

Verdade x Mentira: A ameaça das *fakenews* nas eleições de 2018 no Brasil¹

Flávio PORCELLO²

Francielly BRITES³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre/RS

Resumo

O artigo analisa a influência das *fakenews* no processo de circulação das informações no Telejornalismo. A partir de uma revisão bibliográfica sobre notícias e utilizando o método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson, buscamos apontar caminhos para que o Telejornalismo brasileiro possa criar mecanismos de proteção. Como, por exemplo, uma checagem rigorosa, olhar atento, descrição adequada e precisa com informações certas sobre fatos políticos do cotidiano. Acentuamos que este fenômeno exige atenção principalmente em um período pré-eleitoral no qual o Brasil se encontra, mobilizando-se a barrar as *fakenews*, além de informar suas características para que o próprio público as detecte e as denuncie.

Palavras-chave: Telejornalismo; Televisão; Eleições; *fakenews*; *fact-checking*.

Introdução

Em um momento de debate mundial sobre *fakenews*, propomos analisar a sua influência no processo de circulação das informações no Telejornalismo brasileiro. Sabe-se que as notícias falsas sempre existiram, porém, agora estamos em uma era de propagação na qual é possível reproduzir e disseminar informações de forma mais rápida. E a notícia falsa chega ao público antes da verdadeira.

Traquina (2013) aponta critérios de noticiabilidade como morte, notoriedade do ator principal do acontecimento, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, o inesperado, conflito, infração, escândalo, entre outros, que hoje podemos dizer que também

¹ Trabalho apresentado no GP Telejornalismo no XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista diplomado pela UFRGS, Doutor em Comunicação pela PUCRS, professor de Telejornalismo no curso de Jornalismo da UFRGS. E-mail: flavio.porcello@ufrgs.br

³ Jornalista diplomada pela PUCRS, Mestra em Comunicação e Informação pela UFRGS, especialista em Televisão e Convergência Digital pela Unisinos, produtora na RBS TV. E-mail: francielly.costa@acad.pucrs.br.

são os características das *fakenews*. Um conteúdo para ser propagável precisa despertar a vontade de compartilhar, além da facilidade oferecida pelas redes sociais deligar pessoas por meio de *bytes* significativos (JENKINS, GREEN, FORD, 2014). De acordo com os autores de Cultura da Conexão, “a propagabilidade se refere aos recursos técnicos que tornam mais fácil a circulação de algum tipo de conteúdo em comparação com outros” (JENKINS, GREEN, FORD, p. 26-27, 2014). Com isso, o ambiente oferecido pela internet é favorável para a criação e reprodução de notícias falsas que visam interesses ocultos.

Esta análise utiliza o método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson. O objetivo aqui é buscar caminhos que auxiliem o telejornalismo brasileiro a criar mecanismos de proteção. Como, por exemplo, checagem rigorosa, olhar atento, descrição adequada e precisacom informações certas sobre fatos políticos do cotidiano. É necessário sublinhar que este fenômeno exige atenção principalmente em um período pré-eleitoral no qual o Brasil se encontra em 2018.

Pretendemos 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. Empresas de conteúdo, como agências de notícias, jornais e, inclusive, o Facebook, têm se mobilizado a identificar e barrar as *fakenews*, além de informar suas características para que o próprio público as detecte e as denuncie.

O Facebook, por exemplo, lançou um programa de verificação das informações veiculadas em parceria com as agências de *fact-checking* denominadas Lupa e Aos Fatos, entre outras. Essas empresas surgiram para realizar cruzamentos de dados, pesquisas, registros e demais informações para considerar um fato verdadeiro e não falso. Exemplos deste movimento em Porto Alegre (RS) foi a criação da “*Filtrofact-checking*” fundada por Naira Hofmeister, Tais Seibt e Tiago Lobo. Outra iniciativa na capital gaúcha é a “Troco Dados”, criada por Fabiana Freitas e Marília Gehrke, que estimula o uso de bases de dados públicos no jornalismo e para fins educativos.

Direcionamos nossa pesquisa à televisão por se tratar de um veículo de referência, além de ter maior abrangência, estando presente na vida de 95% dos brasileiros e possuindo maior credibilidade, de acordo com 63% da população entrevistada pela Pesquisa Brasileira de Mídia, dado que sobre para 89% quando somadas a primeira e a segunda opção (PBM/2016). Também é importante ressaltar seu potencial de mostrar imagens que transmite a sensação de que se está aparecendo na TV só poder ser verdade.

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, o outro aceita, passivamente, a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu”. (PORCELLO, 2006a, p. 82)

O interesse por este tema vem do questionamento sobre como uma notícia, que pelo seu significado já está relacionada à verdade, pode ser falsa. Seria uma incoerência na nomenclatura das *fakenews* ou um reflexo do jornalismo atual? É preciso lembrar que a seleção do que é ou não “um fato jornalístico” já pressupõe uma escolha e que a neutralidade é falsa. A meta para exercer o bom jornalismo é ter isenção. O jornalista é subjetivo até no momento em que escolhe as palavras que irão compor o seu texto. Dos jornalistas deve-se exigir completa honestidade. O papel social do Jornalismo é exercer o espírito crítico e fiscalizar o Poder. Esse é o princípio que orienta a presente análise.

O que são *fakenews*?

O senso comum pode dizer que iniciamos esta pesquisa nos contradizendo, uma vez que uma informação não é verídica, ela não pode ser notícia. Isso porque para ela existir precisa ser verdadeira, verificável, checada e chancelada por um jornalista. Porém, Miquel Alsina questiona o que é um fato verdadeiro e nos faz refletir sobre a notícia não ser um fato, mas, sim, a narração de um fato:

A veracidade da notícia é um tema absolutamente questionável. Existem notícias falsas e nem por isso deixam de ser notícias. O conceito de notícia, não leva implícito o conceito de verdade. Nesse sentido, no dicionário dirigido por Moles (1975;495) é dito que: “a notícia é a narração de um acontecimento, de uma parte da vida individual ou coletiva, de algo verdadeiro ou fingido, provado ou não (boato)” (ALSINA, 2009, p. 296).

Seguindo Alsina (2009), podemos dizer que notícias que não são verdadeiras sempre existiram. Porém, as *fakenews* não são notícias distorcidas, erradas ou mal apuradas. Elas são notícias falsas criadas propositalmente para enganar visando alguma vantagem sobre isso. Os boatos sempre existiram, o que muda é o contexto em que estamos inseridos, a velocidade e a profissionalização com que as *fakenews* tem se multiplicado para atingir um número cada vez maior de pessoas.

Jenkins, Green e Ford (2014, p. 246) lembram que para uma mídia se tornar propagável, é necessário a facilidade de acesso e compartilhamento de conteúdo por parte do público, o conteúdo tem que ter potencial para gerar conversas, ser relevante, entre outros. As *fakenews*, por sua vez, têm se tornado um resultado negativo do volume de informações disponíveis, transformando-se em um desafio para o jornalismo.

A descentralização do jornalismo como detentor do poder de informar já havia colocado em questão a importância de seus profissionais. Porém, ao mesmo tempo em que as *fakenews* têm se mostrado um oponente do jornalismo, da população e da democracia, tem reforçado o papel do jornalismo enquanto representante da realidade social.

Em todo momento conteúdos são publicados e compartilhados na internet. Essa mudança de comportamento, proporcionada por redes sociais e novas tecnologias de informação, favoreceram ainda mais a crise de credibilidade que afeta o jornalismo. Porém, podemos levantar a hipótese de que o surgimento do debate sobre as *fakenews* reforça a importância de um veículo ou um profissional que traz a informação. Assim, estimulando a busca por conteúdos oriundos de empresas jornalísticas e assinados por jornalistas responsáveis. Afinal, o papel do jornalista é selecionar entre todos os fatos que acontecem no mundo o que merece ser contado como notícia.

O fenômeno das *fakenews* tem ganhado relevância no Brasil e no mundo, principalmente após os resultados das recentes eleições norte-americanas e francesas em que se pressupõe influência delas nos resultados eleitorais. Pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) mostra que 85% das 52 empresas estão preocupadas com as consequências das *fakenews*⁴. Outro levantamento, feito pela Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) revelou que no primeiro semestre de 2018 foram registrados 105 casos de violações e agressões físicas e morais contra jornalistas que apuravam a veracidade de supostas notícias falsas no Brasil.

O Tribunal Superior Eleitoral (TSE) também manifestou preocupação sobre o assunto referente e à liberdade de imprensa na cobertura das próximas eleições⁵. O então presidente do TSE e também ministro do Supremo Tribunal Federal, Luiz Fux, advertiu sobre a gravidade do assunto e publicou em vários jornais de circulação nacional sua preocupação⁶: “O jornalismo político-eleitoral precisa ser livre para apontar as imprecisões do discurso

⁴ Disponível em: <<https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2018/04/fake-news-preocupam-85-das-empresas-revela-pesquisa.html>>. Acesso em: 10 jun. 2018

⁵ Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Maio/tse-tera-atuacao-diligente-e-equilibrada-no-combate-as-fake-news-diz-ministro-carlos-horbach>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

⁶ Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Junho/presidente-do-tse-destaca-em-artigo-importancia-da-imprensa-no-esforco-contra-a-disseminacao-de-noticias-falsas>>. Acesso em: 10 jun. 2018

público e investigar condutas questionáveis, ainda mais no período da campanha”. E completou no artigo intitulado “Contra notícia falsa, mais jornalismo”:

A imprensa é vital em qualquer democracia. Tem a nobre função, entre outras tantas, de qualificar o debate público, indicando dados corretos e informações contextualizadas e precisas. Investigar e expor inverdades, com base em apurações isentas e fontes de dados legítimas, não pode resultar em hostilidade (TSE, 2018a).

Mas é importante lembrar que o mesmo STF, do qual Fux faz parte, ajudou a criar a situação que hoje ele lamenta. Em 17 de junho de 2009, o Supremo Tribunal Federal, a mais alta corte do país, decidiu por maioria de votos que é inconstitucional a exigência do diploma de jornalismo e registro profissional no Ministério do Trabalho e Emprego como condição para o exercício da profissão de jornalista. O ministro Gilmar Mendes, à época presidente do STF, em seu voto justificou a decisão:

O jornalismo e a liberdade de expressão são atividades que estão imbricadas por sua própria natureza e não podem ser pensados e tratados de forma separada. O jornalismo é a própria manifestação e difusão do pensamento e da informação de forma contínua, profissional e remunerada. (STF, 2009).⁷

Desde 2016 a palavra pós-verdade (*post-truth*) tem estado em evidência. Um dos reflexos disso foi quando a Oxford Dictionaries da Universidade de Oxford, no Reino Unido, a escolheu como a palavra do ano.⁸ Seu significado foi estabelecido para descrever quando fatos são menos influentes na opinião pública do que os conteúdos relacionados à emoção e à crença pessoal. É importante ressaltar que, na maioria das vezes, seu uso está relacionado a assuntos políticos. Também não foi por acaso que sua relevância aumentou no contexto do referendo britânico sobre a União Europeia e nas eleições presidenciais dos Estados Unidos.

Ainda devemos lembrar que há casos em que o próprio jornalismo alimenta notícias falsas, seja pela desinformação do jornalista ou pela busca incessante pela audiência. Alsina lembra casos em que os jornalistas foram autores de notícias e reportagens falsas. Segundo o autor, “mesmo que, em alguns casos, possam mentir [...], não é a armadilha sobre a qual devemos ficar alertas. Os profissionais ruins estão presentes em todos os contextos” (ALSINA, 2009, p. 261). Ele também reflete sobre a possibilidade de “enganar dizendo a verdade” (p. 261). Isso porque a verdade pode deixar abertura para suposições. Assim como

⁷Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=109717>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

⁸Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

vale recordar Bourdieu (1997) quando se refere aos jornalistas ao criarem notícias através de suas visões de mundo.

A jovem democracia brasileira:

A Constituição Federal foi promulgada em cinco de outubro de 1988 e em 2018 completa três décadas. No ano seguinte de sua vigência os brasileiros escolheram pelo voto direto o presidente da República, o que não acontecia desde 1960, quando foram eleitos Jânio Quadros (UDN) para presidente e João Goulart (PTB) para vice. Jânio renunciou seis meses depois e Jango que precisou de mobilização popular para assumir (movimento da Legalidade) só governou até março de 1964 quando foi deposto por um golpe militar. Há vários pontos em comum entre o que houve naquela época e o que ocorre hoje no país onde o vice Michel Temer (PMDB) assumiu há dois anos o lugar de Dilma Rousseff (PT) denunciada por corrupção e afastada por um impeachment.

Em 17 de dezembro de 1989, em segundo turno, foi eleito pelo voto direto Fernando Collor de Mello (PRN) com 53,03% de votos contra 46,97% de votos atribuídos a Luiz Inácio Lula da Silva (PT). E aqui aparece uma das semelhanças entre aquela eleição e a que deverá acontecer em outro deste ano de 2018: no primeiro turno da eleição de 1989 concorreram 22 candidatos⁹. Poderiam ser mais, mas houve desistências como a de Jânio Quadros, e impugnações como a do apresentador de TV Sílvio Santos (do SBT), acusado de comprar uma legenda para concorrer. Até maio deste ano de 2018 estavam com o nome lançado por partidos e participando de pesquisas de intenção de voto 16 candidatos¹⁰. E também já houve desistências como a do apresentador de TV Luciano Huck (que teria que deixar a TV Globo para concorrer). Nas semanas seguintes a lista mudou. Ainda em maio de 2018 Joaquim Barbosa e Michel Temer retiraram seus nomes da disputa. Mais alguns desistiram e outros entraram na disputa até a data limite para o registro de chapas no Tribunal Superior Eleitoral (TSE) em 15 de agosto.

⁹Candidatos que concorreram no primeiro turno das eleições para presidente da República em 1989 pela ordem numérica de suas legendas: Paulo Maluf (PDS), Leonel Brizola (PDT), Luiz Inácio Lula da Silva (PT), Afonso Camargo (PTB), Ulysses Guimarães (PMDB), Antônio Pedreira (PPB), Fernando Collor de Mello (PRN), Afif Domingos (PL), Roberto Freire (PCB), Aureliano Chaves (PFL), Sílvio Santos (PMB) – impugnado dias antes da eleição – Lívia Maria Pio (PN) – primeira mulher a concorrer à presidência da República no Brasil –, Zamir Teixeira (PCN), Celso Brand (PMN), José Marronzinho (PSP), Fernando Gabeira (PV), Mário Covas (PSDB), Ronaldo Caiado (PDN), Paulo Gontijo (PP), Eudes Mattar (PLP), Enéas Carneiro (Prona) e Manoel Horta (PDCdoB).

¹⁰Candidatos lançados por seus partidos e que participaram de pesquisas eleitorais até junho de 2018: Lula (PT) – mesmo preso e sem a certeza de poder concorrer em razão da condenação judicial – Jair Bolsonaro (PSL), Marina Silva (Rede), Ciro Gomes (PDT), Geraldo Alckmin (PSDB), Alvaro Dias (Podemos), Fernando Collor de Mello (PTC), Michel Temer (MDB), Guilherme Boulos (PSOL), Manuela D’Ávila (PCdoB), Joaquim Barbosa (PSB), João Amoedo (Novo), Flávio Rocha (PRB), Henrique Meirelles (MDB), Rodrigo Maia (DEM) e Paulo Rabello de Castro (PSC).

Outro fato comum nas duas eleições, e muito além delas no cenário político brasileiro, é o uso da mentira como arma para conquistar votos. Em 1989 um debate eleitoral ao vivo pela TV poucos dias antes da eleição teve fator decisivo na escolha do eleitor. O debate ao vivo foi realizado tarde da noite, mas no dia seguinte nos telejornais da TV Globo a versão editada mostrando os melhores momentos de Collor de Mello e os piores de Lula, influenciou as últimas pesquisas de opinião e nos votos dos eleitores. A Rede Globo trata do assunto no livro sobre os 35 anos do Jornal Nacional, admitindo que a edição “provocou um inequívoco dano à imagem da TV Globo” e o “fato que ficou foi a história da edição do debate, muito bem explorado politicamente. É frustrante” (JORNAL NACIONAL, 2004, p. 204). E conclui: “Hoje, a Rede Globo adota como norma não editar debates, eles devem ser vistos na íntegra” (JORNAL NACIONAL, 2004, p. 214). E depois das explicações apresenta depoimentos de jornalistas envolvidos na polêmica edição.

O tema até hoje é controverso e remete obrigatoriamente a influência da mídia no poder. Observa-se ao longo destas três últimas décadas que são profundos e nem sempre claros e transparentes para a opinião pública as relações de interesse e troca entre mídia e poder: os poderosos concedem a concessão, os concessionários de mídia retribuem apoiando o poder que as legitima. E, assim, fecha-se o círculo de interesses mútuos e recíprocos. No primeiro livro publicado pela Rede de Pesquisadores em Telejornalismo – TELEJor – o tema já está presente:

As cores, formas, palavras e sons que, através da TV, ajudam a construir a cultura brasileira também são dispostas diante dos olhos de quem as vê de maneira subjetiva. Claro que há ideosfera, nos níveis verbal e não verbal, por trás desse mosaico de que brilha luminosamente nos pixels da tela da TV (PORCELLO, 2006, p. 162).

É preciso observar atentamente e questionar seriamente a capacidade que a TV tem de montar e remontar a história, mostrando um passado devidamente selecionado pelos interesses da ocasião. O Brasil viveu nos últimos 33 anos (de 1985 a 2018) um período democrático que garantiu a realização de sete eleições sucessivas com escolha pelo voto direto para presidente da República. Esse registro deve ser para reconhecer o processo político e a força das instituições democráticas que asseguram a legitimidade dos pleitos e garantem a posse dos eleitos. Mas é preciso considerar, também, que os mandatos de Fernando Collor de Mello (1989-1992), eleito pela direita, e Dilma Rousseff (em seu segundo mandato, 2014-2016), candidata da esquerda, foram derrubados por escândalos políticos. Collor de Mello renunciou antes da votação do Impeachment para não ficar inelegível e poucos anos depois concorreu e foi eleito senador, mandato que exerce atualmente. Isso mostra a força da mídia

como instrumento de persuasão e influência política em todos os processos eleitorais pelos quais o Brasil passou desde que a TV chegou ao país. Para eleger e para derrubar eleitos.

Também no histórico comício das Diretas Já na Praça da Sé em São Paulo em 25 de janeiro de 1984 a Globo omitiu o motivo da concentração popular dizendo tratar-se de comemoração ao aniversário da cidade que acontece naquela data. Em recente série televisiva exibida pela emissora no primeiro semestre de 2017 (“Os Dias Eram Assim”) a Globo mostrou telejornais em que noticiava o comício de São Paulo como se o tivesse noticiado na época. Mostrou agora o que escondeu na época.

Os meios de comunicação, e, em especial, a TV nos dizem o que lembrar e o que esquecerem. Mostram o que querem lembrar e escondem o que querem que o povo esqueça ou nunca fique sabendo (MUSSE; MAGNOLO; VIANA, 2017, p.10).

Musse e Thomé destacam que o jornalismo é lugar de memória, pois são os registros jornalísticos de épocas passadas que nos permitem saber e lembrar o que aconteceu. O que não é dito e nem mostrado é esquecido, e muitas vezes, pelas conveniências de ocasião, intencionalmente esquecido.

Assim funciona a imprensa, sobretudo nas lembranças. O jornalismo deve ser considerado um “lugar de memória”, porque nos dá a dimensão daquilo que devemos lembrar e aquilo que deve ser esquecido (MUSSE; THOMÉ, 2016, p.67).

A bancada luminosa e futurista do JN é o verdadeiro altar onde a Globo celebra diariamente o ritual de mostrar e interpretar o Brasil que se vê e se reconhece pela TV. Na Grécia antiga a Ágora na praça central era o ponto de encontro das pessoas. Ali era debatida a sociedade, os direitos, os deveres, os conceitos de verdade e de mentira, o certo e o errado. A praça pública do nosso tempo agora é o Telejornalismo, o lugar das notícias de todos os dias. Bons e maus, justos e injustos, ídolos ou malfeitores, todos desfilam pela tela da TV, numa espécie de *show room* a mostrar notáveis aventuras e desventuras humanas, exibindo o sucesso e o fracasso das pessoas, indicando e sugerindo os modelos a seguir e, servindo, também, de vitrine para o poder (PORCELLO e RAMOS, 2012, pg.211).

Em 1989 a TV reinava soberana no Brasil e o debate entre Collor e Lula foi decisivo para o resultado da eleição. Atualmente, a TV ainda é o meio de comunicação com maior penetração entre mais de 200 milhões de brasileiros por sua abrangência e alcance. Mas já não reina soberana. Desde que surgiu no Brasil em 17 de setembro de 1950, a TV sempre teve forte influência em todos os períodos políticos da nação, em momentos de plenitude

democrática e também durante as ditaduras. E todos os governos usaram a influência da TV para atingir seus objetivos. Devemos considerar, é claro, que nos anos recentes a TV convencional não tem mais o domínio absoluto da audiência. Cada vez mais ela divide espaço com os dispositivos móveis, computadores, notebooks, tablets, smartphones, celulares, etc. A TV hoje é assistida de forma diferente pelo que se convencionou chamar de “multitelas”. Mas segue tendo significativa influência como demonstram todas as pesquisas de audiência: ela é a principal forma de acesso à informação para a grande maioria da população brasileira, conforme o relatório de Mídia da Secretaria de Comunicação do governo federal divulgado em 2016: 97% dos brasileiros informam-se pela TV. A multiplicidade de oferta que se deve à expansão da internet no país permite variedade maior de opções. Há mais o que ver e ouvir além do que mostra a televisão. Mas a curiosidade das pessoas é o terreno fértil para que mentira ocupe o lugar da verdade na geração de conteúdos.

A mentira sempre chega mais rápido e avança com maior velocidade do que a verdade e o combustível que impulsiona a agilidade com que ela se espalha é a curiosidade do público para o que foge do habitual, ou que seja bizarro, esquisito, excêntrico, incomum. E como nós deciframos as imagens muito mais rapidamente do que os textos escritos ou falados, a televisão, em qualquer plataforma ou suporte, é o ambiente ideal para que a mentira se alaste. A TV é a incubadora perfeita para que o vírus das *fakenews* se espalhe fazendo suas vítimas, contaminando-as com desinformação, informação falsa e mentiras. Assim foi com a eleição de Donald Trump nos Estados Unidos em 2016, talvez o maior exemplo recente em escala mundial de como a mentira pode ganhar da verdade, pois o dano já está feito. No Brasil, entre outros casos poderíamos citar o assassinato em 14 de março de 2018 no Rio de Janeiro da vereadora carioca Marielle Franco (PSOL) e seu motorista Anderson Gomes. As versões falsas e mentirosas que circularam nas redes sociais chegaram em quantidade muito superior do que a versão verdadeira dos fatos. Depois foram descobertas e desmentidas, porém causaram estragos e profunda desinformação antes da verdade ser restabelecida.

A televisão dá prioridade ao componente visual, de maneira a causar fascinação ao público. Ela aumenta o peso da imagem em relação ao valor da palavra. E o telespectador decodifica, mais facilmente, os códigos visuais do que os verbais. Se alguém diz que “isso apareceu na TV”, as pessoas aceitam passivamente a situação como um fato real: “Se apareceu na TV, então aconteceu”. O mesmo se dá nas redes sociais impulsionadas pela internet, onde os códigos visuais são decifrados muito mais rapidamente.

Mas a TV não é mera observadora dos fatos. Por trás de uma câmera, está o olhar de um cinegrafista. A matéria jornalística é uma história contada pela ótica do repórter, com as

imagens captadas pelo cinegrafista. Na edição o jornalista faz escolhas, optando por uma e não por outra cena, por esse e não por aquele trecho da resposta do entrevistado. TV é edição, é recorte, é fragmento. O desafio de quem trabalha nela é escolher certo, com responsabilidade, critério, ética, e, principalmente, honestidade.

Em tempos da chamada “pós-verdade” o papel da televisão destaca-se entre os meios de comunicação. A checagem mal feita, a apuração imprecisa, a pressa em publicar e outros tantos deslizes nas rotinas produtivas ajudam a alimentar as informações falsas e mentirosas publicadas em sites especialmente criados para produzir inverdades para enganar e induzir o público aos erros de informação. Essas ferramentas têm domínios registrados no exterior, mascarados por IPs falsos em países que não tem regulamentação sobre a internet. Ou seja, qualquer pessoa cria uma “fábrica de mentiras” e espalha na forma de notícias falsas o que quiser publicar, sem correr qualquer risco de ter a autoria descoberta. Mente e apaga os rastros da origem da mentira,

Outro fenômeno que ajuda na expansão das *fakenews* é a forma como elas são disseminadas. Pesquisas sérias, realizadas com metodologia científica em renomadas universidades já comprovaram que as pessoas interagem nas redes sociais com outras pessoas que compartilham os mesmos pensamentos. Ou seja, vivem e alimentam-se de informações que circulam em suas bolhas. Na política é muito fácil perceber: cada um lê aquilo que seus pares escrevem e replicam, reforçando as mesmas convicções. É a chamada homofilia, já que os nossos amigos virtuais são pessoas que pensam como nós. As pessoas querem receber as informações que reforçam suas convicções. Os *bots* (robôs) distribuem pelos algoritmos aquilo que cada bolha quer receber. Não há espaço para o contraditório e o debate como no passado acontecia em conversas presenciais com amigos em lugares públicos.

Com o recente fenômeno das multiteelas internet e televisão já compartilham o mesmo ambiente, onde a velocidade com que a informação circula é tão acentuada que nem permite uma análise mais criteriosa daquilo que está sendo veiculado. Um exemplo: nas redes sociais como Facebook e WhatsApp a palavra deu lugar à imagem parada que agora está sendo substituída pela imagem em movimento. Pense: quantos vídeos você recebeu hoje? Quantas palavras seriam necessárias para descrever aquilo que você acabou de ver e ouvir na tela de seu celular?

Metodologia

O método aqui utilizado para examinar em pesquisa qualitativa os objetos analisados é o Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de John Thompson, e consideramos que para realizar uma adequada pesquisa é importante ressaltar o que observa Guareschi:

É essencial dar início à padronização de uma linguagem em métodos de pesquisa qualitativa possibilitando, assim, que o diálogo entre colegas avance de maneira suave e profunda. Uma agenda para esse diálogo deveria incluir, entre outros, a discussão de critérios de boa qualidade em pesquisa qualitativa e a necessidade de oferecer uma prestação de contas pública à comunidade científica sobre a produção em pesquisa qualitativa (GUARESCHI, 2002, p. 9).

Thompson destaca que a velocidade na circulação das informações e denúncias, verdadeiras ou falsas, atinge indiscriminadamente seus alvos, abalando reputações e interrompendo carreiras políticas:

Embora possamos legitimamente esperar e, se necessário, exigir que as organizações de mídia tenham um grau de discricção na investigação e publicação de detalhes e denúncias sobre a vida privada das pessoas, devemos também reconhecer que, nessa era de proliferação de redes de comunicação e fluxos, será sempre mais difícil controlar a circulação de informação e denúncias sobre as vidas privadas de proeminentes personalidades públicas (THOMPSON, 2000, p. 323).

O pesquisador britânico enfatiza em seu livro *O escândalo político: Poder e visibilidade na era da mídia* (2000) que a melhor e mais eficiente maneira de evitar a proliferação de informações falsas, mentiras e *fakenews* é a correta e minuciosa checagem dos assuntos e seus desdobramentos. O método Dialético Histórico-Estrutural (DHE), de sua autoria, é muito eficiente como metodologia de análise. Como vemos, há muito tempo Thompson já disse e aqui nós vamos reafirmar: a missão primordial do Jornalismo é verificar antes de publicar e levar ao público e que foi obtido de fonte confiável e verdadeira.

Diante deste cenário, as emissoras de televisão brasileiras, e, particularmente a emissora que busca manter a primazia da audiência, a rede Globo de Televisão, tem procurado se adaptar, não só por meio do uso técnico das novas tecnologias, mas também com a reconstrução da forma de produzir e apresentar o telejornalismo. Essa percepção já levou a emissora à implantação do SAI (Sistema de Apuração da Interatividade), que assegura a transmissão das informações que chegam à emissora, mas as maiores mudanças incluem a própria percepção dos produtores sobre o telejornalismo. Neste novo contexto está claro que novas mudanças técnicas/tecnológicas irão surgir de forma acelerada, mais uma vez mudando

não apenas o telejornalismo, mas toda a ambivalência social no qual ele se insere” (TEMER, 2015, p. 176).

Considerações finais

Parece óbvio afirmar, e, na verdade, é óbvio afirmar que o compromisso básico e fundamental do jornalismo é publicar a verdade. Mas todos sabemos que no sentido oposto ao da verdade vem a mentira. Já tratamos disso antes afirmando que a mentira chega antes, chama muito mais a atenção, dá mais audiência e “vende mais jornal” do que a verdade. Assim explica-se a expansão exponencial das *fakenews* nos ambientes virtuais das redes sociais. E também todo o prejuízo que já causaram e seguem causando em todos os setores da sociedade contemporânea.

As vacinas estão sendo adotadas. Já citamos antes, mas é importante lembrar agora algumas providências adotadas como as agências de *fact-checking* criadas justamente para fazer a verificação e checagem do que é falso e do que é verdadeiro nas notícias publicadas.

Ao lançar seu novo projeto editorial em 2017 o jornal Folha de São Paulo dedicou um espaço considerável ao tema. Sob o título “Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância” a Folha diz¹¹:

As redes sociais, que poderiam ser um ambiente sobretudo de convívio e intercâmbio, são programadas de tal forma que estimulam a reiteração estéril de hábitos e opiniões pré-existentes. Os algoritmos que garantem índices elevados de audiência para multinacionais do oligopólio são os mesmos que alimentam o sectarismo e a propagação de inverdades (FOLHA, 2017).

E acrescenta:

Em contraste com esse condomínio fechado das convicções autorreferentes, caberá ao conjunto dos veículos semelhantes à Folha enfatizar sua condição de praça pública, em que se contrapõem os pontos de vista mais variados e onde o diálogo em torno das diferenças é reinante (FOLHA, 2017).

O papel social do Jornalismo é chegar o mais próximo possível da verdade para transmitir ao público as informações precisas e fundamentais para a convivência entre as pessoas. É papel do jornalismo, também, fiscalizar o poder, cobrando, denunciando e exigindo punição aos responsáveis por desmandos e atos ilícitos. Mais do que tudo isto, o Jornalismo

¹¹Disponível em: <<https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-2017/>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

deve tornar-se essencial como um alimento que fortalece a sociedade para a qual ele é voltado e que é sua maior razão de existir.

E esse compromisso se torna ainda maior e mais importante em momentos como agora. O Brasil escolhe pelo voto direto dos eleitores em outubro de 2018 quem conduzirá o país nos próximos quatro anos nos poderes Executivo e Legislativo, já que elegeremos presidente e vice-presidente da república, governadores de estado, senadores, deputados federais e estaduais. É fundamental que a escolha dos eleitos seja coerente e baseada em verdades e não em mentiras ditas, publicadas, replicadas e compartilhadas durante a campanha eleitoral. Os alertas já estão feitos, inclusive pela justiça eleitoral que promete rigor na fiscalização do pleito. Mas é do Jornalismo que se espera um papel decisivo nesse processo.

Mais do que nunca é preciso filtrar o que é verdadeiro do que é falso. E caberá ao jornalismo o papel central de dar a certificação de verdade, emitir o selo de confiabilidade às informações que o público e a audiência receberão para, assim, tomar a decisão de escolher um futuro melhor para o Brasil.

Referências Bibliográficas

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

ÉPOCA. **Fakenews preocupam 85% das empresas, revela pesquisa**. Disponível em: <<https://epoca.globo.com/brasil/noticia/2018/04/fake-news-preocupam-85-das-empresas-revela-pesquisa.html>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Jornalismo profissional é antídoto para notícia falsa e intolerância**. Disponível em: <<https://temas.folha.uol.com.br/projeto-editorial-da-folha/projeto-editorial-2017/>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

GLOBO. **Jornal Nacional**. A notícia faz história. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

GUARESCHI, P. in BAUER, M.W. & GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

MENDES, Gilmar. Decisão do STF sobre fim da exigência do diploma de Jornalista. Disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=109717>. Acesso em: 12 jun. 2018.

MUSSE, Christina; MAGNOLO, Talita; VIANA, Humberto. Séries brasileiras: a ressignificação da história recente em “Os Dias Eram Assim”. Artigo apresentado no GT Estudos em TV no XIV

Seminário Internacional de Comunicação na PUCRS. 2017. Disponível em:

<<http://ebooks.pucrs.br/edipucrs/Ebooks/Pdf/978-85-397-1062-1.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

MUSSE, Christina; THOMÉ, Cláudia. Telejornalismo e Poder. Memórias (re) construídas pelo “Jornal Nacional”. In: PORCELLO; EMERIM; FINGER (Orgs.). **Telejornalismo e Poder**. Florianópolis (SC): Insular, 2016.

PORCELLO, Flávio. Mídia e poder: o que esconde o brilho luminoso da tela da TV? **Revista FAMECOS**: mídia, cultura e tecnologia, v. 13, n. 31, p. 79-84. 2006. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3397>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

PORCELLO, Flávio. TV e Poder: as relações sombrias que ajudam a fazer a história recente do Brasil. In: PORCELLO; VIZEU; MOTA (Orgs.). **Telejornalismo: A nova praça pública**. Florianópolis: Insular, 2006.

PORCELLO, Flávio; RAMOS, Roberto. Âncora na TV a celebração do discurso do Poder. In: PORCELLO; VIZEU; COUTINHO (Orgs.). **O Brasil (é)ditado**. Florianópolis (SC): Insular, 2012.

STF. Supremo decide que é inconstitucional a exigência de diploma para o exercício do jornalismo. Disponível em: <<http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=109717>>. Acesso em: 12 jun. 2018.

TEMER, Ana Carolina. Rocha Pessôa. Janelas eletrônicas: anotações sobre a dimensão técnica/tecnológica no telejornalismo brasileiro. In: PORCELLO; MELLO; VIZEU; COUTINHO (Orgs.). - **Telejornal e Praça Pública**: 65 anos de Telejornalismo. Florianópolis (SC): Insular, 2015.

THOMPSON, John. **O escândalo político**: Poder e visibilidade na era da Mídia. Petrópolis: Vozes, 2000.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – Porque as notícias são como são. Florianópolis (SC): Insular, 2013.

TSE. TSE terá atuação diligente e equilibrada no combate às fakenews, diz ministro Carlos Horbach. Disponível em: <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Maio/tse-tera-atuacao-diligente-e-equilibrada-no-combate-as-fake-news-diz-ministro-carlos-horbach>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

TSE. Presidente do TSE destaca em artigo importância da imprensa contra notícias falsas. Disponível em <<http://www.tse.jus.br/imprensa/noticias-tse/2018/Junho/presidente-do-tse-destaca-em-artigo-importancia-da-imprensa-no-esforco-contr-a-disseminacao-de-noticias-falsas>>. Acesso em: 10 jun. 2018.

OXFORD. **Word of the Year 2016 is...** Disponível em: <<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>>. Acesso em: 12 jun. 2018.