

CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS/MG

JORNALISMO

THAYNÁ ARAÚJO FERNANDES

**FATO E FAKE: a apuração e suas implicações no processo de formação da notícia no
telejornalismo**

**Varginha
2019**

THAYNÁ ARAÚJO FERNANDES

**FATO E FAKE: a apuração e suas implicações no processo de formação da notícia no
telejornalismo**

Trabalho apresentado ao curso de Jornalismo do Centro
Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-
requisito para obtenção do grau de bacharel em Jornalismo,
sob orientação do Prof. Stefano Lombardi Lopes

**Varginha
2019**

THAYNÁ ARAÚJO FERNANDES

**FATO E FAKE: a apuração e suas implicações no processo de formação da notícia no
telejornalismo**

Monografia apresentada ao curso de Jornalismo do Centro
Universitário do Sul de Minas Gerais - UNIS/MG como pré-
requisito para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo
pela Banca Examinadora composta pelos seguintes
membros:

Aprovado em: / /

Prof. Stefano Lombardi Lopes

Prof.^a Gisele Cristina Nishiyama

Prof.^a Fernanda Gomes da Costa e Queiroz

Dedico todo esse trabalho àqueles que contribuíram para que eu pudesse concluí-lo. Dedico, principalmente à Virgem Maria que passou na frente dos meus desafios.

AGRADECIMENTOS

A caminhada universitária não foi nada fácil, mas, se eu pudesse voltar atrás, viveria as mesmas alegrias e tristezas, inseguranças e felicidades, pois essa é a realização de um sonho de menina que é ser jornalista. Agradeço ao meu Deus que sempre me deu forças para continuar este percurso. Agradeço aos meus pais Dario Acácio Fernandes e Juliana Araújo Fernandes. Aos meus avós Maria de Lourdes Araújo e Sebastião Araújo. Ao meu irmão, Taciano Araújo Fernandes e ao meu tio Pedro Araújo. Agradeço ao meu companheiro de vida, Wagner Luiz Ribeiro por todo incentivo. Aos meus amigos, frutos da providência Divina, que formam a minha segunda família, em especial Milena, Renata, Carol, Melissa, Maicon e Ana Luísa que compartilharam dos melhores quatro anos da minha vida. Agradeço imensamente ao meu orientador Stefano Lopes por toda a confiança e por indicar a luz nos momentos de blecaute. Agradeço aos meus professores e os colegas de trabalho que sempre serão exemplos para que eu nunca esqueça de ser uma profissional dedicada e ética. Todos vocês são minhas inspirações.

“A apuração é o mais importante para a notícia, da mesma forma como a notícia é o mais importante para o jornalismo.”

Juarez Bahia.

RESUMO

Este trabalho aborda a importância da apuração jornalística em meio ao fenômeno das fake news e pretende apontar as principais implicações deste fenômeno no processo da formação da notícia no telejornalismo. O aumento de notícias falsas disseminadas nas redes sociais digitais vem interferindo no trabalho de apuração e dificultam a formação de reportagens com informações precisas. O objetivo deste trabalho é apresentar o processo de apuração de dados em uma emissora de televisão, expor o cenário das fake news desde o seu surgimento, para no fim, identificar as consequências de produzir uma notícia em meio a este fenômeno das inverdades. Este estudo será realizado através da pesquisa bibliográfica e de pesquisa analítica na técnica qualitativa realizando entrevistas com produtores de reportagens de três emissoras de televisão de Varginha (MG) a fim de exemplificar como é feita a apuração jornalística nestes veículos e as dificuldades encontradas para produzir um material verídico que apresente os vários lados da notícia. A análise aponta que a apuração é o princípio de todo o trabalho dos jornalistas responsáveis pelas checagens das informações. Nas emissoras entrevistadas, não existe um núcleo especializado para apuração das fake news, entretanto, são feitos projetos de conscientização para esclarecer o que são notícias falsas e o perigo de compartilhá-las deliberadamente com informações inverídicas.

Palavras-chave: Telejornalismo. Apuração. Fake News.

ABSTRACT

This paper discusses the importance of journalistic investigation amidst the phenomenon of fake news and intends to point out the main implications of this phenomenon in the process of news formation in television journalism. The increase of false news disseminated on digital social networks has been interfering with the investigation and making it difficult to form reports with accurate information. The aim of this paper is to present the process of data collection in a television station, expose the scenario of fake news since its inception, and finally, to identify the consequences of producing news in the midst of this phenomenon of untruths. This study will be conducted through bibliographic research and analytical research in qualitative technique conducting interviews with news producers of three television stations in Varginha (MG) in order to exemplify how the journalistic investigation is made in these vehicles and the difficulties encountered in producing a true material presenting the various sides of the news. The analysis points out that the investigation is the beginning of all the work of journalists responsible for checking information. In the interviewed broadcasters, there is no specialized nucleus to investigate fake news, however, awareness projects are made to clarify what is false news and the danger of deliberately sharing it with untrue information.

Keywords: *Telejournalism. Investigation. Fake News.*

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 CONTEXTO HISTÓRICO DO JORNALISMO	11
2.1 Telejornalismo no Brasil	13
3 NOVA ERA DA COMUNICAÇÃO	16
3.1 Popularização no consumo das tecnologias	17
4 FAKE NEWS	20
4.1 Fenômeno comunicacional	21
5 A APURAÇÃO NO TELEJORNALISMO	24
5.1 Consequências da má apuração: caso Escola Base e caso Escola Magnum	24
5.2 O processo de produção na formação da notícia	27
5.3 Como enfrentar o desafio de apurar ao fenômeno das fake news	30
6 PESQUISA ANÁLITICA COM PRODUTORES DE REPORTAGENS	32
7 CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS	38
APÊNDICE	42

1 INTRODUÇÃO

Esta monografia “FATO E FAKE: a apuração e as implicações no processo de formação da notícia no telejornalismo” vai analisar como o processo de apuração é de fato importante para a veiculação da notícia em uma emissora de televisão em meio ao fenômeno comunicacional denominado fake news e como ele interfere na formação da notícia.

Para bem executá-lo, no capítulo “Contexto Histórico do Jornalismo” com o apoio bibliográfico de Sousa (2008), Abreu e Silva (2012) e Pereira (2008) será apresentado o contexto histórico em o jornalismo está inserido desde os primeiros registros de transmissão de informação na Mesopotâmia até o surgimento da televisão na Europa e a sua chegada até o Brasil através de Assis Chateaubriand. Também será apresentado o surgimento e evolução do jornalismo televisivo no Brasil e qual o cenário na relação de confiabilidade entre o telespectador brasileiro e os telejornais.

No capítulo “A nova era da comunicação” será contada a história do surgimento da internet e a influência da era digital no trabalho jornalístico na televisão que abre margem para uma discussão de âmbito muito atual que é a crescente e desordenada disseminação de informações através das mídias sociais, transformando os telespectadores em produtores e consumidores de seu próprio conteúdo. Os autores que embasam este capítulo são Abreu (2009), Lins (2013) e Steganha (2010).

O capítulo “Fake News” traz uma das essências do trabalho que é a apresentação de dois termos comunicacionais: pós-verdade e fake news. A primeira palavra foi escolhida como a palavra do ano, segundo a Universidade de Oxford. A segunda palavra é consequência da primeira e apresenta-se como um fenômeno comunicacional no cenário mundial e que vem gerando um grande trabalho para os jornalistas que modificaram o modo de trabalhar as informações, adaptando-se a frenética evolução da internet e da propagação das redes sociais. Para ajudar a incorporar este capítulo, os autores utilizados foram Gosciola (2003), Cardoso et al (2018), Genesini (2018), Xavier (2018) e Lopes (2001).

Já o capítulo “A apuração jornalística” descreve sobre um dos princípios do jornalismo que é a checagem dos fatos. Também é apresentado dois casos de más apurações e condenações da imprensa sem provas que apresentaram consequências graves para os envolvidos nas ocorrências. Neste capítulo ainda é apresentado um exemplo fictício envolvendo as fake news no

meio de trabalho de uma emissora de televisão e quais os desafios de apurar na era digital. Os autores que respaldam o capítulo são Federação Nacional dos Jornalistas, (1985), Ribeiro (1995), Silva (2005), Santi (2011), Xavier e Rodrigues (2013) e Porcello e Brites (2018).

Antes de apresentar a conclusão, será apresentada uma pesquisa analítica na técnica qualitativa realizando entrevistas com produtores de reportagens de três emissoras de televisão de Varginha (MG) que busca obter exemplos para compreender a apuração jornalística em veículos de comunicação e o impacto das fake news na checagem das informações e como driblá-las para produzir um material verídico.

É importante ressaltar a contribuição deste trabalho para a comunidade jornalística que poderá compreender o impacto das notícias falsas no processo de apuração em uma emissora de televisão, as consequências de uma apuração malfeita e o perfil do novo público que se comporta como produtor e consumidor de conteúdo.

Em vista dos pontos apresentados acima, este estudo pretende explorar as implicações na apuração jornalística para se veicular uma matéria em uma emissora de televisão em meio as fake news, baseando-se em autores que sustentem esta tese e possam esclarecer a importância de uma checagem bem-feita.

2 CONTEXTO HISTÓRICO DO JORNALISMO

Em síntese, a missão do jornalista é transmitir os fatos da forma mais verídica a fim de atender a necessidade de comunicação de uma região ou comunidade.

[...] o jornalismo é uma representação discursiva da vida humana na sua diversidade de vivências e ideias. Assim, pode dizer-se que o jornalismo vai buscar a sua origem mais remota aos tempos imemoriais em que os seres humanos começaram a transmitir informações e novidades e a contar histórias, quer por uma questão de necessidade (nenhuma sociedade, mesmo as mais primitivas, conseguiu sobreviver sem informação), quer por entretenimento, quer ainda para preservação da sua memória para gerações futuras (o que, simbolicamente, assegura a imortalidade). (SOUSA, 2008, p. 5).

Com a invenção da escrita, os primeiros registros de transmissão de informação surgiram como atos administrativos a partir dos escribas egípcios para marcar os achados arqueológico. Em Roma, nos anos de 59 a.C, quando o governador Júlio César criou o Acta Diurna em que anunciava os feitos e a política para ao seu povo, mas como não havia papel, eles divulgavam as notícias em grandes placas estilo “outdoor”. Na China, jornais escritos a mão surgiram no século VIII. “Foi essa transmissão de dados por meios externos, não biológicos, que permitiu à espécie humana dominar o mundo e ser uma população em aumento exponencial.” (HAWKING, 2002 apud SOUSA, 2008).

Um dos grandes divisores da profissão jornalística surgiu a partir da invenção da prensa de papel inventada pelo alemão Johannes Gutenberg que modificou a maneira de transmitir as notícias.

[...] o sistema tipográfico de Gutenberg (desenvolvido mais ou menos entre 1444 e 1456, ano em que provavelmente foi impressa a Bíblia de quarenta e duas linhas ou de Mazarino). A cultura escrita começa, no Renascimento, a adquirir uma importância superior à cultura oral. São, assim, vários os exemplos de antepassados do jornalismo actual que coexistem durante aquele período, como as crónicas e as cartas, mas também apareceram os almanaques, importantes para a vulgarização do impresso. (SOUSA, 2008, p. 56).

Outro divisor de águas para o jornalismo foi a criação do telégrafo em 1844 que permitiu agilizar o repasse das informações nas redações jornalísticas, surgindo grupos editoriais com grande influência. E em 1896, Guglielmo Marconi, o físico e inventor italiano que criou o primeiro aparelho de rádio do mundo. Ele uniu as pesquisas sobre indução eletromagnética de Michael Faraday realizada em 1831 e a pesquisa sobre ondas eletromagnéticas de Heinrich Rudolf Hertz em 1888 e revolucionou a comunicação à distância, permitindo ao jornalismo ser

instantâneo. “A aceleração dos fluxos noticiosos, suportada por infraestruturas tecnológicas (telégrafo, telefone...) e dispositivos jornalísticos (agências de notícias...), bem como as necessidades sociais de informação criaram, assim, condições para o florescimento da imprensa popular noticiosa [...]” (SOUSA, 2008, p. 103).

A televisão foi um marco não só para o jornalismo, mas possibilitou mudar a comunicação no planeta com a evolução de vários estudos de cientistas que primeiro estudaram como transformar a energia luminosa em energia elétrica, depois a transmissão das imagens a distância, a criação da célula fotoelétrica. Tudo isso aconteceu entre os anos de 1817 até 1906, entretanto, “não se pode indicar um único cientista responsável pela invenção da televisão pois muitas foram as contribuições feitas por vários estudiosos. Cada nova descoberta se utilizava dos conhecimentos anteriores já disponíveis.” (ABREU; SILVA, 2012, p. 2).

Segundo Abreu e Silva (2012), em 1920, John L. Baird montou o primeiro protótipo de televisão:

Em 1920, tendo como base o trabalho de Niptow, o cientista escocês John Logie Baird realizou as primeiras transmissões através do sistema mecânico. Surge na Rússia, em 1923, o a partir dos estudos de Wladimir Kosma Zworykin¹, o iconoscópio, invento que utilizava o tubo de raios catódicos, um tubo especial que elimina o processo mecânico desenvolvido por Nipkow. O escocês Baird conseguiu transmitir contornos de objetos à distância em 1924; e, no ano seguinte, 1925, John Logie Baird transmitiu, de sua casa, imagens à distância do seu vizinho Willian Taynton, à casa ao lado, fazendo de Taynton o primeiro homem televisado ao vivo na história da televisão, utilizando o padrão mecânico e definição de 30 linhas.

Em 1930 foi realizada na Inglaterra a primeira transmissão de um programa de televisão com imagem composta por 240 linhas, padrão mínimo que os técnicos chamavam de "alta definição", por garantir boa qualidade e nitidez. Todo este fato aconteceu através da BBC que foi a primeira emissora de televisão do mundo. Posterior a isso, os sistemas das transmissões de televisão pulverizaram em toda a Europa. As transmissões de televisão pública passaram a ocorrer na Alemanha em 1935 e posteriormente na União Soviética em 1938 e nos Estados Unidos em 1939 que realizou a transmissão televisiva, com imagem e som, do discurso do presidente Franklin D. Roosevelt marcando o início da comunicação eletrônica no continente Americano. (ABREU; SILVA, 2012, p. 3).

Segundo Pereira (2008), em 1950, o jornalista Assis Chateaubriand marcou a vinda da televisão para o Brasil. Ele era dono do conglomerado de empresas de comunicação Diários e Emissoras Associadas e importou dos Estados Unidos, os equipamentos necessários para

transmissão televisiva. E assim, em 18 de setembro de 1950, através do canal 3 da TV Difusora, posteriormente TV Tupi, em São Paulo, realizou a primeira transmissão de televisão do país, sendo assistida por meio de 200 aparelhos importados por Chateaubriand e espalhados pela cidade. A chegada da televisão no Brasil foi o pontapé para uma era de inovação e informação.

2.1 Telejornalismo no Brasil

Os anos se passaram e o aprimoramento no “modo de fazer televisão” foi ficando cada vez mais profissional, buscando inicialmente a linguagem da rádio, do teatro e do jornalismo impresso. Segundo Pereira (2008), nos dez primeiros anos, poucas transformações foram incorporadas ao setor e apesar da inovação em comunicar, os aparelhos de TV eram muito caros e dificultavam a popularização do meio de comunicação.

Novas emissoras surgiram a exemplo da TV Paulista, TV Record e TV Excelsior. Este surgimento possibilitou a expansão da TV para o nordeste do país. A TV Tupi produziu o primeiro jornal brasileiro em 1951 com o nome de Imagens do Dia que foi produzido com estrutura simples e ao contrário do que o nome pode induzir, apresentava poucas imagens que eram feitas em preto e branco ou por fotos, sem som. O apresentador produzia textos e fazia narrações espelhadas no rádio. Este jornal durou um ano na grade da TV. (PEREIRA, 2008, p.3).

Ao perguntar para os mais antigos, o que era o Repórter Esso, sem sombra de dúvidas, foi o primeiro telejornal brasileiro que obteve sucesso e existiu entre 1953 a 1970, habitualmente às 19h45. O *videotape* ou fita de vídeo para os íntimos surgiu no final dos anos 50, mas começou a ser utilizado em 1960 e possibilitou a gravação dos programas que puderam ser transmitidos em várias cidade do Brasil. Juscelino Kubitschek ao inaugurar a nova capital, Brasília, em abril de 1960, pode transmitir seu feito para todo o país, investindo então, na implantação de infraestrutura para viabilizar as transmissões a distância, a fim de atingir um maior número de telespectadores. (PEREIRA, 2008, p. 3).

Um fato importante para o desenvolvimento do país foi a criação da Rede Globo de Televisão. Segundo Santos (2005), a emissora entrou no ar em 26 de abril de 1965, após 15 anos do surgimento da televisão no Brasil. Em meio a um período de mudança política e apoio a ditadura provinda do golpe militar, ocorrido em 1964.

Pereira (2008) conta que em 1969, a emissora fez duas de suas transmissões mais importantes: a chegada do homem à Lua foi transmitida através do satélite em julho e em setembro, a primeira emissão jornalística em rede do Jornal Nacional, que se tornou líder de audiência e referência da imprensa nacional, sendo um dos principais chefes da programação da casa. O jornal foi criado por Armando Nogueira e era transmitido para todo país, dando início às operações em rede e gerando um novo estilo de jornalismo.

Neste período, Guimarães e Fernandes (2012) evidenciam que “[...] a antiga máxima “a televisão mostra, a rádio conta e o jornal explica” atingiu o seu ápice.”, dominando os veículos de comunicação pelo mundo, com evolução constante dos avanços tecnológicos.

Nos anos 70 e 80, o jornalismo conquistou maior espaço e relevância na TV tanto pela sua tecnologia quanto pela repercussão social pelo país. Em 1972, a realização da primeira transmissão a cores da TV brasileira, tendo o PAL-M3 como o sistema adotado. Desta forma, as propagandas, vinhetas e cenários passaram a ter total importância na transmissão da informação, aumentando a qualidade na produção. (PEREIRA, 2008, p. 4).

Para Pereira (2008), a televisão brasileira evoluiu através da expansão no número de aparelhos receptores de TV nas residências do país, a consolidação do sistema de transmissão em rede e surgimento do videocassete. Em 1975, promulga-se a Lei de TV a Cabo, N° 8.977 que segregou o telespectador com perfil mais exigente e com maior poder aquisitivo à escolha de uma numerosa diversidade de canais à sua disposição.

O primeiro canal exclusivo de telejornalismo foi criado em 15 de outubro de 1996 e foi chamada de Globo News com vinte e quatro horas de notícias no ar, caracterizado pelo dinamismo e agilidade, trazendo à tona o resumo do que acontece no cenário brasileiro e no mundo. Desta forma, a década de 90 ficou marcada pelas novas tecnologias das emissoras que propiciaram a maior proximidade com o telespectador, criando enquetes e jogos através de ligações e fax. (PEREIRA, 2008, p. 6).

Anos 2000 e o acesso aos aparelhos de televisão do Brasil podem ser feito de três formas até chegar ao telespectador: “a) antena comum, que caracteriza o serviço gratuito, ou seja, a TV aberta; b) por cabo; c) parabólica apontada para um satélite (as duas últimas situações se enquadram em formas de transmissão paga).” (PEREIRA, 2008, p. 2).

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Brasil (2018) que analisou os domicílios brasileiros no

quarto trimestre de 2016, nas 69 milhões de casas brasileiras, apenas 2,8% não têm TV e que 34,8% dos domicílios com televisão tinham recepção do sinal de televisão por antena parabólica e 33,7% dos domicílios com televisão possuíam acesso à televisão por assinatura.

Isto comprova que mais de 50 anos após a chegada da televisão ao país, o brasileiro ainda considera a presença do conteúdo televisivo em sua residência, sendo que, em parte dos casos, o telejornal se transforma no contato do telespectador com as informações ao seu redor.

Através deste, as pessoas têm o contato com o mundo, o país, o estado e a sua cidade, fruto de um projeto soberano de performance que, concomitantemente, pode ser considerado instantâneo, à medida que o jornalista aparece na tela e concisamente dá a notícia. [...] Na atualidade, os telejornais veiculam as mais variadas notícias, comentários e outras informações relativas ao tempo, maré, esportes, que são produzidas por uma determinada emissora ou por uma rede. (PEREIRA, 2008, p.2).

E como a evolução da comunicação e do jornalismo não parou por aí, é necessário compreender como advento do computador, da internet e dos smartphones reinventaram o trabalho no telejornalismo.

3 NOVA ERA DA COMUNICAÇÃO

Atualmente vive-se em uma realidade em que o domínio das tecnologias digitais determina o papel que o jornalista deve exercer para administrar de uma forma positiva a quantidade de informações que circulam na internet, entretanto, pode-se dizer que para tudo que para todas as conquistas de hoje, existiu a pré-história da internet que está relacionada aos avanços e estudos que aconteceram no período da Guerra Fria (1945-1991) como reação do governo norte-americano ao Projeto Sputnik da antiga União das Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS), em 1957. Ou então, a criação do Departamento de Defesa dos Estados Unidos por meio da ARPA - Administração dos Projetos de Pesquisa Avançada que foi o estímulo para implantar um sistema de informação em rede, em 1968. Todos estes feitos foram motivados pela corrida espacial do homem à Lua. (ABREU, 2009, p. 2).

Posteriormente, segundo Abreu (2009, p. 2), o Grupo Time/Warner percebeu o potencial econômico desta rede de computadores e primeiro provedor de serviços comerciais on-line foi chamado de CompuServe que começou a operar em 1979, nos Estados Unidos. Na sequência, Prodigy surge como um novo provedor dos serviços comerciais online no mercado norte-americano apoiado por grupos de acionistas alemães e franceses. “Uma nova fase se abriu quando a Net atraiu interesses comerciais e seu uso se ampliou.” (BRIGGS; BURKE, 2006 apud ABREU, 2009).

Ainda de acordo com Abreu (2009, p. 3), em 1989, Tim Berners-Lee, um pesquisador inglês do Instituto de Pesquisa Europeu CERN, idealizou conectar o seu computador próprio à uma rede mundial, em que cada computador seria um arquivo desta rede e poderia ser acessado de qualquer lugar, se estivesse ligado à Net, em que cada documento ou “página” era um hipertexto armazenada em um website. A esta ideia “chamou de ‘World Wide Web’” o que ficou conhecido hoje como o popular “www”. (BRIGGS; BURKE, 2006 apud ABREU, 2009).

Lins (2013, p. 24-25) descreve que grupos de programadores começaram a desenvolver software para acessar os websites.

Em 1992, o primeiro projeto bem sucedido veio à luz, o Mosaic, um web browser semelhante aos que usamos até hoje. Sua tecnologia e seu design permitiam mostrar a página de conteúdo do sítio de modo agradável e navegar entre as informações por meio das referências, os hyperlinks, campos nos quais o usuário poderia clicar com um mouse para deslocar-se a outras páginas ou sítios. A navegação na Internet havia nascido. Com

a proposta, em 1992, do primeiro web browser, viabilizou-se a abertura ao público em geral da rede de redes. No mesmo ano, o Congresso dos EUA liberou o uso comercial da rede. A Internet, a partir de então, entraria em rápida expansão [...]

Ainda segundo Lins (2013, p. 22), em 1989, aqui no Brasil, surgiu a Rede Nacional de Pesquisas – RNP que foi a precursora da internet brasileira sendo implantada com uma infraestrutura de comunicação para fins acadêmicos e foi custeada a partir de capital das fundações estaduais de amparo à pesquisa. A rede cresceu rapidamente. Em 1996, já contava com 7.500 domínios. Em 2000, com 170 mil. Em 2006, um milhão. Em 2014, três milhões e meio.

Desde então, é claro o entendimento de que o tempo que separa a atual era da comunicação no Brasil e no mundo das primeiras experiências com a comunicação de dados foi crucial para a imensurável expansão, refinamento e avanços nas técnicas e estruturas e principalmente ajudou a popularizar as tecnologias para além das grandes empresas e as classes mais altas. (LINS, 2013, p. 13).

3.1 Popularização no consumo das tecnologias

Em pleno século XXI é possível ver como a evolução das tecnologias foram essências para a sobrevivência da humanidade, entretanto, “a Internet e as tecnologias da informação e comunicação modificaram os conceitos de tempo e espaço da humanidade. Agora, somos regidos pela velocidade e pela instantaneidade.” (STEGANHA, 2010, p. 9).

E por meio de novas tecnologias, Lopes (2010, p. 17-18) descreve que “o acesso ao consumo cultural, num primeiro momento restrito a pequenas parcelas da população, generaliza-se rapidamente, incorporando inclusive as classes de baixa renda.”

Esta popularização do consumo está diretamente ligada à difusão das ideias da indústria cultural que estimula a consumação de produtos a fim de participar de círculos sociais. Este é um dos fatores para a ascensão dos dispositivos digitais, principalmente smartphones em todas as classes sociais do país que estão transformando a maneira como as informações chegam até os usuários.

Segundo Meirelles (2019), em sua pesquisa pela Fundação Getúlio Vargas, existem cerca 420 milhões de dispositivos digitais (computador, notebook, tablet e smartphone) em uso no

Brasil, ultrapassando o número de habitantes que de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Brasil (2018) são mais de 210 milhões de pessoas.

Segundo, ainda, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – Brasil (2018), o Brasil ganhou 10 milhões de internautas em 01 ano e os idosos representam o grupo que mais aumentou percentualmente entre os novos usuários da web. O smartphone lidera como principal meio de conexão à rede utilizando as redes sociais e a internet. Entretanto, em 1964, Marshall McLuhan já alertava sobre a relação da humanidade com a tecnologia.

Qualquer invenção ou tecnologia é uma extensão ou autoamputação de nosso corpo, e essa extensão exige novas relações e equilíbrios entre os demais órgãos e extensões do corpo. [...] Como extensão e aceleração da vida sensorial, todo meio afeta de um golpe o campo total dos sentidos. (MCLUHAN, 1964, p. 63).

Steganha (2010, p. 9) destaca que

[...] o corpo passa a ser dependente das tecnologias em diferentes graus de intensidade, mas de maneira irreversível. Essa sujeição tornou-se mais intensa com uma mudança de paradigma que começou a ser percebida a partir de 2004, derivada de um novo ambiente tecnológico e social [...]

Já para o jornalismo, em todas as suas vertentes, esta influência e avanços tecnológicos foram fundamentais para realizar uma transformação drástica no modo de trabalho jornalístico em meios de comunicação de massa como a televisão.

Por meio de novas tecnologias, os meios de comunicação de massa parecem ter sido “engolidos” pela rede mundial de computadores e deixaram em cheque o antigo esquema trabalhado pela mensagem no qual se tinha um emissor e um receptor como partida e chegada da mensagem respectivamente. (BENIGNO NETO, 2008, p. 1).

Em vista disso, pode se dizer que a internet é um sistema universal que trabalha com a linguagem de todas as mídias e para o jornalismo televisivo é indispensável.

O produtor de reportagens, o repórter, o controlador de áudio e imagem, o gerente de jornalismo, ou seja, todos os envolvidos no processo de formação da notícia foram beneficiados com o advento da sociedade da informação. Desta forma, a apuração de dados e repasse de informações podem ser feitas de forma mais rápida e com menos dificuldade. “Com um clique ou

uma ligação para um telefone móvel ou fixo é possível saber o que acontece do outro lado do planeta em tempo real. [...] Basta um e-mail, um SMS, um telefonema, um scrap ou uma ‘twittada’ para se obter instantaneamente a informação.” (STEGANHA, 2010, p. 13).

Steganha (2010, p. 14) ressalta também que da mesma forma que a tecnologia facilitou o trabalho das “emissoras”, também facilitou o contato dos receptores com as ferramentas digitais para também poder auxiliar na confecção das notícias.

Transformou-se, portanto, a relação entre quem faz notícia e a quem recebe, pois, a mesma pessoa pode consumir e produzir seu próprio conteúdo, sem precisar se preocupar com crivos de editorias ou chancelas das emissoras.

Toda esta modificação no acesso e disseminação das informações deu abertura para um fenômeno da comunicação chamado *fake news*. Este interfere diretamente no trabalho jornalístico televisivo por conta do grande acesso à informação que a internet por meio dos computadores e smartphones proporcionam aos seus usuários. Portanto, estudar a interferência da internet na disseminação das informações é fundamental para entender quais caminhos que o telejornalismo deverá trilhar para se destacar com desempenho íntegro em meio a propagação de tantas notícias falsas.

4 FAKE NEWS

Já diziam os antigos que “quem conta um conto, aumenta um ponto”, ou seja, desde quando o mundo é mundo existe a rede social e os repasses de informações, sejam elas verídicas ou não, entretanto, as histórias atingiam um âmbito restrito de pessoas, por isso existem ditados e contos especiais de cada cidade ou região.

Gosciola (2003, p. 28) destaca que “em outros tempos, comunicar seria troca de informações, ao estabelecer algum relacionamento entre indivíduos. Na atualidade, com as facilidades de acesso à comunicação entre as mais diversas e longínquas culturas, essa definição sofre expansão.”

Já Cardoso et al (2018, p. 15) evidencia que foi no século XX que se criaram condições para que lá na frente, o fenômeno das fake news surgissem, pois os meios de comunicação em massa atingiram uma dimensão fundamental da vida social e política da população.

O termo “*fake news*” que traduzido do inglês significa “notícias falsas” e emergiu em 2016 com relação e como consequência de outro termo: pós-verdade.

A pós-verdade foi escolhida para integrar o dicionário Oxford como a palavra do ano de 2016 com a seguinte definição: Relacionar ou denotar circunstâncias nas quais fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e crença pessoal. (Oxford, 2019, tradução nossa). E esta definição foi escolhida após dois acontecimentos mundiais: a saída da Grã-Bretanha da União Europeia, apelidada de “Brexit” (de Britain e Exit) e a eleição de Donald Trump como presidente dos Estados Unidos.

Todos estes fatos evidenciaram uma percepção geral, segundo Genesini (2018, p. 3):

A partir daí e em todo o ano de 2017 as notícias falsas ficaram em evidência. Sintetizando e simplificando a percepção geral: a epidemia de notícias falsas fez com que os eleitores e a opinião pública tomassem decisões equivocadas, baseadas na emoção e em crenças pessoais, ao invés de em fatos objetivos.

Entretanto, não basta explicar o conceito. O debate surge na intencionalidade na criação das fake news. Lins e Silva (apud XAVIER, 2018, p.8) explicam que “a notícia falsa pode ser uma notícia incorreta, mal apurada, mal escrita. Estamos falando aqui é de notícia fraudulenta, intencionalmente produzida com o objetivo de obter algum determinado fim, político ou não”. Portanto, “uma divulgação errada, imprecisa, descontextualizada, ou com um título que induz o

leitor ao erro, por exemplo, pode levar o ar de falsidade à notícia, mas, ao utilizarmos o termo fake news nos referimos às histórias falsas criadas intencionalmente.” (XAVIER, 2018, p. 8). As fake news apresentam-se como um fenômeno e para compreendê-las, é preciso entender como elas influenciam na relação de confiabilidade com o público.

4.1 Fenômeno comunicacional

Para entender o fenômeno das fake news, é preciso explicar a importância de um fenômeno comunicacional que segundo Lopes (2001, p. 02-03), atinge três níveis de envolvimento na sociedade:

Como um fenômeno e este, como um processo, que se desenvolve [...] em três níveis: psíquico, social e midiático. Entende-se o primeiro como o essencial das operações cognitivas humanas, o segundo, como a construção e a integração do self à ordem social e o terceiro, como a interação do conjunto do processo comunicacional em um sistema de representação e de significação baseado ou relacionado às mídias.

Ou seja, ao colocar as fake news em análise nos três níveis do autor citado, pode-se dizer que a disseminação do que é inverídico atinge o psíquico do indivíduo que por muitas das vezes não sabe se a notícia é verdadeira, entretanto, por não gostarem do conteúdo veiculado no link, repassam para seus contatos que o acompanha sem checar a veracidade com a seguinte justificativa: “Não sei se é verdade, mas vou repassar!”.

As fake news também atingem a esfera social ao modificar ou provocar ações individuais ou no coletivo. Um caso grave de divulgação de fake news aconteceu no bairro Morrinhos IV, na periferia de Guarujá, no litoral de São Paulo, em maio de 2014. Fabiane Maria de Jesus que foi confundida com uma mulher que era acusada de ser sequestradora de crianças e tinha suas fotos divulgadas nas redes sociais. Uma mulher viu seu filho conversando com Fabiane e gritou aos moradores do bairro que ela seria a sequestradora, o que desencadeou um processo de fúria coletiva que culminou no linchamento da mulher por cerca de 100 pessoas e outras mil presenciaram a morte da moça por conta das violentas agressões.

Já o que se diz respeito ao processo midiático, muitas das vezes, as notícias falsas provêm das redes sociais que proporcionaram “um espaço de expressão livre onde praticamente qualquer informação poderia ser produzida, transmitida e recebida.” (CARDOSO et al, 2018, p. 16).

Segundo um estudo da agência de marketing social Lynx, foi feita uma análise do perfil dos internautas brasileiros que constatou que cerca da metade do público estudado que tem de 14 a 30 anos passa, pelo menos, cinco horas por dia conectado às redes sociais. Outro ponto levantado pelo estudo é 68% dos entrevistados utilizam o Facebook como meio de informação. E na ordem das redes mais frequentadas pelos internautas, o WhatsApp fica em primeiro lugar, seguido pelo Facebook em segundo lugar e Youtube, Instagram e Twitter são, respectivamente, terceiro, quarto e quinto colocados. (FERRARI, 2016 apud MELIM, 2019).

Por isso, as fake news influenciam na relação de confiança dos telespectadores com os veículos de comunicação, pois se notícias falsas providas das redes sociais, são divulgadas nos telejornais sem a devida checagem, podem causar uma séria crise de credibilidade para o veículo.

Exemplos muito claros são os sites de tradicionais veículos de comunicação como Folha de S. Paulo, Estado de Minas e G1, que é o portal de notícias da Rede Globo, que em várias situações deixam de ter credibilidade para dar lugar e crédito às publicações de familiares, amigos e conhecidos que por sua vez também não apuram a veracidade das informações criando um ciclo de desinformação.

Inclusive, a Edelman que é uma conceituada empresa de relações públicas americana e a maior do mundo em receita que realiza desde 2001, o Trust Barometer é uma pesquisa global que calcula as ações sobre a confiança dos habitantes com relação às suas quatro instituições regentes: negócios, governo, ONGs e mídia. Em 2019, a pesquisa apontou que 41% dos brasileiros não confiam nas mídias e que em um ranking de desconfiança o Brasil aparece na 46ª colocação. Outros dados apresentados são que os brasileiros acreditam mais nas ferramentas de buscas como o Google (72%) do que nas mídias tradicionais como televisão e rádio (63%). Já as mídias sociais como o Facebook e WhatsApp apresentam 47% de confiança dos brasileiros. (EDELMAN, 2019).

Lins (2013, p. 37) destaca que “o individualismo decorrente da interação com a tela e a rede dissolveu o pressuposto dos veículos de massa tradicionais, em que uma audiência passiva se agregava ao redor dos aparelhos receptores, sobretudo nos refeitórios e na sala de estar das residências.” O que fica claro até aqui é que a partir de agora, as notícias não provêm apenas da mídia tradicional e o público passa a ter acesso contínuo a redes sociais criando uma independência informacional, pois basta um clique para saber o que está acontecendo ao redor e a tecnologia proporcionou infinitas opções: uma rádio universitária de outro estado, o perfil de um

influencer no Instagram, o grupo de notícias no WhatsApp, o portal de notícias online do seu bairro ou a tv universitária da cidade.

Este fenômeno apresenta-se como um grande desafio, pois as notícias falsas atingem a emoção do público. Xavier (2018, p. 8) explica que “as fake news têm forte apelo emocional, provocando sensações como surpresa, angústia e medo ou trazendo à tona paixões e crenças ideológicas.” E por estes motivos, as notícias apelativas capturam os cliques e visualizações de forma quase que irracional e não passam pelos filtros da apuração como o lide que responde às perguntas: o quê? quem? quando? onde? como? e por quê?

Em vista disso, várias indagações surgem ao relacionar o fenômeno das notícias falsas frente à apuração jornalística. Existem métodos que podem ajudar a esclarecer as fake news? A participação do público pode ser aproveitada de alguma forma? E a principal dúvida, como realizar o trabalho de apuração e não cair em ciladas das notícias falsas? Para responder todas estas perguntas, é preciso entender o que é a apuração jornalística em sua essência, quais as etapas e a importância deste trabalho para a credibilidade de uma emissora de televisão.

5 A APURAÇÃO NO TELEJORNALISMO

Se for criado um ranking sobre as atividades mais importantes dos jornalistas, o primeiro lugar, sem sombras de dúvidas, seria preenchido pelo item: rigor na apuração das informações. Não é por menos que um dos artigos do Código de Ética dos jornalistas brasileiros coloca a apuração como um dos princípios básicos da profissão, “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”. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 1985, p. 1)

Para o telejornalismo, a prática profissional da apuração é fundamental, pois os erros provocam a falta de credibilidade, portanto, é essencial aliar o imediatismo e a agilidade à checagem apurada dos fatos. A apuração consiste em realizar um levantamento de dados com órgãos oficiais, envolvidos, cruzamento de informações para extrair a notícia da maneira mais fiel ao acontecimento. Todo este trabalho é fundamental para evitar que graves erros aconteçam, podendo modificar drasticamente a vida dos envolvidos como, por exemplo, o caso que ficou conhecido nacionalmente como Escola Base que aconteceu em 1994 e o caso da Escola Magnum que aconteceu em outubro de 2019. Estes dois cenários valem ser somados a este trabalho.

5.1 Consequências da má apuração: caso Escola Base e caso Escola Magnum

O caso da Escola Base aconteceu em março de 1994, na cidade de São Paulo. De acordo Ribeiro (1995), Icushiro Shimada e Maria Aparecida Shimada eram donos da Escola de Educação Infantil localizada no bairro da Aclimação na zona sul de São Paulo. Paula Milhim era sócia da escola, professora e cuidava da parte pedagógica, já Cida cuidava da área administrativa. Maurício Monteiro Alvarenga era marido de Paula e era o motorista da Kombi da escolinha. Saulo e Mara Nunes, pais do aluno Rodrigo também estão envolvidos com a história.

No dia 28 de março, todas as pessoas citadas, tiveram suas vidas modificadas drasticamente após serem acusados por duas mães (Lúcia Eiko Tanoue e Cléa Parente de Carvalho) de abusar sexualmente de crianças de quatro anos de idade, alunos da escolinha, no apartamento do coleguinha Rodrigo. Elas prestaram a queixa na 6ª Delegacia de Polícia, na zona sul da cidade, no plantão que era do delegado Antonino Primante. “[...] foi no seu plantão que as

vítimas acionaram a Rede Globo, descontentes com os resultados obtidos.” (RIBEIRO, 1995, p. 24)

Então, o delegado solicitou um mandado de busca e apreensão na casa da família Nunes e a partir daí, com o caso na imprensa, muitas informações que não foram confirmadas começaram a serem divulgadas e outros pais procuraram a imprensa para realizar denúncias, invertendo ordem e buscando a delegacia depois.

No dia 1º de abril, surgiu uma nova “vítima”, agora por meio de denúncia telefônica à delegacia. A acusadora era identificada apenas como a “mãe de R.”, segundo *O Estado*, ou “mãe de C.”, segundo *a Folha*. Os jornais, portanto, aceitavam publicar qualquer denúncia, mesmo de pessoas não identificadas. A imprensa não era mais movida pelo *animus narrandi*, ou intenção de narrar. O que estava mais do que presente era o *animus denunciandi*, ou compulsão por denunciar. Esta prática é chamada também de “denuncismo”. (RIBEIRO, 1995, p. 56)

As matérias dos jornais e telejornais baseavam-se nos relatos dos pais e Ribeiro conta que nos discursos da mídia os acusados já eram tratados com criminosos, como o Clipping do jornal Estadão que dispensando o uso do verbo no futuro do pretérito: “[...] Os donos da escola usavam a Kombi da própria escola para levar os alunos de 04 e 06 anos a local onde eles presenciavam relações sexuais e eram fotografados e filmados.” O autor ainda reitera (1995, p. 58) que no momento da emoção “os jornalistas perdiam, também a preocupação com a exatidão das informações publicadas.”

Rede Globo, Jornal Estado de São Paulo, Jornal Folha da Tarde, Jornal Estadão. Grandes jornais do país divulgaram o caso com grande sensacionalismo e suposições. E os acusados, escondidos por lugares no país para ficarem a salvo de linchamentos, mas a reputação já havia sido manchada de forma injusta.

No começo do mês de abril, “[...] a bola de neve chegava ao final do abismo. Os suspeitos começaram a semana acusados de abuso contra duas crianças e terminaram com sete acusações. Ainda teriam drogado as crianças e poderiam ter passado doenças venéreas e o HIV para elas.” (RIBEIRO, 1995, p. 61-62). Ou seja, todas as mídias que divulgaram as notícias se basearam no depoimento dos acusantes, sem a real comprovação dos abusos.

Tudo começou a ser esclarecido depois dos depoimentos dos acusados e a falta das provas apresentadas pelo delegado Edelson Lemos. Todos os fatos desta história aconteceram a partir do dia 26 de março de 1994 e somente em 22 de junho de 1994 é que as pessoas que foram acusadas

como abusadores das crianças foram inocentados pelo delegado Gérson de Carvalho. Quer dizer que foram 89 dias até provarem que eles eram inocentes. E apenas em 07 de abril de 1995 que o inquérito foi arquivado por determinação do juiz Francisco Galvão Bruno, entretanto o estrago já havia sido feito e o “julgamento” não foi por viés judicial e sim, via midiática sobre Icushiro Shimada e Maria Aparecida Shimada (donos da escola), Paula Milhim e Maurício Monteiro Alvarenga (professora e motorista, respectivamente) e Saulo e Mara Nunes (pais de um aluno).

As consequências para os envolvidos foram e ainda são irreparáveis, pois, se deseja acabar com a vida de um indivíduo, acabe com sua reputação. E mesmo com todos os processos que foram movidos pelo envolvidos contra o Estado e a mídia, suas reputações foram destruídas. A Rede Globo foi condenada a pagar indenização de R\$ 1,35 milhão e o Estado de São Paulo condenado a pagar aos seis acusados R\$ 457 mil. As instituições entraram com recursos.

Uma das críticas de Brickmann in Ribeiro (1995, p. 7-8) foi que o material obtido após a visita no local devida ter sido questionado e que principalmente era um conteúdo que passou na mão de várias pessoas como pauteiros, editores, chefes e que nenhuma delas indagou a falta da ótica dos vizinhos, empregados do prédio. Isso aponta que toda a revisão foi feita automaticamente e faltou o faro da apuração.

Já o segundo caso a ser explanado deixa claro que mesmo com exemplo da falta de apuração e confirmação das informações no caso da Escola Base. Em pleno ano de 2019, ainda acontecem condenações da imprensa contra uma pessoa que não foi condenada, apenas acusada. O caso aconteceu na Escola Magnum repercutiu na mídia nas últimas semanas e o suposto caso de abuso de uma criança de 03 anos tomou conta do noticiário.

Gomes (2019, p. 1) conta em sua matéria no site Brasil de Fato, que “no dia 2 de outubro, a mãe de um aluno do Colégio Magnum, em Belo Horizonte, procurou a polícia para registrar um Boletim de Ocorrência contra um trabalhador da instituição. [...] Ao todo, sete boletins foram registrados.”

O estagiário de Educação Física, Hudson Nunes de Freitas, de 22 anos, viu sua vida virar de cabeça pra baixo quando recebeu estas denúncias. Mensagens circulavam no WhatsApp com várias notícias falsas sobre o caso e textos julgando Hudson como um abusador. Segundo Gomes (2019, p. 1) “em duas semanas, os veículos da mídia comercial mineira divulgaram o caso endossando a conclusão de que o trabalhador não seria um suspeito, mas o culpado das acusações.”

A Polícia Civil realizou uma investigação intensiva: mais de 41 pessoas foram ouvidas, entre elas as crianças que estão envolvidas com as denúncias, vídeos de segurança da escola, a perícia no celular do suspeito e foram realizados diversos exames de corpo de delito pelo IML de Belo Horizonte. (GOMES, 2019, p. 1)

No dia 17 de outubro suspendeu as acusações contra Hudson e decidiu não o indiciar por falta de provas. Gomes (2019, p. 1) esclarece o que a Polícia Civil constatou: “A equipe multidisciplinar da Polícia Civil destacou que as crianças envolvidas no caso provavelmente foram influenciadas, em seus depoimentos, por conversas entre os pais e principalmente pela cobertura da midiática do caso.”

Em entrevista no estúdio para o telejornal MG1 da afiliada da Rede Globo em Belo Horizonte, Hudson declarou sua indignação em ter que provar sua inocência mesmo estando livre de qualquer culpa. "A gente, antes de acusar uma pessoa, a gente tem que ter provas sobre isso. Não adianta sair fazendo escândalos, acusando alguém sem ter provas. Por que, a partir do momento que você acusa alguém sem ter provas, você acaba estragando a vida de uma pessoa que é inocente" (MG1, 2019, p. 1)

A análise que é possível de ser feita após a apresentação destes dois casos é que este tipo de comportamento vindo da mídia, especialmente dos telejornais, pode ceifar com a reputação dos envolvidos e causar muitos transtornos como depressão, ansiedade, isolamento, síndrome do pânico. “Atualmente eles convivem com diversas consequências do caso, como estresse e fobia, cardiopatia” (GOMES, 2019, p. 1). Quer dizer que estes são exemplos de como a apuração, cautela e a ética profissional são fundamentais no trabalho jornalístico para evitar catástrofes midiáticas.

5.2 O processo de produção na formação da notícia

Segundo Bahia (1990) apud Santi (2011), a apuração “é o processo que antecede a notícia e que leva à formulação final do texto”. E na hora da apuração, existem técnicas de abordagens que são adotadas a fim de poderem detalhar as informações e esclarecer todas as dúvidas.

Já a apuração jornalística adquiriu um caráter padronizado, elegendo, por exemplo, a entrevista como uma técnica jornalística, introduzindo a pauta como condutor da ação do repórter e absorvendo as novas tecnologias na rotina de trabalho – como denuncia o uso

intensivo do telefone como recurso para contato com as fontes de informação. (SANTI, 2011, p. 144)

Pode-se dizer que a investigação se torna atividade cotidiana do jornalista que recolhe informações para montar notas e pautas para os jornais de sua emissora e o processo de produção para colocar uma matéria no telejornal é extenso. Envolve várias pessoas, mas para que tudo isso aconteça, o primeiro passo é a chegada das informações até a emissora. Isso pode acontecer de várias formas como, por exemplo, através de ligações nos telefones fixos e celulares da emissora, através das mídias sociais como publicações no Facebook, Instagram ou por bate papo no WhatsApp. Este é um dos processos do jornalismo que envolve os telespectadores que transmitem notícias, fotos e vídeos e uma das coisas que podem ser observadas nestas participações é que a pessoa que a sua foto ou vídeo no telejornal se considera importante para emissora. Isso traz representatividade e audiência do público da cidade X. Também é possível fazer contato pela ferramenta fale conosco que, geralmente, é colocada no portal de notícias da emissora. Outra forma são as informações que chegam de forma direta para os funcionários: repórteres, produtores, gerência e outros trabalhadores da emissora e também são indicações diretas vindas das assessorias de imprensa das empresas tanto governamentais como particulares com releases e ofertas de pautas.

Portanto, são inúmeros caminhos que a notícia pode percorrer até chegar à emissora, entretanto, em todas estas circunstâncias, é primordial a realização da checagem dos dados recebidos. Como isso é feito? A base da apuração é a confirmação de órgãos oficiais como Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, Polícia Civil, prefeituras, defesas civis, Ministério Público, entre outros. Se confirmado o acontecimento, a checagem passa para a segunda esfera que preza pelos envolvidos no caso como as vítimas ou parentes, pessoas que presenciaram o fato, denunciantes, etc.

Depois de fazer este procedimento, entra em jogo a questão os critérios de noticiabilidade. E a pergunta para este momento é: com as informações que foram obtidas, é relevante a produção desta reportagem? Ou será apenas uma nota no jornal? Silva (2005, p. 96) destaca que a produção da notícia deve compreender os critérios que norteiam a noticiabilidade:

É no percurso dessa longa cadeia produtiva da notícia que devemos investigar a rede de critérios de noticiabilidade, compreendendo noticiabilidade (newsworthiness) como todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da

categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais.

Para explicar o critério de noticiabilidade e exemplificar a formação de uma notícia, utilizar-se-á uma situação hipotética que pretende esclarecer as questões levantadas.

O fictício exemplo em que a área em questão será acidente automobilístico entre um ônibus e uma carreta em Aparecida/SP com relação com a cobertura de uma emissora de televisão do Sul de Minas Gerais com sede em Varginha/MG. No suposto acidente dez pessoas morreram e vinte e quatro ficaram em situação grave no hospital da cidade. Se fossem pessoas que não tem relação com o sul do estado não é interessante para a emissora reproduzir esta matéria. Entretanto, um texto e fotos começaram a ser repassados pelo WhatsApp de forma quase que instantânea avisando que o ônibus era da cidade de Ouro Fino localizada no Sul de Minas que fica a 213 km de distância do local do acidente e transportava os moradores da cidade para visitar o Santuário de Nossa Senhora Aparecida. Neste momento, o cenário muda completamente, pois nesta situação, a repercussão e os impactos na região sul-mineira seriam muito grandes.

Após a análise da relevância das informações recebidas, a sequência é partir para a formação da notícia. Ainda analisando o caso hipotético do acidente do ônibus com os romeiros entra em questão, a logística e editoria para fazer a matéria: é possível e necessário deslocar a equipe de reportagem até Aparecida? Ou a matéria será feita na cidade X com a comoção dos familiares e amigos? A apuração ainda está sendo feita, a editoria que são as pessoas responsáveis pela decisão das pautas opta por deslocar a equipe para o local do acidente o mais rápido possível, já que é distante e a situação é bem grave. Os repórteres vão para a cidade a fim acompanhar as vítimas no hospital e as liberações do corpo pelo IML e no dia seguinte outra equipe para Ouro Fino. São estas decisões que vão nortear a produção da pauta para que o repórter possa saber o trabalho que irá realizar in loco. “A pauta é o assunto da matéria, geralmente é dada pelo editor chefe. [...] Nela tem que ter todas as informações pesquisadas sobre o entrevistado, para realizar a reportagem é primordial conter os nomes dos entrevistados, perguntas e o local.” (XAVIER; RODRIGUES, 2013, p. 2-3)

Para a parte da produção interna, cabe aos produtores atualizar os estados de saúde das pessoas que ficaram internadas, saber os horários que os corpos chegarão a Ouro Fino, que horas

serão os velórios e enterros, buscar familiares para saber quem era estas pessoas, onde trabalhavam, por quais funerárias os corpos serão trazidos para a cidade.

Entretanto, logo que a equipe sai para a viagem, a produção consegue contato com a Polícia Rodoviária Federal que ao se deslocar ao local, constatou que recebe que o ônibus não era de Ouro Fino e sim, Ouro Verde/SP e que as mensagens que circularam no WhatsApp eram fake news. Nesta situação hipotética, é possível reparar é que todo o empenho da emissora foi em vão, pelo simples fato de ser uma notícia falsa, mentirosa. Se no começo do processo, a apuração tivesse sido feita de forma completa, obtendo as informações essenciais com órgãos oficiais, não teria sido gasto trabalho e gasolina em vão.

Este é um exemplo figurado que retrata a produção que envolve uma notícia e como é a apuração é fundamental para facilitar o fluxo de informações e nortear o trabalho do jornalismo televisivo que deve se atentar à checagem dos dados e enfrentar o fenômeno fake news. A pergunta é: como isso pode ser feito?

5.3 Como enfrentar o desafio de apurar em meio ao fenômeno das fake news

O compromisso do jornalista, de forma sucinta, é publicar a verdade, entretanto, as fake news surgem como um empecilho ao sentido oposto da veracidade. Porcello e Brites (2018, p. 12) explicam que a mentira chega antes, “vende mais jornal” do que a verdade e a expansão exponencial das fake news nos ambientes virtuais das redes sociais é uma das explicações para os prejuízos em todos os setores da sociedade contemporânea.

Por isso, um dos desafios de apurar com excelência na era digital é o curto espaço de tempo e a quantidade reduzida de jornalistas. Santi (2011, p. 145) destaca que “a produção com poucos recursos e em períodos exíguos de tempo para uma publicação cada vez mais acelerada conduz a uma simplificação do método de trabalho jornalístico e por vezes acaba por limitar a capacidade de captar e verificar informações.” E como as fake news são quase que “pegadinhas” a atenção é fundamental para evitar a divulgação das notícias falsas.

É dever do jornalista “oferecer desafios, propor questionamentos e provocar inquietações para que a audiência que consome notícias pela televisão saiba distinguir verdade e mentira nas informações que recebe.” (PORCELLO E BRITES, 2018, p. 2) Portanto, para não divulgar notícias falsas, o telespectador precisa desenvolver o pensamento crítico e cabe às emissoras de

televisão elaborar projetos de conscientização sobre as fake news para que a frase “se está na internet, é verdade” caía por terra.

Outra forma possível para evitar ser pego pelas fake news é conhecer fontes confiáveis ao longo da área de cobertura de sua emissora, pois, além dos órgãos oficiais, é necessário estabelecer parceiros e freelancers de boa índole. E mais uma vez, não sair publicando ou veiculando as informações sem a devida checagem dos dados.

As circunstâncias apresentadas acima são maneiras de realizar a apuração mesmo estando imerso em um mar de notícias falsas, entretanto, para poder ter uma noção ainda mais realista da influência das fake news no telejornalismo, foram feitas entrevistas com três produtores de reportagens das emissoras de televisão de Varginha (MG) a fim de analisar suas respostas e exemplificar a importância do trabalho de checagem de dados para os telejornais.

6. PESQUISA ANALÍTICA COM PRODUTORES DE REPORTAGEM

Para elucidar a ação das fake news no trabalho do telejornalismo regional, uma pesquisa analítica foi feita através de entrevistas presenciais com três produtores de reportagens de três emissoras de Varginha (MG).

A pesquisa analítica, segundo Fontelles et al (2009, p. 6):

É o tipo de pesquisa quantitativa que envolve uma avaliação mais aprofundada das informações coletadas em um determinado estudo, observacional ou experimental, na tentativa de explicar o contexto de um fenômeno no âmbito de um grupo, grupos ou população. É mais complexa do que a pesquisa descritiva, uma vez que procura explicar a relação entre a causa e o efeito.

Deve ser levado em consideração que as três emissoras são compostas por redações pequenas. Duas delas são afiliadas de emissoras influentes e a terceira é uma emissora veiculada a prefeitura da cidade.

A primeira pergunta da entrevista foi “como é realizada a apuração jornalística em sua emissora?” e as respostas valem ser colocadas na íntegra:

Entrevistado A: “A apuração na minha emissora, como em qualquer outra televisão, qualquer meio de comunicação, a gente tem que checar muito bem e como a gente faz essa apuração? Assim que a gente recebe uma notícia ou uma sugestão tem que primeiro buscar a confirmação de fontes oficiais, recebe um vídeo sobre um atropelamento agora em tal lugar. Primeiro, vamos ver se procede a informação? Ah, os bombeiros se deslocaram, mas não tem informação. Onde que é? Ah, na rua tal, no bairro tal, vamos ver se tem um vizinho ou um comércio lá perto? Vamos ligar pra gente checar se realmente isso aconteceu naquele lugar? Por quê? Hoje esses vídeos, principalmente em redes sociais, em WhatsApp, eles viralizam rápido demais e quantas vezes a gente vê uma história atribuída determinada cidade você vai apurar, não é nada? Fontes oficiais no primeiro momento pra ver se aquilo tem fundamento, depois vamos para as fontes que podem estar envolvidas, fontes no local. A apuração em si pra gente ter um start, o ponto de partida pra correr atrás de uma notícia é esse, sempre uma confirmação oficial alguém que está no local, alguém muito confiável que a gente pode ter o trabalho de mandar uma equipe ou de investir naquela notícia.”

Entrevistado B: Olha, aqui na nossa emissora, nós tomamos todo o cuidado possível para checar as informações que chegam e nós fazemos apuração da seguinte forma: usamos as mesmas redes sociais que mandam muito material, para checar se essa informação é verdadeira ou não, de onde é que veio as pessoas que estão sendo citadas, o barulho do celular apitando é o tempo todo. Então nós temos aí, as mesmas redes sociais que propagam fake news, mais internet mais telefone, mais os contatos. Então aqui, a apuração ela tá sempre sendo feita diariamente. São três repórteres, comigo, somos quatro jornalistas, além da equipe técnica, mas eu peço a todos, o motorista, a senhora que faz o café, os editores, operador de áudio, para todo mundo me trazer notícias com fontes sérias. De onde é que você tirou isso? Quem te falou? É sério? E no finalzinho, mesmo no gargalo do jornal, o apresentador ainda vai e checa por último, antes de levar o ar.

Entrevistado C: Na emissora onde eu trabalho, a apuração é feita principalmente a partir das fontes oficiais: polícia, hospital, prefeituras. São todas aquelas fontes que tenham o embasamento profissional e que possam falar sobre um determinado assunto. Segundo, quando a gente não consegue fontes oficiais, a gente sempre tenta o mais próximo possível do fato, ou seja, algum especialista, algum profissional. Então, a gente sempre apura aquela notícia que chega para gente por fontes oficiais, quando a gente não consegue a princípio, como por exemplo um acidente de trânsito, muitas vezes uma equipe da polícia, do SAMU, do Corpo de Bombeiros pode estar no local do acidente. Então, naquele primeiro momento, a gente não consegue informação com a fonte oficial, então podemos conseguir com algum motorista que estava ali no local do acidente e ele pode relatar para gente. Isso são as informações iniciais que chegam para gente por meio de WhatsApp, por meio de telefone, né? E aí com o tempo, a gente vai confirmando vai afinando esses detalhes com as fontes oficiais.

Já ao serem questionados se alguma notícia já havia sido veiculada de forma errada, o entrevistado A respondeu que ainda não foram divulgadas notícias falsas, entretanto já aconteceu erros na apuração jornalística que tiveram que ser reparados no dia seguinte e destacou ainda que a tecnologia, apesar de disseminar grande número de notícias falsas, ajuda a checar os dados recebidos. O entrevistado B afirma que é muito difícil estas situações ocorrerem, mas tudo pode acontecer e que o jornalismo está suscetível a divulgar informações equivocadas e destaca que as pessoas que produzem as fake news estão se “profissionalizando” e se torna cada vez mais complicado realizar a apuração. O entrevistado C respondeu que já aconteceram problemas na

confirmação das informações e precisaram fazer a correção, entretanto é mais honesto com o público que isso seja feita de forma clara e objetiva, buscando realizar um jornalismo que preza a verdade e que lutam todos os dias para fazer uma boa apuração a fim de evitar os erros de checagem. Percebe-se que nas respostas dos três entrevistados a apuração se destaca como grande importância no trabalho das emissoras, entretanto todas reconhecem que estão passíveis de erros.

Ao perguntar se existe um núcleo especializado na descoberta das fake news, os três entrevistados foram unânimes e contaram que não existem recursos para criar este tipo de sessão na emissora, porém, destacam a importância de um núcleo de apuração com os produtores de reportagens com experiência e boa relação com as fontes.

Ao questionar quais técnicas para evitar as fake news, o entrevistado A respondeu que é muito fácil reconhecer as notícias falsas e a relação com a tecnologia como os sites de fact-checkings e até o Google, que facilita a identificação de algo que seja falso. O entrevistado B evidencia que a melhor técnica é o básico do jornalismo: checagem dos dados. Ir a fundo com os personagens e as fontes oficiais, tirar todas as informações. Já o entrevistado C contou que dependendo da gravidade da informação, buscam colocar duas pessoas para apurarem o caso para agir de forma mais rápida e eficaz. Outra técnica também é a utilização dos sites de checagens disponíveis na internet.

Sobre a relação das mídias sociais e a internet com a apuração jornalística, o entrevistado A destacou que a mudança da era digital trouxe a interatividade e o retorno do telespectador sobre os assuntos do jornal. São eles também que mandam as notícias, ou seja, se eles transformam em aliados na conquista das informações, além de facilitar as checagens dos dados no trabalho dos jornalistas. O entrevistado B contou que esta mudança foi primordial, entretanto, ainda sim o trabalho dos apuradores deve ser feito de forma mais atenta e na contramão da ação dos jornalistas, ele reconhece que a internet dá a possibilidade de que qualquer pessoa seja o “repórter” da notícia e muitas das vezes estes “repórteres” podem não realizaram apuração de forma correta. Já o entrevistado C contou que a tecnologia ajudou toda logística da emissora, a produção de pautas, a interação dos telespectadores, e a vida das equipes de reportagens que são capazes de produzir um link ao vivo ou material para a reportagem através do smartphone. Ele avaliou o advento da internet de uma forma muito positiva.

Ao serem questionados sobre emissoras desenvolverem um trabalho de conscientização com os telespectadores pelo fim das fake news, o entrevistado A respondeu que é complicado

realizar este tipo de trabalho, pois, eles tratam com uma grande diversidade de público que está muito relacionado com entendimento da pessoa em relação às informações, mas dentro da programação do telejornal, eles buscam explicar o que são notícias falsas e principalmente a não confiarem em tudo que veem no WhatsApp, por exemplo. Já o entrevistado B apresentou que sua emissora tem uma produção voltada para a área educativa e por isso, já realizaram várias campanhas contra a disseminação das notícias falsas. O entrevistado C respondeu que este ano o tema de um dos projetos mais importantes da emissora que é voltado para a área escolar, escolheu as fake news como objeto de estudo a fim de conscientizar desde a adolescência a seriedade com que as informações devem ser tratadas e que matérias sobre este conteúdo foram apresentadas em seus três telejornais.

Na pergunta sobre o futuro da apuração e a responsabilidade das novas gerações, o entrevistado A comentou que não existe como prever como o jornalismo será exercido por conta da velocidade dos avanços tecnológicos, então, ele diz que a base deve ser o que já conhecido: apurar todos os dados recebidos. Para aqueles que chegam, ainda devem ficar atentos à boa checagem e sites confiáveis, a essência ainda é o profissional de jornalismo. O entrevistado B destaca também que o que deve ser preservado é a essência do gosto pelo jornalismo e buscar sempre aprender cada vez mais, principalmente, as mídias sociais e emitir sempre uma notícia bem checada para garantir a credibilidade. E por último, o entrevistado C revela que o ideal é se adequar e compreender muito bem a era da internet e utilizá-la como aliada para especializar ainda mais no básico que é o ato de apurar. A receita que ele acha possível é unir o tradicional da produção jornalística que é a checagem de informações junto a ideias inovadoras e tecnologia.

Em vista do que foi exposto através das entrevistas, fica claro que na formação das notícias nos telejornais, o essencial é a certeza das informações que estão sendo divulgadas e isso só é possível através de um trabalho de apuração bem feito, utilizando objetividade dos fatos. O cerne é apurar de forma honesta, correndo atrás da notícia e usando a tecnologia a seu favor, driblando as fake news.

7 CONCLUSÃO

O jornalismo, em sua base, deve prezar por uma apuração completa para produzir notícias verídicas e fiéis aos acontecimentos. Esta monografia buscou analisar o princípio da apuração frente ao fenômeno das fake news fazendo a exposição da história do jornalismo, a chegada da televisão ao Brasil, o surgimento dos telejornais brasileiros, a modificação que o advento da internet e mídias digitais provocaram na produção telejornalística e principalmente o surgimento do termo fake news e a sua influência no trabalho da apuração e formação das reportagens no telejornalismo.

Esta abordagem se apresenta com total relevância no universo jornalístico, visto que, segundo Jorge (2017, p. 62) a notícia é um produto cultural vivo, em que existe um processo de mudança constante tanto em relação ao modo de produção quanto a transmissão das informações e a interatividade. Ou seja, para obedecer a todas estas transformações, o novo jornalismo deverá estudar as transformações da nova era digital, principalmente perante aos desafios das notícias falsas, visto que, este fenômeno surge como um dos grandes problemas da comunicação moderna.

De acordo com Kuchenbecker (2018, p. 1)

São as notícias falsas que visam unicamente a deturpar e confundir as pessoas e propagar a tragédia, gerando medo e desordem. São informações noticiosas que não representam a realidade. São compartilhadas na internet, principalmente, por meio das redes sociais. Por serem, normalmente, de conteúdo polêmico e apelativo, atraem facilmente a atenção das massas, especialmente aquelas mais desinformadas, desprovidas de senso crítico.

Isto quer dizer que, quantos mais desinformada for a população, mais chances de as notícias falsas serem disseminadas. Esta situação fica mais alarmante, uma vez que atualmente existe uma grande polarização política em todo o mundo e que as eleições municipais de 2020 se aproximam e a circulação de informações e notícias dos candidatos e partidos irão bombar nas redes sociais.

Por isso, cabe ao jornalista, quanto formador de opinião, a preservação dos princípios da profissão. Para isso, Kuchenbecker (2018, p. 1) destaca em seu artigo:

Checar a informação e testar seu conteúdo é fundamental. Mesmo que não se consiga aquele 'furo' de reportagem. Vamos assumir cada vez mais a responsabilidade pela

informação qualificada e correta. Vamos condenar o imediatismo, a boataria, bem como a notícia mentirosa, falsa que destrói. Como formadores de opinião, precisamos zelar para que se forme um povo mais culto, mais educado, mais ético.

Para os novos jornalistas, é necessário que se tornem profissionais que tenham capacidade de trabalhar com várias mídias integradas como texto, vídeo, edição, web e possam utilizá-las na batalha frente às fake news. A luta contra as notícias falsas ainda está no começo e a interferência deste fenômeno nas notícias dos telejornais ainda será tema de muito estudos na área de Comunicação, pois, além da prática jornalística, as inverdades atingem o campo das ideologias sociais.

Sendo assim, conclui-se que o que não pode mudar na constituição de um profissional íntegro de Jornalismo é a essência da apuração e checagem das informações recebidas. O correto no jornalismo em geral é respeitar a existência de um conjunto de regras procedimentais de apuração de um fato que visam produzir notícias a partir de um conjunto de habilidades e técnicas, como por exemplo a observação de eventos e de seus desdobramento, entrevista com fontes de informações, leitura de documentos e outros dados de natureza técnica. (SANTI, 2011, p. 2). Ou seja, o jornalismo deve, acima de tudo, manter o seu compromisso na divulgação da verdade com ética e respeito aos colegas de profissão, ao público e as fontes que auxiliam nas produções das notícias.

GENESINI, Sílvio. A pós-verdade é uma notícia falsa. **Revista USP**, São Paulo, n. 116, p. 45-58, 2018. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/revusp/article/download>>. Acesso em: 30 set. 2019.

GOMES, Amélia. **Mais uma vez, mídia condena sem provas**. 2019. Disponível em: <<https://www.brasildefato.com.br/2019/10/17/mais-uma-vez-midia-condena-sem-provas/>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

GOSCIOLA, Vicente; **Roteiro para as novas mídias: do cinema às mídias interativas**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003. 279 p.

GUIMARÃES, Adriana Mello; FERNANDES, Nuno Ricardo. **O jornalismo em evolução**. 2012. Disponível em: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4152/1/Adriana%20Mello_Nuno%20Fernandes.pdf>. Acesso em: 11 nov. 2019.

IANIN, Octavio in LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010. 172 p.

KUCHENBECKER, Valter. **Fake news - novo desafio da comunicação**. 2018. Disponível em: <<http://coletiva.net/artigos/fake-news-novo-desafio-da-comunicacao,276107.jhtml>>. Acesso em: 21 nov. 2019.

LINS, Bernardo Felipe Estellita. **A evolução da Internet: uma perspectiva histórica**. 2013. Disponível em: <http://www.belins.eng.br/ac01/papers/aslegis48_art01_hist_internet.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2019.

LOPES, Luís Carlos. Representação e significação nos fenômenos comunicacionais. **Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal Fluminense**, Rio de Janeiro, n. 5, p. 1-12, 2001. Disponível em: <<http://www.ciberlegenda.uff.br/index.php/revista/article/view/312/193>>. Acesso em: 23 set. 2019.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação**. 10. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2010. 172 p.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 1969. 408 p.

MEIRELLES, Fernando de Souza. **30ª Pesquisa Anual do Uso de TI nas Empresas**. 2019. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/pesti2019fgvciappt_2019.pdf>. Acesso em: 20 out. 2019.

MELIM, Mauricio José. **Bolhas, velocidade e excesso na rede: um ensaio sobre as fake news**. 2019. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/melim-mauricio-2019-bolhas-velocidade-excesso-rede.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

MG1 (Minas Gerais). Rede Globo. '**Antes de acusar, tem que ter provas', diz estudante que foi investigado por abuso sexual no Colégio Magnum, em BH.** 2019. Disponível em: <<https://g1.globo.com/mg/minas-gerais/noticia/2019/10/17/antes-de-acusar-tem-que-ter-provas-diz-estudante-que-foi-investigado-por-abuso-sexual-no-colegio-magnum-em-bh.ghtml>>. Acesso em: 20 nov. 2019.

OXFORD DICTIONARIES. **Post-truth.** 2016. Disponível em: <<https://www.lexico.com/en/definition/post-truth>>. Acesso em: 12 nov. 2019.

PEREIRA, Livia Cirne de Azevedo. **Os Avanços Tecnológicos no Telejornalismo Brasileiro: de 1950 à Era Digital.** 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-livia-avancos-tecnologicos.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

PORCELLO, Flávio; BRITES, Francielly. **Verdade x Mentira: A ameaça das fake news nas eleições de 2018 no Brasil.** 2018. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0364-1.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

RIBEIRO, Alex. **Caso Escola Base: Os abusos da imprensa.** 2. ed. São Paulo: Editora Ática, 1995. 167 p.

SANTI, Vilso Junior. **A “cultura da convergência” e o processo de apuração no Webjornalismo.** 2011. Disponível em: <<file:///C:/Users/thayn/Desktop/TCC/ARTIGOS/22366-39261-1-SM.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

SANTOS, Sergio Denicoli dos. **A TV Globo e os fluxos de comunicação.** 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/denicoli-sergio-tv-globo-fluxos-comunicacao.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2019.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** 2005. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>>. Acesso em: 18 nov. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente.** 2008. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2019.

STEGANHA, Roberta. **Jornalismo na internet: A influência das redes sociais no processo de confecção das notícias de entretenimento e celebridade.** 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/steganha-roberta-jornalismo-na-internet.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2019.

XAVIER, Aline; RODRIGUES, Liliana. **Técnicas e Práticas para elaborar reportagens telejornalísticas.** 2013. Disponível em:

<<http://portalintercom.org.br/anais/norte2013/resumos/R34-0170-1.pdf>>. Acesso em: 19 nov. 2019.

XAVIER, Natália Laís Almeida. **Jornalismo em tempos de fake news: a (re)construção do real e os riscos à credibilidade**. 2018. Disponível em:
<<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1734-1.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2019.

APÊNDICE

a) Questionário sobre as fake news:

1. Como é realizada a apuração jornalística em sua emissora?
2. Já ocorreu algum caso em que uma notícia foi divulgada de forma errada nos telejornais? Fizeram retratações sobre os erros?
3. Vocês têm algum núcleo de checagem especializado na descoberta das fake news?
4. Existe alguma técnica ou procedimento para evitar este tipo problema?
5. Como a popularização das mídias sociais e o advento da internet, houve uma maior preocupação ou mesmo modificação no processo de apuração?
6. Como preparar os telespectadores para não caírem nas armadilhas das notícias falsas?
7. Os novos profissionais de jornalismo têm que buscar algo além da apuração? Qual a responsabilidade para as novas gerações? Tem alguma dica?