou explicar de forma “científica” a problemática das notícias falsas, visto que realizaram uma reportagem com pesquisadores de universidades, buscando, dessa forma, confirmar por meio de especialistas que o que estava sendo abordado tinha o respaldo de professores-pesquisadores que estudam e compreendem o fenômeno *fake news*. O foco da reportagem foi a análise das notícias falsas no período das eleições, a exemplo das eleições de 2016 nos Estados Unidos. Com o título de “Guerrilha Virtual”, o repórter Felipe Santana apresentou a reportagem citando a problemática das *fake news* nos

Estados Unidos no ano de 2016. A pesquisadora de mídia e política da Universidade de Harvard, Claire Wardle, foi entrevistada e indagada se a “onda” de notícias falsas ocorrida poderia se repetir nas eleições de 2018 no Brasil. Wardle afirmou que essa situação iria ocorrer novamente, sem dúvidas, e que a repercussão da circulação dessas informações afetaria bastante o cenário político. O repórter entrevistou um funcionário anônimo que trabalha nos chamados *bunkers*, locais destinados à produção de *fake news*. O entrevistado comentou que existem profissionais, como publicitários, com a função de elaborar e compartilhar notícias falsas. Santana revela informações sobre um estudo realizado pela Universidade da Paraíba, em que foi criado um *website* falso chamado *Gazeta Rio*, noticiando *fake news*, a fim de avaliar a dimensão dos efeitos delas e de como funcionam os *bunkers*. A reportagem revelou que robôs programados para compartilhar notícias falsas agem em conjunto aos indivíduos nas redes sociais. O balanço do resultado da pesquisa foi realizado pela parceria entre a Universidade Federal de Minas Gerais e a Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas). Ao todo, 200 mil pessoas viram as *fake news* pelo Facebook, 25 mil leram nos portais criados e houve mais de 40 mil menções às notícias na rede social Twitter. Por fim, notas das empresas citadas foram mostradas, ratificando o compromisso delas em combater esse problema, além do comentário do Presidente do Tribunal Superior Eleitoral, Luiz Fux, afirmando que haveria uma mobilização de combate às notícias falsas durante as eleições de 2018.

- b) O *Mais Você* preferiu ouvir a opinião do povo nas ruas, a fim de averiguar se os cidadãos mais afastados do âmbito acadêmico eram capazes de identificar as *fake news*. A apresentadora do programa, Ana Maria Braga, comentou exemplos de boatos já antigos na sociedade e descreve a reportagem que o jornalista Fabrício Battaglini realizou. O repórter criou uma *fake news* sobre uma suposta nova gripe e pediu a opinião dos

populares nas ruas, a fim de averiguar se os cidadãos iriam acreditar na informação. Logo após, Battaglini revelou do que se tratava a reportagem e discutiu com as pessoas nas ruas acerca das notícias falsas que mais circulam. O repórter entrevistou o médico Dráuzio Varella devido à grande quantidade de *fake news* compartilhadas com instruções de saúde que supostamente ele teria comentado, e o especialista afirmou a gravidade de contar mentiras sobre a área da saúde aos cidadãos. Por fim, Battaglini mostrou uma campanha criada pela Associação Brasileira de Pediatria que objetiva evitar as notícias falsas, dando dicas de saúde e comentando mitos que circulam na sociedade. A apresentadora finaliza o assunto ensinando os telespectadores a identificar uma *fake news*.

- c) O *Encontro com Fátima Bernardes* abordou o tema de forma mais ampla ao pôr em discussão aberta o cuidado que se deve ter antes do compartilhamento de uma informação, principalmente pelo Whatsapp. Sendo assim, o foco da discussão, segundo a apresentadora Fátima Bernardes, era “pessoas que não possuem más intenções, mas que acabam compartilhando *fake news*”. A roda de conversa era composta pelos atores da Rede Globo Joaquim Lopes e Guta Stresser, pelo poeta Bráulio Bessa, pela escritora e antropóloga Mirian Goldenberg, pelos apresentadores André Curvello e Fátima Bernardes, e por Rosimere, uma pessoa da plateia que representou os cidadãos mais simples e humildes. A apresentadora perguntou se a convidada do público se arrependia de espalhar notícias falsas, mesmo sem querer. A mulher disse que não e ainda complementou: “Eu já tinha compartilhado, do que adianta se arrepender? Eu só compartilhei, não criei. Eu prefiro pecar pelo excesso”. Logo após, uma dinâmica foi realizada com os presentes no programa, chamada *Teste de Fake News: qual notícia é verdadeira?* Os participantes levantavam placas escritas sim e não para darem sua opinião sobre a veracidade das informações dispostas no telão.

**Figura 3 – Entrevista com a pesquisadora Claire Wardle para o *Fantástico***



Fonte: *website* Globo Play, 2018

**Figura 4 – Entrevista com populares para o *Mais Você***



Fonte: *website* Globo Play, 2018

Figura 5 – Dinâmica no *Encontro com Fátima Bernardes*



Fonte: *website* Globo Play, 2018

## **Ilações sobre os Programas de Variedades**

Pela análise dos programas eleitos foi possível concluir que a Rede Globo de Televisão inferiu sobre a necessidade de abordar o tema *fake news* para esclarecer a sua audiência sobre a potencialidade deste tipo de notícia e os efeitos deletérios que podem ocasionar a inveracidade de uma informação. Sabe-se que a “notícia” veiculada ganha conotação de pública, embora tenha sido compartilhada de forma leviana nas diversas plataformas digitais, conduzindo grande parcela da população brasileira a acreditar no que foi divulgado, afetando negativamente a sociedade.

A emissora utilizou-se para isso de três programas de variedades, com públicos e formatos diferenciados para tratar sobre o tema, expondo o interesse em discutir o assunto de diferentes maneiras, em que as abordagens se mostraram adequadas ao público telespectador, a fim do entendimento da questão em pauta.

Os três programas, em suas perspectivas e objetivos, cumpriram o papel de esclarecer o público telespectador, muito embora sem um real aprofundamento sobre o tema em questão. Valeram-se da credibilidade, da empatia e simpatia dos programas e de seus apresentadores para reforçar a necessidade do combate às *fake news*, além de incentivar os públicos a não compartilharem informações sem a

devida confirmação de sua autenticidade e veracidade, prestando um serviço de utilidade pública.

### **Análise de Programas Jornalísticos**

O Quadro 2 foi composto com a intenção de revelar as características dos telejornais analisados e do conteúdo acerca das *fake news* que foi transmitido ao público.

- a) O Jornal Nacional abordou de forma informativa e investigativa uma notícia sobre a resposta de empresas sobre a circulação intensa de informações falsas sobre o então candidato à presidência da república Fernando Haddad, principalmente no aplicativo de mensagens Whatsapp, no dia 19 de outubro de 2018. O jornalista e apresentador William Bonner noticiou o fato cujo título era *WhatsApp investiga empresas suspeitas de integrar esquema para caluniar Haddad*. A nota lançada pelo Whatsapp foi divulgada no telejornal, afirmando que já tomou medidas para evitar *fake news*, como banir contas criadoras de notícias falsas e notificar empresas responsáveis pela venda de mensagens contra o então candidato Haddad. O apresentador comentou que o Partido dos Trabalhadores entrou com um pedido para retirar o então candidato Jair Bolsonaro das eleições, devido à grande quantidade de *fake news* circuladas a partir de apoiadores dele.
- b) O Jornal da Record optou por abordar a própria Record TV no âmbito das *fake news*. Sua notícia tratava do compromisso firmado entre a Record TV e a Associação Brasileira de Rádio e Televisão - Abratel com o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), no dia 6 de agosto de 2018, cujo título era *Record TV e Abratel firmam acordo de combate às fake news com o TSE*, noticiado pela repórter Renata Varandas. O telejornal mostrou a fala do ministro do Supremo Tribunal Eleitoral, Luiz Fux, ratificando a gravidade das notícias falsas.

- c) O Jornal da Band produziu uma notícia também institucional informada pelo jornalista e apresentador Ricardo Boechat no dia 28 de junho de 2018, abordando o tema ao afirmar que a emissora está empenhada em confrontar essa problemática no período das eleições. O título da notícia era *Band participa de projeto contra Fake News nas eleições*. O apresentador citou o projeto *Comprova*, responsável por analisar a veracidade das informações circuladas, coordenado pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo com o apoio do Google, do Facebook, do Twitter e dos principais veículos de comunicação do Brasil.

### Quadro 2 - Análise dos Programas Jornalísticos

	ALCANCE	ABORDAGEM	DETALHES DA NOTÍCIA
<b>JORNAL NACIONAL</b>	Primeiro em audiência	Informativa Investigativa	Respostas do Whatsapp e das empresas citadas
<b>JORNAL DA RECORD</b>	Segundo em audiência	Informativa	Exposição detalhada do compromisso da Record TV e da Abratel contra as <i>fake news</i>
<b>JORNAL DA BAND</b>	Quarto em audiência	Informativa	Exposição do compromisso da Band no combate às <i>fake news</i>

Fonte: Autores, 2019

### Ilacões sobre as Abordagens dos Programas Jornalísticos

Após a análise foi possível concluir que os três telejornais demonstraram, em sua programação, a preocupação das emissoras em informar sobre as notícias falsas e em ratificar o compromisso contra esse problema atual. Dessa forma, as emissoras buscaram manter a credibilidade do público em suas produções, o longo das décadas.

Essa medida se deve à grande quantidade de notícias falsas que buscaram macular a reputação de empresas, veículos de comunicação, entre outros. Grupos que possuem ideias contrárias às emissoras de televisão compartilharam *fake news* a fim de chamar a atenção de outros indivíduos e convidá-los a fazer parte dessa oposição. E como estratégia de combate, as empresas almejavam mostrar ao telespectador o compromisso que possuem com a verdade dos fatos.

O posicionamento das três emissoras analisadas, segundo elas, foi o de expressar à sua audiência o compromisso com a verdade dos fatos, como bem apregoa a ética jornalística, expondo claramente que elas abominam esse tipo de atitude tomada por grupos e por pessoas que ao invés de orientarem a população, buscaram escamotear a informação, distorcendo-a.



### **Análise da Abordagem pelo Canal Livre**

O programa Canal Livre começou abordando o atual cenário das *fake news* na *internet*, como o crescimento de *sites* criados para compartilhar notícias falsas. O foco do programa era avaliar o que são as *fake news* e seu impacto na sociedade, contando com a apresentação do jornalista Ricardo Boechat, com os comentários dos também jornalistas Fernando Mitre e Patrícia Campos Melo, além da participação do pesquisador da Universidade George Washington, Maurício Moura e do professor de filosofia da PUC de São Paulo, Luiz Felipe Pondé.

O professor Pondé indicou que as pessoas não estão interessadas em saber quais notícias são ou não falsas,, isso porque o interesse é atrair atenção compartilhando-as. Segundo o professor, há uma “agonia da atenção” nesses indivíduos. O pesquisador Maurício Moura revelou que 55% das pessoas já ouviram a expressão notícias falsas e 63% não conferem as notícias que repassam, e o Whatsapp é o aplicativo mais temido quanto ao recebimento de *fake news*, segundo a pesquisa. Melo perguntou ao pesquisador se há uma pesquisa que comprove que as notícias falsas são destinadas apenas a grupos apoiadores, como no caso da eleição de Donald Trump, e Moura afirmou que essas pessoas são o principal alvo. Mitre comentou que deve ser levada em conta a relação entre o emissor e o receptor da mensagem, também considerando o populismo como forte influência no compartilhamento das *fake news* no período de eleições, vide o fato ocorrido na eleição de Eurico Gaspar Dutra, cuja vitória teve ajuda de uma notícia falsa espalhada sobre uma fala do candidato Eduardo Gomes.

Moura cita que o desafio atual no combate às *fake news* é o tempo, sendo necessária a rapidez para desmentir uma informação falsa; caso contrário, ela tomará dimensões enormes. Com uma duração de quase uma hora, o programa continuou a discussão das notícias falsas no âmbito político.

**Figura 6 - Discussão no Canal Livre**



Fonte: *website Vídeos Band*, 2018

### **Ilações Sobre a Abordagem pelo Canal Livre**

O programa dedicou toda a sua edição para tratar sobre as *fake news*, contando com o apoio de jornalistas e com o embasamento teórico de Pondé e de Moura. Todas as questões que envolvem esse tema foram amplamente discutidas e aprofundadas, sejam com fatos atuais ou antigos, verdadeiras provas do “poder” que as notícias falsas possuem e como podem mudar um cenário por completo.

De todos os veículos analisados, o programa *Canal Livre* teve a maior e mais bem detalhada abordagem sobre as *fake news*, tendo bastante tempo para desenvolver a discussão e ouvir especialistas, dirimindo as dúvidas dos próprios jornalistas presentes. Tratou-se de uma abordagem direcionada e completa a fim de esclarecer a problemática das informações inverídicas no âmbito político do Brasil e do mundo, transmitindo de forma entendível os conhecimentos para os telespectadores.

### **Análise dos Portais de Notícias**

Os portais *on-line* estão cada vez mais repletos de notícias sobre as *fake news*, por meio de casos em destaque, de dicas de identificação e, principalmente, promovendo eventos que discutem o assunto. Seja qual for a maneira de abordagem, as notícias falsas dominam os temas de *websites*, como os analisados Portal Acrítica,

da Rede Calderaro de Comunicação, e o Portal da Universidade Federal do Amazonas (UFAM), dispostos no Quadro 3:

**Quadro 3 – Análise das Matérias de Portais *On-line***

PORTAL ACRÍTICA	PORTAL DA UFAM
<p><b>Professora da UEA tem currículo ‘distribuído’ como se fosse da esposa do General Mourão</b></p>	<p><b>I Colóquio de Jornalismo aborda as fake news e a pós-verdade;</b></p>
	<p><b>Ascom realiza debate sobre Comunicação digital e mídias sociais;</b></p>
<p><b>TRE Amazonas aplicou quase R\$ 2 milhões em multas por <i>fake news</i> nas eleições</b></p>	<p><b>FIC discute papel da mídia na democracia brasileira;</b></p>
<p><b>Especialista americana realiza palestra gratuita em Manaus sobre <i>Fake News</i></b></p>	<p><b>FIC realiza I Colóquio de Jornalismo com tema '<i>Fake news</i> e a pós-verdade'</b></p>

Fonte: Os autores, 2019

## **Ilacões sobre as Abordagens de Portais de Notícias**

Os portais analisados tomaram uma abordagem apenas informativa, buscando manter atualizado o leitor sobre casos de *fake news*, eventos em que esse tema foi debatido, além de divulgadas as medidas assumidas pelo governo do Amazonas e pela Universidade Federal do Amazonas (UFAM) contra as notícias falsas, objetivando também firmar um compromisso de combate, mantendo a boa imagem institucional e a reputação já estabelecida.

O jornal A Crítica atuou no modelo de jornalismo informativo, buscando trazer notícias que tratavam sobre o assunto ou divulgando eventos em que o assunto *fake news* fosse destaque. Como estava em evidência a proliferação das notícias falsas, o periódico não poderia deixar de ter em suas pautas as *fake news*.

No caso do *site* da UFAM, verifica-se que a Assessoria de Comunicação da Instituição também se mostrou ciente diante da emergência e do crescimento exponencial das *fake news* e que isso poderia afetar de alguma forma a Universidade, por isso buscou abordar em seu veículo as notícias falsas.

Entende-se que os dois portais mantiveram uma postura crítica em relação à propagação das *fakes news* ao divulgar eventos sobre o assunto e ao proporem debates e discussões sobre os efeitos maléficos da circulação desse tipo de notícia.

## **A Rede Social Facebook**

A empresa do programador norte-americano Mark Zuckerberg tem se empenhado no combate às *fake news*, visto que a rede social é uma das principais ferramentas de distribuição de notícias falsas. Entre as ações tomadas há o incentivo aos projetos contra as *fake news* e também o privilégio de postagens de amigos e familiares em detrimento de marcas e empresas, mudança considerada polêmica também entre produtores de conteúdo profissionais, como jornais e *websites* de notícias. Na Figura 7 estão dispostas as medidas que o Facebook tomou para combater as notícias falsas:

**Figura 7 – Medidas do Facebook em Combate às Notícias Falsas**



Fonte: o Autor, 2019

## O Aplicativo WhatsApp

O aplicativo de mensagens e ligações Whatsapp possui grande participação quando se trata da propagação de notícias falsas, isso porque informações como essas se espalham por inúmeros grupos e ganham veracidade logo explicada pela intimidade entre o indivíduo que compartilha a *fake news* e aquele que a recebe.

A problemática é preocupante a ponto de fazer a empresa WhatsApp passar a apoiar pesquisas independentes que tenham como objeto de estudo as *fake news*, já no ano de 2018, a fim de compreender o fenômeno. O Brasil faz parte dos países em destaque nessa medida em decorrência da popularidade e do intenso uso do WhatsApp no País. O projeto é denominado *WhatsApp Research Awards*. Atualmente, a empresa limitou a cinco usuários o envio de uma mensagem a fim de evitar a divulgação, em grande escala, de notícias falsas.

Casos de violência oriundas das *fake news* foram espalhados via WhatsApp em diversos países, como agressões ocorridas durante as eleições de 2018, no Brasil. Em suma, apoiadores e contrários ao então candidato à presidência Jair Bolsonaro compartilhavam, segundo informações veiculadas na mídia, falsas notícias sobre seus grupos opositores. Assim, pessoas foram agredidas nas ruas por não terem o mesmo candidato como intenção de voto que os outros apoiadores. A Figura 8 revela os casos de notícias falsas circuladas por essa rede social no Brasil, bem como os efeitos e as medidas tomadas pela empresa para combatê-las:

**Figura 8 – O Aplicativo de Mensagens Whatsapp e as Fake News**

WHATSAPP E AS FAKE NEWS	
<b>EXEMPLOS DE FAKE NEWS</b>	<p>"A vacina contra a febre amarela causa autismo"</p> <p>Mentiras envolvendo Jair Bolsonaro e fernando Haddad</p> <p>"A tragédia que ocorreu com o estouro da Barragem de Brumadinho foi, na verdade, um ataque terrorista."</p>
<b>EFEITOS</b>	<p>56 casos de agressões e ameaças no período das eleições de 2018.50 cometidos por eleitores de Bolsonaro e 6 por pessoas contrárias a ele. (UOL)</p> <p>Apenas 55% da população vacinada, a meta de 80% não foi alcançada (g1)</p>
<b>COMBATE</b>	<p>Remoção de "centenas de milhares" de contas pela prática de spam, com o uso de inteligência artificial;</p> <p>Trabalho do whatsapp em conjunto com projetos de checagem de fatos, como a "Aos Fatos" e o "Projeto Comprova", que reúne 24 veículos jornalísticos brasileiros;</p>

Fonte: Os autores, 2019

## Como Identificar as *Fake News*

Para contribuir com o combate às *fake news*, propõe-se, na Figura 9, um modelo que resume algumas formas de identificação de notícias falsas, em que foram dispostas oito indicações a fim de informar como se deve analisar uma notícia:

**Figura 9 – Identificação das Notícias Falsas**



Fonte: o Autor, 2019

A maioria das análises efetuadas sobre o objeto de estudo deste artigo evidencia existir semelhança no modo como os veículos de comunicação trataram a questão, especialmente no que diz respeito a promoverem debates e darem dicas de como identificar e/ou evitar compartilhar as *fake news*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo ora apresentado buscou expandir as discussões acerca das *fake news* ao provocar a reflexão e a análise das abordagens que os veículos de

comunicação adotaram para as notícias falsas, destacando os diferentes posicionamentos que eles possuem.

As *fake news* tomaram proporções significativas e uma ampla participação no cotidiano dos públicos. Então, este artigo levou em consideração a influência que elas exercem, além de conceituá-las e de identificar seus objetivos, suas motivações e, obviamente, seus alvos. Em decorrência da responsabilidade de se detectar as especificidades de cada caso de notícias falsas, teve-se o compromisso de elucidar a verdade posta e disposta em toda a extensão das informações veiculadas pelos diversos meios de comunicação escolhidos para este estudo.

O tema tratado é um problema mundial e que, no Brasil, possui forte presença e circulação, notando-se que uma parcela considerável da população brasileira não sabe diferenciar uma notícia falsa de uma verdadeira ou que, simplesmente, não se interessa por isso. Neste artigo objetivou-se também a fornecer um estudo mais detalhado acerca do assunto a fim de que contribua com as investigações sobre a complexidade que envolve o conhecimento e o entendimento sobre as *fake news*.

Esta investigação sobre as abordagens dos veículos de comunicação referente às notícias falsas se faz importante, na atualidade, também pelo cenário de conflito existente no País e em todo o mundo, cujos grupos políticos e de interesses diversos se confrontam em busca de benefícios próprios e, para tal, não medem limites nem consequências de seus atos, como elaborar e, conseqüentemente, veicular inverdades sobre seus adversários, a fim de macular imagens e reputações.

Desta forma, este artigo torna-se de interesse público ao concluir de que modo os veículos de comunicação divulgaram informações sobre *fake news* e de qual forma demonstraram interesse em noticiar ao público como se identifica uma notícia falsa e/ou como defini-la, por exemplo. Tais orientações possuem suma importância no cenário do ambiente de compartilhamento rápido de informações em que se encontram os membros constituintes de uma sociedade democrática.



## REFERÊNCIAS

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: Conceitos, Escolas e Tendências** – Petrópolis: *Editora Vozes*, 14. ed. / 2014.

WOLF, Mauro. **Teoria da Comunicação de massa**. Lisboa: Presença, 4. ed / 1995.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2. Ed / 2008.

CANAL Livre sobre Fake News. Realização de Rede Bandeirantes. São Paulo: Band, 2018. (50 min.), P&B. Disponível em: <<https://noticias.band.uol.com.br/canallivre/entrevista.asp?idS=&id=16420297&t=fake-news-parte%201>>. Acesso em: 01 abr. 2018. FAKE News | Segundo dia de repercussão no Jornal Nacional, Jornal da Record, SBT Brasil e outros. Realização de Edição de Notícias 2. Rio de Janeiro: Youtube, 2018. P&B. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=gYMbGEJnNz4>>. Acesso em: 19 out. 2018.

[HTTPS://G1.GLOBO.COM/FATO-OU-FAKE/NOTICIA/2018/10/05/E-FAKE-QUE-EMPRESAS-PROMETEM-DEMITIR-1-MILHAO-SE-ESQUERDA-VENCER-ELEICAO.GHTML](https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/05/e-fake-que-empresas-prometem-demitir-1-milhao-se-esquerda-vencer-eleicao.ghtml). Rio de Janeiro: G1, 2018. P&B. Disponível em: <<https://g1.globo.com/fato-ou-fake/noticia/2018/10/05/e-fake-que-empresas-prometem-demitir-1-milhao-se-esquerda-vencer-eleicao.ghtml>>. Acesso em: 20 out. 2018.

FAKE News Pablllo Vittar. S.i: *Catraca Livre*, 2018. P&B. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/cidadania/pablovittar/>>. Acesso em: 21 out. 2018.

FAKE News e a influência na vacinação contra febre amarela. Rio de Janeiro: Bem Estar, 2018. P&B. Disponível em: <<https://g1.globo.com/bemestar/noticia/fake-news-tiveram-influencia-na-vacinacao-contra-a-febre-amarela-no-brasil-diz-chefe-da-oms.ghtml>>. Acesso em: 21 out. 2018.

FAKE News/UFAM. Manaus: Ufam, 2018. P&B. Disponível em: <<https://ufam.edu.br/component/search/?searchword=Fake%20News&searchphrase=all&Itemid=183>>. Acesso em: 22 set. 2018.

PORTAL Acrítica/ Fake News. Disponível em: <<https://www.acritica.com/search?utf8=%E2%9C%93&q=Fake+News&button=>>>. Acesso em: 19 set. 2018.

PORTAL do Holanda. Manaus: Portal do Holanda, 2018. P&B. Disponível em:  
<<https://www.portaldoholanda.com.br/bastidores-da-politica/esta-proibido-falar-mal-de-marielle-franco>>. Acesso em: 19 out. 2018.