



Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências 3

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen
(Organizadora)

Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências 3

Atena Editora
2019

2019 by Atena Editora
Copyright © Atena Editora
Copyright do Texto © 2019 Os Autores
Copyright da Edição © 2019 Atena Editora
Editora Executiva: Prof^a Dr^a Antonella Carvalho de Oliveira
Diagramação: Rafael Sandrini Filho
Edição de Arte: Lorena Prestes
Revisão: Os Autores

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Álvaro Augusto de Borba Barreto – Universidade Federal de Pelotas
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Constantino Ribeiro de Oliveira Junior – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^a Dr^a Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof. Dr. Gilmei Fleck – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
Prof^a Dr^a Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof^a Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^a Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^a Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^a Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Ciências Agrárias e Multidisciplinar

Prof. Dr. Alan Mario Zuffo – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Alexandre Igor Azevedo Pereira – Instituto Federal Goiano
Prof^a Dr^a Daiane Garabeli Trojan – Universidade Norte do Paraná
Prof. Dr. Darllan Collins da Cunha e Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof. Dr. Fábio Steiner – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul
Prof^a Dr^a Girlene Santos de Souza – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Prof. Dr. Jorge González Aguilera – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Ronilson Freitas de Souza – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Valdemar Antonio Paffaro Junior – Universidade Federal de Alfenas

Ciências Biológicas e da Saúde

Prof. Dr. Benedito Rodrigues da Silva Neto – Universidade Federal de Goiás
Prof.^a Dr.^a Elane Schwinden Prudêncio – Universidade Federal de Santa Catarina
Prof. Dr. Gianfábio Pimentel Franco – Universidade Federal de Santa Maria
Prof. Dr. José Max Barbosa de Oliveira Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará

Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Profª Drª Raissa Rachel Salustriano da Silva Matos – Universidade Federal do Maranhão
Profª Drª Vanessa Lima Gonçalves – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande

Ciências Exatas e da Terra e Engenharias

Prof. Dr. Adélio Alcino Sampaio Castro Machado – Universidade do Porto
Prof. Dr. Eloi Rufato Junior – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Fabrício Menezes Ramos – Instituto Federal do Pará
Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof. Dr. Takeshy Tachizawa – Faculdade de Campo Limpo Paulista

Conselho Técnico Científico

Prof. Msc. Abrãao Carvalho Nogueira – Universidade Federal do Espírito Santo
Prof. Dr. Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos – Ordem dos Advogados do Brasil/Seccional Paraíba
Prof. Msc. André Flávio Gonçalves Silva – Universidade Federal do Maranhão
Prof.ª Drª Andreza Lopes – Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento Acadêmico
Prof. Msc. Carlos Antônio dos Santos – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Msc. Daniel da Silva Miranda – Universidade Federal do Pará
Prof. Msc. Eliel Constantino da Silva – Universidade Estadual Paulista
Prof.ª Msc. Jaqueline Oliveira Rezende – Universidade Federal de Uberlândia
Prof. Msc. Leonardo Tullio – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof.ª Msc. Renata Luciane Polsaque Young Blood – UniSecal
Prof. Dr. Welleson Feitosa Gazel – Universidade Paulista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) (eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)	
C741	Comunicação e jornalismo: conceitos e tendências 3 [recurso eletrônico] / Organizadora Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019. – (Comunicação e Jornalismo: Conceitos e Tendências; v. 3) Formato: PDF Requisitos de sistemas: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-85-7247-388-0 DOI 10.22533/at.ed.880191206 1. Comunicação social. 2. Democratização da mídia. 3. Jornalismo. I. Hrenechen, Vanessa Cristina de Abreu Torres. II. Série. CDD 303.4833
Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422	

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná - Brasil
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

APRESENTAÇÃO

Este e-book apresenta uma série de pesquisas sobre o papel do jornalismo na sociedade e as mudanças que ocorreram na comunicação ao longo da história a partir do ambiente virtual e das novas ferramentas tecnológicas. Neste volume, o leitor poderá compreender as características dos textos publicados nos jornais no início do século XX, época em que o ofício se dividia entre o jornalismo e a literatura.

Dentre os estudos, autores discutem a dimensão crítica, especificamente a jornalística, na formação de cidadãos mais conscientes em relação às mídias e trazem a diferenciação entre os termos alfabetização midiática, mídia-educação e educomunicação. Ao encontro deste tema, outra pesquisa analisa a contribuição do ombudsman na elucidação de um fato socialmente relevante.

Artigos abordam a prática jornalística contemporânea neste momento de pós-verdade e a sua adaptação às novas plataformas, assim como, revelam a transformação nos modos de produção impulsionada pela internet e o uso de big data. Além disso, também é possível compreender como o jornalismo se apropria de conversações, interações e mensagens que circulam em sites de redes sociais para a construção da notícia. Esta obra reúne reflexões teóricas importantes para aqueles que são pesquisadores, profissionais e estudantes da área.

Vanessa Cristina de Abreu Torres Hrenechen

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
A CONTRIBUIÇÃO DA COLUNA DE <i>OMBUDSMAN</i> PARA A COMPREENSÃO DO ACONTECIMENTO NO CASO DA MORTE DO REITOR CANCELLIER	
Diana de Azeredo	
DOI 10.22533/at.ed.8801912061	
CAPÍTULO 2	12
A CRÍTICA DA MÍDIA ATRAVÉS DAS PRÁTICAS JORNALÍSTICAS	
Cristine Rahmeier Marquette	
DOI 10.22533/at.ed.8801912062	
CAPÍTULO 3	24
AGÊNCIAS INDEPENDENTES DE JORNALISMO E A PRÁTICA DO BIG DATA: CREDIBILIDADE E REVITALIZAÇÃO DO ETHOS PROFISSIONAL	
Leonel Azevedo de Aguiar Claudia Miranda Rodrigues	
DOI 10.22533/at.ed.8801912063	
CAPÍTULO 4	36
APONTAMENTOS SOBRE O CONCEITO DE ETNOJORNALISMO	
Mônica Panis Kaseker	
DOI 10.22533/at.ed.8801912064	
CAPÍTULO 5	46
ENGAJAMENTO E CIDADANIA NA UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A PRODUÇÃO NARRATIVA DO SOS IMPRENSA	
Ana Carolina Kalume Maranhão Marcos Amorozo Rafiza Varão	
DOI 10.22533/at.ed.8801912065	
CAPÍTULO 6	57
JORNALISMO E LITERATURA NO INÍCIO DO SÉCULO XX: UMA LEITURA COMPARATIVA ENTRE LIVROS E REPORTAGENS DE JOÃO DO RIO	
Aline da Silva Novaes	
DOI 10.22533/at.ed.8801912066	
CAPÍTULO 7	69
NOTÍCIAS ELABORADAS A PARTIR DE SITES DE REDES SOCIAIS NO CASO MARIELLE FRANCO	
Ingrid Cristina dos Santos	
DOI 10.22533/at.ed.8801912067	
CAPÍTULO 8	80
PÓS-VERDADE E FAKE NEWS: O JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE	
João Marcos Maia de Santana da França Mayara Souza Suzart Daniela Costa Ribeiro	
DOI 10.22533/at.ed.8801912068	

CAPÍTULO 9	88
PROCESSOS DE CONVERGÊNCIA E REORGANIZAÇÃO EM REDAÇÕES JORNALÍSTICAS: UM OLHAR SOBRE A ESTRUTURA E A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS EM CIBERMEIOS BRASILEIROS	
Jonas Gonçalves	
DOI 10.22533/at.ed.8801912069	
CAPÍTULO 10	100
SOBRE AS CAPAS: NOTÍCIAS E PRODUTOS À VENDA NA PRIMEIRA PÁGINA	
Karenine Miracelly Rocha da Cunha	
DOI 10.22533/at.ed.88019120610	
CAPÍTULO 11	113
VISÕES MÍTICAS NA POÉTICA DE SOPHIA DE MELLO BREYNER ANDRESEN E O EFEITO CASSANDRA EM DISCURSOS MIDIÁTICOS	
Gisele Centenaro	
DOI 10.22533/at.ed.88019120611	
SOBRE A ORGANIZADORA	134

PÓS-VERDADE E FAKE NEWS: O JORNALISMO NA CONTEMPORANEIDADE

João Marcos Maia de Santana da França

Faculdade Anísio Teixeira
Feira de Santana - BA

Mayara Souza Suzart

Faculdade Anísio Teixeira
Feira de Santana - BA

Daniela Costa Ribeiro

Faculdade Anísio Teixeira
Feira de Santana - BA

RESUMO: Com a popularização das redes sociais digitais, nos deparamos com uma nova realidade no jornalismo: a necessidade de adaptar-se às novas plataformas e consequentemente às modificações no jeito de se comunicar. O indivíduo que antes consumia notícia apenas por meios tradicionais (rádio, TV, jornal, revista), agora participa deste contexto digital assumindo demandas de consumo, produção e reprodução. Este artigo discute a prática jornalística contemporânea neste momento de pós-verdade: fenômeno social em que apelos emocionais têm mais importância na formação da opinião pública do que fatos objetivos, apurados jornalisticamente, mas que, em alguns casos, não expressam a vontade de uma “massa social”. Relaciona-se a tudo isso as Fake News como modo de operacionalização dessa “nova cadeia informativa”, cujo aspecto

primordial é confundir e não apurar e informar.
PALAVRAS-CHAVE: Pós-verdade; Fake news; Jornalismo; Democracia.

POST-TRUTH AND FAKE NEWS: THE JOURNALISM IN CONTEMPORANEITY

ABSTRACT: Due to the popularization of digital social networks, journalism has come up against a new reality: the need to adapt to new platforms and, consequently, changes in the way of communicating. Those who previously used news only through the traditional media (radio, TV, newspaper, magazine) participate in this new context, digital, as a consumer, producer and multiply content. This article discusses journalistic professional practice in this post-truth moment: a social phenomenon in which objective facts have less influence on the formation of public opinion than appeals to emotion.

KEYWORDS: Post-truth; Fake News; Journalism; Democracy;

1 | INTRODUÇÃO

A realidade é fonte de inspiração para uma série de representações. O jornalismo é um campo profissional em que isso também acontece. O presente artigo discute a

potencialização da pós-verdade e das *fake news* por meio das mídias sociais digitais e seus impactos no jornalismo contemporâneo. Para isso, relacionou-se as narrativas literárias da pós-ficção com a narrativa jornalística atual, e foi apresentado o conceito e diferenças entre pós-verdade e *fake news* e de que maneira se revelam, principalmente através da influência das mídias sociais digitais.

O objetivo deste artigo é discutir a prática jornalística contemporânea neste momento de pós-verdade, trazendo à tona o fenômeno das Fake News como modus operandi de todo esse sistema informativo da pós-verdade: vivenciamos um cenário noticioso em que os apelos emocionais têm mais importância na formação da opinião pública do que fatos objetivos, apurados jornalisticamente, mas que, em alguns casos, não expressam a vontade de uma “massa social”.

Este artigo inicia com a caracterização do conceito de pós-verdade, seguido por uma contextualização das Teorias do Jornalismo neste cenário. As narrativas literárias e os discursos jornalísticos são também caracterizados e analisados como modos de construção pós-ficcional do mundo. E por fim, constextualiza-se as Fake News como instrumentos das narrativas ficcionais contemporâneas, buscando nos alicerces da prática jornalística os modos de defesa e garantia da qualidade do conteúdo noticioso do que se produz e reproduz.

2 | PÓS-VERDADE

O conceito de pós-verdade foi usado pela primeira vez no ano de 1992 em um ensaio do escritor e dramaturgo sérvio-americano Steve Tesich. O termo, eleito pelo Dicionário Oxford como palavra do ano de 2016, é um termo que diz respeito a situações em que a subjetividade (ideologia, opinião, crença pessoal) vale mais que fatos objetivos. Neste sentido, analisar os efeitos da pós-verdade, observando os processos pelo qual ela se apresenta, é entender a dinâmica da sociedade contemporânea em que, a partir do florescimento das mídias sociais digitais, se tornou possível que o indivíduo produza e compartilhe qualquer informação a partir da rede mundial de computadores, transformou a forma de nos comunicarmos e conseqüentemente perceber o mundo.

A *Oxford Dictionaries* é uma organização que faz parte da *Oxford University Press* (OUP), um departamento da Universidade de Oxford, na cidade de Oxford, situada no Reino Unido. É essa organização que elabora dicionários há mais de 150 anos e é responsável por publicar o *Oxford English Dictionary* (OED). Importante repositório de informações sobre o idioma inglês que demonstra como as palavras foram usadas ao longo do tempo e como elas se relacionam umas com as outras.

Segundo a instituição, há evidências de que o termo “pós-verdade” tenha sido usada antes do artigo de Tesich, mas aparentemente com outro sentido, significando “depois que a verdade era conhecida”, e não se referindo a situações em que a verdade se tornou sem importância.

Dessa forma, este contexto social interfere intensamente na prática jornalística contemporânea. Pois, a matéria-prima do trabalho do jornalista é o acontecimento, o fato. Mas, se o fato passa a ser desconsiderado pelo público para julgar o que é verdadeiro ou não, o jornalismo se depara com um novo dilema: reafirmar-se enquanto atividade profissional digna de credibilidade, por ser comprometida com a verdade dos fatos, pautada pela precisa apuração dos acontecimentos e sua correta divulgação, conforme estabelece o código de ética do jornalista.

Ao longo de um ano, o termo pós-verdade ganhou crescente usabilidade e espaço nas manchetes de grandes jornais dos Estados Unidos, principalmente após as campanhas do plebiscito do Brexit e da eleição presidencial do mesmo país, ambas marcadas pela disseminação de notícias falsas através das mídias digitais sociais. Também por isso, conforme realiza anualmente, a Oxford Dictionaries elegeu o termo pós-verdade como palavra do ano de 2016. A expressão significa aquilo que se “relaciona ou denota circunstâncias em que fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e à crença pessoal”.

2.1 As Teorias do Jornalismo à luz da pós-verdade

A prática jornalística da atualidade é caracterizada por uma ampla liberdade produtiva. Um estudo realizado pela Columbia University, intitulado *Jornalismo Pós-Industrial*, retrata esse panorama na perspectiva de que o cidadão comum tem agora, à sua disposição, um banco de informações infinitas e não processadas. Com um cenário digital que exige cada vez mais urgência e velocidade no trato e divulgação das informações noticiosas, aliado a um cenário em que os indivíduos tem cada vez mais dificuldade em discernir entre informação e opinião, chegamos ao que muitos autores caracterizam como “crise de confiabilidade do jornalismo”.

Kovach e Rosenstiel (2003) ressaltam que o jornalismo sofre modificações com o passar dos tempos e das gerações, mas que sua essência permanece a mesma. Para os autores, o objetivo central da atividade jornalística é “contar a verdade de forma que as pessoas disponham de informação para a sua própria independência” (KOVACH; ROSENTIEL, 2003, p. 36). Sendo assim, analisar o jornalismo na era da pós-verdade pressupõe, portanto, adentrarmos aos estudos relativos às Teorias do Jornalismo, como forma de compreendermos as forças simbólicas que permeiam os meios midiáticos e os fatores específicos que fazem com que a mídia, sobretudo no cenário contemporâneo, ainda tenha tanta influência e poder sobre o fortalecimento de discursos sociais em uma agenda dita pública.

Trata-se aqui como agenda um conjunto temático sobre os quais se discorre. Essa agenda afeta a mídia e os públicos. Chamamos assim de agenda midiática uma reunião de temas abordados pelos meios de comunicação e de agenda pública os temas discutidos pelos agentes sociais fora do escopo midiático. Essas agendas estão permeadas de critérios, nuances e características que terão um impacto direto no que

é noticiado jornalisticamente e no que é amplamente disseminado pelos indivíduos. Outros agentes somam-se a esse cenário dos estudos da Agenda Setting e que impactam diretamente na produção e disseminação das notícias. São eles o veículo por onde a mensagem é transmitida e o seu conteúdo, propriamente dito.

Neste ponto, relacionamos diretamente o cenário jornalístico na era da pós-verdade, fortemente influenciado pelo digital, à teoria da Agenda Setting: como transmitir credibilidade na produção de notícias se a agenda midiática dialoga diretamente com os interesses e viés editorial dos veículos midiáticos? E mais: como depositar no receptor a responsabilidade pela checagem de informações quando este, já bombardeado pelo excesso noticioso, não é criticamente instrumentalizado no seu percurso formativo, a ler as mídias de um modo crítico, não conseguindo portanto, como mostram pesquisas na área, diferenciar uma opinião de uma informação jornalística?

Trazendo a hipótese da Espiral do Silêncio, algumas considerações podem ser levantadas, do ponto de vista científico, para tentarmos caminhar na direção de possíveis respostas dessas questões. A pós-verdade, portanto, ganha força em um contexto no qual indivíduos não estão preocupados em credibilizar a prática jornalística, mas fazer dela a sua voz em meio a um cenário midiático de discursos heterogêneos. Os que falam, o fazem através dos discursos majoritários repetidos pelas mídias e os que se calam o fazem por medo de se sentirem isolados. Para a Espiral do Silêncio, a nossa sobrevivência no cenário social público, que podemos relacionar aqui ao digital e às mídias massivas, está diretamente relacionada à capacidade do indivíduo de adotar estratégias de aproximação, reforçando uma das características mais latentes do ser humano: o desejo de pertencimento. Para Filho, Lopes e Peres, no cenário da prática midiática contemporânea “não cabe mais perguntar se, de fato, cada um de nós pensa o que diz pensar” (2017, p. 44). Adotamos discursos compatíveis com o que desejamos expressar/ parecer/ vender, sem nos preocuparmos, no entanto, se esses discursos, jornalísticos ou não, expressam de fato a verdade de uma realidade concreta em que estamos inseridos.

Seja por desconhecimento da estrutura de um texto noticioso, por medo do isolamento, pela necessidade de pertencimento ou mesmo por má-fé, práticas que disseminam discursos falsos cresceram muito nos últimos anos em função do amplo acesso dos indivíduos a mídias massivas de comunicação, a partir da popularização dos smartphones, por exemplo.

Para enriquecer a abordagem aqui proposta, podemos também trazer para o diálogo teórico as ideias disseminadas pela teoria do espelho. Essa teoria diz que o jornalista é como um mediador despretensioso, com função de observar e relatar a realidade fielmente, como um retrato fotográfico, sempre com cuidado para que suas impressões pessoais não influenciem ou interfiram no seu papel de informar, buscando a verdade acima de qualquer coisa.

Então começa o trabalho primordial do jornalista, de separar o joio do trigo, ou seja, separar fatos de opiniões. Neste sentido, a teoria do espelho emerge para

contrapor o jornalismo literário, ideológico, partidário, sensacionalista, evitando todas as formas existentes de subjetividade.

A teoria do newsmaking rebate a teoria do espelho e acredita que o jornalismo “está longe de ser o espelho do real. É antes, a construção de uma suposta realidade.” (Pena, 2010: 128) e mesmo reconhecendo que as notícias retratam a realidade, afirma que também contribuem na construção dessa mesma realidade.

A explicação para a teoria do newsmaking, é que o processo de produção jornalístico acompanha uma demanda industrial e passa por diversas etapas entre pauteiros, repórteres, redatores, editores, diretores, até chegar ao resultado, assim construindo uma nova realidade. Embora haja um padrão para os critérios de noticiabilidade, eles variam de profissionais para profissionais, este poder é atribuído à Teoria do Gatekeeper.

3 | PÓS-FICÇÃO: NARRATIVAS LITERÁRIAS E O JORNALISMO

O jornalista, no exercício da profissão, é um agente produtor e reproduzidor de realidades. Há muito se discute sobre a parcialidade deste profissional no relato que faz dos acontecimentos. Conforme afirma Felipe Pena, não é possível transmitir, através da linguagem, o significado direto, sem mediação, dos acontecimentos. A forma como se constrói a notícia, o filtro da seleção de informações, o olhar de quem reproduz o fato, a palavra empregada, todos esses elementos subjetivos contribuem para a criação/representação de uma realidade com teor de ficção e assim criam suas próprias verdades, sem a necessidade de ter que inventar ou deixar de transmitir fatos.

Neste sentido, é importante ressaltar o que chama-se de pós-ficção: momento em que os romances literários ganham uma nova perspectiva, pondo à prova as noções convencionais de realidade e representatividade, agora não mais percebidas como elementos separados. Desta forma, o fenômeno da pós-ficção aborda as narrativas de forma mais próxima da objetividade.

A ficção sempre esteve presente, assim como está nos ensaios, na reportagem, na autobiografia, e no relato historiográfico, a diferença é que o romance nunca se assemelhou e pertenceu tanto a essas formas como na era da pós-ficção. Na era da pós-verdade o jornalismo se aproxima da ficção e na era da pós-ficção os romances se aproximam da realidade e embora tenham mudado o rumo da sua história, não houve o abandono total da sua essência. “Narrativas, por fim, em que o narrar avança sobre outros limites, o narrar testemunha, o narrar disserta, o narrar critica, o narrar opina” (FUKS, 2017, p. 78).

Romance e testemunho do mundo se fundem ou se confundem como poucas outras vezes. O romance se faz um gênero híbrido, se aproxima do ensaio, da reportagem, da autobiografia, do relato historiográfico, dessas outras formas que já lhe pertenciam, mas assemelhando-se a elas como em nenhum outro tempo (FUKS, 2016, p. 82).

A mídia possui o poder doutrinador de estabelecer verdades absolutas, a partir da representação/criação de realidades, por meio da ficção. Sendo assim, o que está fora do espaço da mídia, passa a não existir no ambiente social. Em suma, só é real e verdadeiro aquilo que a mídia expõe. E para perceber de que forma a ficção atua na pós-modernidade dentro da área comunicacional, é importante compreender que quase tudo – ou tudo – produzido pela mídia é ficção ou usa elementos ficcionais (SCHABBACH, 2009).

Uma ficção produtora de verdade se torna, pois, algo de extrema relevância. A partir do momento em que os indivíduos recorrem ao ficcional com o intuito de encontrar as certezas que não possuem na “vida real”, eles passam a absorver as verdades inerentes àquelas ficções com as quais estão envolvidos, de modo que as suas concepções de mundo e até mesmo a sua maneira de lidar com outras pessoas será influenciada por elas. Assim, nota-se que a ficção se torna uma “entidade” capaz de produzir suas próprias verdades e de influenciar a vida em sociedade (SCHABBACH, 2009).

4 | PÓS-VERDADE E FAKE NEWS

É inevitável discutir a pós-verdade sem adentrar nas problemáticas que podem advir da divulgação de informações mentirosas com estética de notícia. Pós-verdade e *fake news* apesar de se relacionarem intensamente possuem características que as diferenciam. Segundo Chiara Spadaccini de Teffé, compreende-se por *fake news* conteúdos inverídicos, distorcidos ou fora de contexto que são espalhados como se fossem notícias com a intenção de promover desinformação ao público de forma proposital. Interferindo assim na percepção do público em relação à realidade.

Fake news é um elemento que se ambienta no fenômeno da pós-verdade. Ambos não emergem da contemporaneidade, mas se reconfiguraram neste contexto de conectividade digital.

A história registra casos em que, através dos meios de comunicação tradicionais, informações falsas eram utilizadas para tentar interferir na formação da opinião pública. Durante a Segunda Guerra Mundial, por exemplo, o Reino Unido criou uma série de rádios que se passavam por estações alemãs, para transmitir, além de músicas e resultados de futebol, notícias falsas e comentários contra Adolf Hitler.

No livro “Padrões de Manipulação da Grande Imprensa”, o jornalista Perseu Abramo relacionou cinco estratégias para distorcer as notícias e acreditava que os órgãos de imprensa não refletiam a realidade. A partir da leitura de cada um dessas estratégias, fica perceptível que as *fake news*, que hoje circulam também no ciberespaço, seguem a mesma lógica das apresentadas pelo autor.

Em sua obra, Abramo apresenta as seguintes definições: Padrão de Ocultação: refere-se à ausência de fatos reais na produção da imprensa; Padrão de Fragmentação: O real é estilhaçado e dividido em milhões de fatos desconhecidos entre si, desligados

de seus antecedentes e das consequências, evitando assim a consciência crítica do contexto; Padrão de inversão: Após a descontextualização, há troca de lugares e de importância dos fatos. São quatro as formas de inversão: Da relevância dos aspectos, da forma pelo conteúdo, da versão pelo fato e da opinião pela informação; Padrão de indução: Combinação de graus de distorção para induzir a população a enxergar uma realidade artificialmente inventada; Padrão Global: Refere-se à ilusão de apresentar a realidade de forma completa, total, global, definida e acabada.

Com o boom da conectividade digital, a partir da década de 1990, antigas práticas, como a divulgação de mentiras, também sofreram transformações devido ao novo contexto tecnológico de comunicação que se desenvolveu, no qual a propagação de discursos ganham proporções potencialmente maiores e que se legitima à medida em que é circulado.

Nesse sentido, o jornalismo se depara com mais um desafio que compromete a credibilidade da profissão, em um contexto que a produção de conteúdo descentralizada e em larga escala possibilita que inúmeros internautas criem seu canal de produção de conteúdo, sem necessariamente estarem comprometidos com a verdade e com a deontologia a qual deve estar submetido o jornalista.

Em resposta, começam a surgir novas empresas jornalísticas especializadas em checagem de informações, agências e projetos de *fact-checking*, os quais utilizam métodos de checagem para certificar o grau de confiabilidade das informações disponibilizadas em sites, blogs, discursos de autoridades, e se esses dados apresentados foram apurados e obtidos através de fontes confiáveis.

Levantamento do Duke Reporter's Lab mapeou 149 iniciativas de checagem de informações em todo mundo. Mais de 70% deles estão na Europa e América do Norte e apenas os Estados Unidos contam com boa parcela deste montante: 47 projetos. Ainda segundo o estudo, o Brasil ocupa o segundo lugar entre os países com mais checadores. São 8 iniciativas entre as 15 identificadas na América do Sul. Essa posição pode ser resultado de diversos fatores que vão do senso de oportunidade comercial à preocupação genuína sobre a crescente influência ilegítima de *bots* espalhadores de notícias falsas no debate público.

5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo propôs a compreensão da pós-verdade no jornalismo a partir dos efeitos produzidos pelo uso das mídias sociais digitais, no contexto atual. O trabalho tem como recorte o ano de 2016, em que a expressão foi escolhida como palavra do ano pelo dicionário Oxford. Em uma época que fatos objetivos são menos influentes na opinião pública do que as crenças pessoais, o campo se torna fértil para a disseminação de *fake news*.

O momento é decisivo para que o jornalismo se consolide como agente de combate

às notícias falsas usando como base um trabalho rigoroso de apuração de fatos e defesa da credibilidade pautado na ética e compromisso com a objetividade, pilares para a prática da profissão. Nesse cenário, as agências de *fact-checking* ganham espaço ao investigar, repassando ao público e aos próprios veículos jornalísticos o que foi checado sobre determinadas informações.

A importância deste estudo repousa sobre a ascensão do tema pós-verdade, fenômeno que afeta diretamente a prática jornalística em sua atuação social, comprometendo a credibilidade do exercício profissional do jornalista neste contexto de conectividade digital. Por outro lado, também destaca-se o florescimento de negócios em jornalismo, voltados especialmente à apuração de informações, diante da precarização das redações e demissões em massa.

6 | REFERÊNCIAS

Abramo, Perseu. **Padrões de Manipulação da Grande Imprensa**. São paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2016.

FEDERAÇÃO Nacional dos Jornalistas. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf. Acesso em 02 mai. 2018.

FUKS, Julián. **Ética e Pós-Verdade**. Porto Alegre e São Paulo: Dublinense, 2017.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir**. São Paulo: Geração editorial, 2003.

OXFORD Dictionaries . Word of the Year 2016 is... Disponível em: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Acesso em: 21 mai. 2018.

PENA, Felipe. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2010.

SILVA, Nayane Maria Rodrigues da. **Fake News: A revitalização do jornal e os efeitos Fact-Checking e CrossCheck no noticiário digital**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Fortaleza - CE – 29/06 a 01/07/2017. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-0191-1.pdf> Acesso em: 21 mai. 2018.

SOUZA, Carlos Afonso e PADRÃO, Vinícius. Quem lê tanta notícia (falsa)? Entendendo o combate contra as “fake news”. Disponível em: <https://feed.itsrio.org/quem-l%C3%AA-tanta-not%C3%ADcia-falsa-entendendo-o-combate-contra-as-fake-news-70fa0db05aa5>. Acesso em: 21 Mai. 2018.

STENCEL, Mark; GRIFFIN, Riley. Fact-checking triples over four years. Disponível em: <https://reporterslab.org/fact-checking-triples-over-four-years/>. Acesso em: 16 mai. 2018.

TEFFÉ, Chiara. **Fake news: como proteger a liberdade de expressão**. Disponível em <https://feed.itsrio.org/fake-news-como-protoger-a-liberdade-de-express%C3%A3o-e-inibir-not%C3%ADcias-falsas-8058aedd9f5c>. Acesso em: 20 Mai. 2018.

Agência Brasileira do ISBN
ISBN 978-85-7247-388-0

