

**UNICESUMAR - CENTRO UNIVERSITÁRIO DE MARINGÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS APLICADAS**  
**CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**JORNALISMO VERDADE: DIGA NÃO ÀS FAKE NEWS**

**EMANOEL BARBOZA DE ALMEIDA**

MARINGÁ – PR

2020

EMANOEL BARBOZA DE ALMEIDA

**JORNALISMO VERDADE: DIGA NÃO ÀS FAKE NEWS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel(a) em Comunicação Social com habilitação em em Jornalismo, sob a orientação da professora e mestre Cláudia Batistela.

MARINGÁ – PR

2020

## **FOLHA DE APROVAÇÃO**

Emanoel B. de Almeida

### **JORNALISMO VERDADE: DIGA NÃO ÀS FAKE NEWS**

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado ao Centro de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas da Unicesumar – Centro Universitário de Maringá, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel(a) em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, sob a orientação da professora e mestre Cláudia Batistela.

Aprovado em: \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_.

#### **BANCA EXAMINADORA**

---

Esp. Jóyce Suély Bandeira - Unicesumar

---

Juliana Lima Coordenadora de Jornalismo - Unicesumar

---

Me. Cláudia Cristina Batistela Francisco – Unicesumar (orientadora)

A Deus por primeiro, conceder saúde, iluminação e o desejo em aprender. À minha esposa Jane e à minha filha Nathalie. Aos meus professores e, em especial, à minha orientadora neste trabalho, professora Cláudia Batistela. À essa instituição de ensino e a todas as pessoas que, de alguma forma, contribuíram para o meu desenvolvimento acadêmico e humano.

## **AGRADECIMENTOS**

A **Deus**, que, na mais absoluta certeza, sempre esteve comigo e me acompanhou durante esta jornada.

Aos amigos e aos colegas, pela força e pela vibração nesses últimos meses.

Aos professores e aos colegas de curso, pois, juntos, trilhamos uma etapa importante de nossas vidas.

A todos que, com boa intenção, colaboraram para a realização e finalização deste trabalho.

À minha professora coordenadora de TCC, que sempre me incentivou a estudar mais para atribuir maior qualidade à minha monografia.

## RESUMO

ALMEIDA, Emanuel. **Jornalismo verdade**: diga não às fake news. 2020. 49 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) – Unicesumar, Maringá, 2020.

O interesse por esta pesquisa surgiu a partir do contato com a disciplina “Teorias do Jornalismo”, a qual evidenciou a seriedade esperada do profissional jornalista no exercício da profissão em que atua, não apenas na fiscalização da ordem pública, mas também na conduta de uma sociedade. Nesse sentido, foi feita uma busca sobre as *Fake News*, a fim de refletir acerca do modo como essas informações falsas interferem no dia a dia da sociedade. Este trabalho está alicerçado na responsabilidade e na ética do jornalismo, e apresenta algumas *Fake News* produzidas por sujeitos de diversos âmbitos da sociedade. Para tanto, foi realizada uma introdução teórica sobre as *Fake News*, com o objetivo de expor a sua definição e as suas possíveis consequências, por meio da análise de casos e situações em que a desinformação foi empregada, além de frisar a importância da comprovação de dados e/ou mensagens, por intermédio de demonstrações relacionadas aos seus malefícios. Trata-se de uma pesquisa de caráter bibliográfico, que permitiu a análise de conteúdos relacionados ao tema a partir da consulta de livros, artigos e outros materiais on-line. Diante disso, foi constatada a necessidade contínua de se destacar a importância da não divulgação de qualquer material ou nota que não tenha sido previamente checada, a fim de que a disseminação de informações falsas seja evitada. Além disso, foi evidenciada a relevância de se despertar o interesse da sociedade em praticar uma boa comunicação – aquela pautada em fatos legítimos –, estimulando o público a consumir notícias advindas de veículos de boa reputação e credibilidade, o que desenvolve os meios de identificação e refutação das *Fake News* e, conseqüentemente, promove o compartilhamento de conteúdos relevantes e verídicos.

**Palavras-chave:** Checagem minuciosa. Notícias enganosas. Pós-verdade.

## ABSTRACT

The interest in this research arised from the contact with the subject called “Theories of Journalism”, which has made evident the seriousness expected from a professional journalist in the exercise of profession, not only inspecting the public order but also the conduct of a society. In this sense, a research about Fake News was carried out in order to think over the way false information intervene in the society day by day. This paper is based on the responsibility and on the ethics of journalism, and it presents some Fake News created by individuals from diverse ambits of society. For this purpose, it brings a theoretical introduction about Fake News aiming at explaining its definition and possible consequences, through the analysis of cases and situations in which disinformation was used, besides emphasizing the importance of checking data and/or messages by means of demonstrations related to the damage caused by them. Bibliographical research method was used to analyze the subjects related to the theme, all collected from books, articles and other online materials. Thus, it was ascertained that there is a constant need to highlight the importance of not sharing any material or notes that have not been previously checked, in order to avoid the dissemination of false information. Moreover, the research evidenced the relevance of evoking the interest of society in practicing good communication – based on legitimate facts – encouraging the public to consume news from credible institutions with good reputation, what develops the means for identifying and refuting Fake News and, consequently, promotes the sharing of relevant true contents.

**Keywords:** Thorough check. Deceptive News. Post-truth.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Print de um pronunciamento falso de Obama ( <i>Deep Fake</i> ).....	23
Figura 2 – Foto da casa de Maurício .....	24
Figura 3 – Uma das manchetes da época.....	26
Figura 4 – Print de tela de um vídeo sobre o caso da Escola Base.....	28
Figura 5 – Bolsonaro e o kit gay .....	28
Figura 6 – Print da contracapa da cartilha .....	30
Figura 7 – Print do sumário da cartilha .....	31
Figura 8 – Print da introdução da cartilha .....	32
Figura 9 – Print da metodologia da cartilha .....	33
Figura 10 – Post e comentário relacionados ao “kit gay” no Facebook .....	36
Figura 11 – Passeata em prol de justiça à Fabiane .....	37
Figura 12 – Fabiane linchada .....	38



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>9</b>
<b>2 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>10</b>
2.1 CONHECENDO AS <i>FAKE NEWS</i> .....	10
2.1.1 <i>Fake News</i> .....	10
2.1.2 O Paradoxo Da Notícia Falsa .....	11
2.1.3 Objetivos e Alcance Das <i>Fake News</i> /Notícias Fraudulentas.....	12
2.1.4 Negação Da Notícia.....	12
2.1.5 O Monopólio De Divulgação De Notícias Falsas Frente Ao Papel Do Jornalista .....	14
2.1.6 O <i>Deep Fake</i> .....	22
<b>3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....</b>	<b>24</b>
3.1 CASO 1 – ESCOLA BASE EM SÃO PAULO (SP) .....	24
3.1.1 O Caso .....	25
3.1.2 As Implicações .....	25
3.2 CASO 2 – KIT GAY – JAIR MESSIAS BOLSONARO .....	28
3.2.1 O Caso .....	29
3.2.2 As Implicações .....	33
3.3 CASO 3 – FABIANE DE JESUS – GUARUJÁ (SP).....	37
3.3.1 O Caso .....	37
3.3.2 As Implicações .....	38
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>40</b>
4.1 FATO OU FAKE .....	41
4.2 AGÊNCIA LUPA .....	42
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>46</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A vastidão das informações em circulação e presentes nas mais diferentes plataformas, oriundas de fontes diversas, é um sinal de alerta e desperta o cuidado para quem zela pela boa comunicação e procura, literalmente, separar o “joio do trigo”. Nesse sentido, este trabalho, intitulado “Jornalismo de verdade: diga não às *Fake News*”, posiciona-se na defesa de uma informação bem checada, analisada e produzida, a fim de evitar o desserviço e a desinformação.

Por meio do presente estudo, buscou-se destacar a propagação das *Fake News* na sociedade, evidenciando os seus efeitos, com o intuito de relatar como determinados discursos podem ser pautados em notícias falsas. Mediante o respaldo em bases sólidas, tais como os pressupostos de autores consagrados do jornalismo, a exemplo de Plínio Bortolotti e Eugênio Bucci, objetivou-se apresentar as consequências obtidas quando a ética jornalística não é aplicada.

Diante da exposição realizada, o propósito foi o de demonstrar o quanto as pessoas acreditam em mensagens falsas, sem considerarem a realização de uma investigação ou apuração das fontes. Manteve-se, com isso, a intenção de construir um alerta para a sociedade, especificamente para os que, normalmente, não compreendem as dimensões e os impactos desse tipo de notícia ou discurso – pessoas de baixa instrução, com pouca percepção política, que se sustentam no assistencialismo etc. –, a fim de incentivar o hábito de pesquisa e confirmação de informação, o que corrobora com o não compartilhamento de conteúdos falsos ou suspeitos.

Para cumprir com os objetivos de estudo, realizou-se uma pesquisa bibliográfica sobre as *Fake News*. O trabalho está dividido em três núcleos centrais: a contextualização e explicação teórica sobre o que é *Fake News* e os seus possíveis efeitos; um bloco com a exposição do estudo de caso, evidenciando as situações em que tragédias aconteceram por haver a crença de que um boato era fato; conclusão/proposição, relacionando a educação a uma possível forma de frear a disseminação das temidas *Fake News*.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 CONHECENDO AS *FAKE NEWS*

Ultimamente, as *Fake News* têm ganhado destaque em diversos segmentos da sociedade, tais como em discussões transmitidas pelos noticiários, nas rodas de conversas, nas salas de aula, nas redes sociais, em suma, nos mais diversos ambientes. O uso dessa expressão já está incorporado em nosso vocabulário, isso é fato! No entanto, o que vêm a ser realmente *Fake News*?

#### 2.1.1 *Fake News*

De forma literal, as *Fake News* são notícias falsas, mas o seu conceito e o seu significado são muito mais abrangentes. Vários autores discorrem sobre o tema e apresentam inúmeros significados para essa expressão. Um exemplo é a tese de Frias Filho (2018), que afirma que as tão temidas *Fake News* podem ser utilizadas até como um meio de desqualificar versões diferentes de uma mesma ideia que se quer defender como correta.

Assim, as *Fake News* podem ser entendidas como um desagrado. Entretanto, essa não é a definição mais indicada para simbolizar o que realmente as *Fake News* representam, tendo em vista que elas podem pôr em risco a liberdade de expressão e trazer outros prejuízos tanto para quem lê quanto para quem se envolve, direta ou indiretamente, ao que está sendo noticiado.

Em um cenário em que a tecnologia impera com os seus múltiplos facilitadores de comunicação, como é o caso dos smartphones, capazes de possibilitar a leitura e o compartilhamento de notícias com uma agilidade assustadora, é possível observar que tanta velocidade no compartilhar acaba por abrir margens a um costume não muito salutar: replicar conteúdos sem, ao menos, checar se são, ou não, verídicos. Isso contribui grandemente para a disseminação de notícias sensacionalistas e sem outro cunho senão aquele de desinformar e confundir o público leitor.

Bakir e McStay (2017), em seus estudos, verificaram as seguintes definições possíveis para o termo *Fake News*: propaganda de entretenimento; conteúdo que confunde a realidade e a ficção; conteúdo enganoso ou que contém elementos deliberadamente enganosos, incorporados ao seu contexto; algo que, inclusive, pode ser fabricado e projetado para trazer mazelas.

Em detrimento do quão prejudicial esse tipo de notícia pode ser, Frias Filho (2018, p. 43) complementa:

O termo *fake news* deveria ser compreendido como toda informação que, sendo de modo comprovadamente falsa, seja capaz de prejudicar terceiros e tenha sido forjada e/ou posta em circulação por negligência ou má-fé, neste caso, com vistas ao lucro fácil ou à manipulação política.

Diante de uma vasta gama de definições, é possível depreender que esse tipo de notícia tem o potencial de trazer grandes estragos e pode evidenciar a má fé e o desejo de manipular dados ou informações, a fim de se obter um determinado benefício. Ainda, associado à tecnologia, é o tipo de conteúdo que pode ser compartilhado por um número incontável de pessoas: basta um clique para que haja a replicação.

### 2.1.2 O Paradoxo Da Notícia Falsa

Defronte às definições de *Fake News* apresentadas, é possível, ainda, encontrar uma reflexão defendida por Bortolotti (2018) sobre a existência de notícias falsas. Segundo o autor, há um paradoxo na expressão “notícia falsa”: “se a informação é falsa, não pode ser considerada notícia e sendo notícia não pode ser falsa” (BORTOLOTTI, 2018, p. 20-22).

Nesse contexto, há uma associação da notícia ao papel ético do jornalista, que está sempre apresentando – ou deveria estar – a verdade e os fatos. Sendo assim, o que melhor evidenciaria o contexto ou a expressão “*Fake News*”, propriamente, seria não o “falso”, mas o termo “fraude”. Em outras palavras, aquilo que é ardiloso e de má-fé.

Por exemplo, um jornal sério pode até cometer um erro e publicar uma matéria falsa, com problemas de apuração. Contudo, o próprio veículo deve ter conhecimento desse equívoco e se retratar, de modo a corrigir o erro (BORTOLOTTI, 2018). Todavia, não é o que acontece com a notícia, quando ela é criada com o propósito de desvirtuar algo ou alguém. Desse modo, o seu criador jamais se retrata, uma vez que quase nunca é identificado, pois faz uso do anonimato como aliado.

Nesse contexto, aquilo que é publicado e se torna domínio público circula rapidamente entre as redes sociais, deixando um rastro de destruição, às vezes, irreparável, assim como aconteceu no caso da dona de casa Fabiane de Jesus<sup>1</sup>, que foi morta por espancamento em

---

<sup>1</sup> Primeira vítima fatal das *Fake News* no Brasil, em Guarujá (SP), segundo a jornalista da Folha UOL, Juliana Carpanezi (2018).

detrimento de um boato no Guarujá (SP), em 2014: ela era suspeita de praticar magia negra (CARPANEZ, 2018).

### **2.1.3 Objetivos e Alcance Das *Fake News*/Notícias Fraudulentas**

Enganar e, por vezes, destruir têm sido os objetivos das *Fake News* ou notícias fraudulentas. Isso se comprova em casos como o dos Garotos da Macedônia<sup>2</sup>, ocorrido em 2016, na cidade de Veles. Os indivíduos criavam sites falsos, com supostas notícias, e os cliques realizados nos conteúdos geravam receitas, principalmente quando o material do site viralizava em plataformas, tais como o *Twitter* e o *Facebook* (TARDÁGUILA, 2017).

As mentiras ganharam o mundo e favoreceram, entre outros, a campanha à presidência de Donald Trump. Uma prova disso é o fato de que, em 2018, uma publicação do *Washington Post* sustentava que 03 em cada 10 americanos acreditavam em afirmações falsas mencionadas pelo Trump (TARDÁGUILA, 2018). Outro fato que chama atenção em relação ao Trump é o de que ele:

[...] divulgou 8158 notícias falsas ou enganosas, “como se a arte de governar não fosse mais que capacidade de enganar os outros e o exercício do poder estivesse irremediavelmente ligado à mentira” (INNERARITY, 2016, p. 122 apud FIGUEIRA; SANTOS, 2019, p. 7).

Essas manobras e intentos só reforçam o quão prejudicial podem ser as notícias falsas e demonstram como elas podem estar sendo empregadas no intuito de aproximar determinadas pessoas a um dado fim. Essas mesmas manobras também podem estar apagando a crença no jornalismo ético e real.

### **2.1.4 Negação Da Notícia**

Contrapondo o que foi apresentado, existe um comportamento recorrente na audiência e em personalidades, como políticos, que consiste em negar ou considerar equivocada/descartada uma notícia genuína, com dados e informações checadas, visto que essa mesma notícia contém algo que não os agrada. Durante a última eleição presidencial, aqui no Brasil, grupos foram criados em aplicativos, com o intuito de distribuir massivamente

---

<sup>2</sup> Jovens que disparavam notícias falsas e sensacionalistas, com o intuito de obter visualizações que gerariam monetização, segundo Cristina Tardáguila (2017).

informações. Tais conjuntos se transformaram em fábricas de notícias falsas, favorecendo o candidato da extrema direita.

Para clarificar o caso, vale o resgate do incidente ocorrido entre a jornalista brasileira da Folha de São Paulo, Patrícia Campos de Mello, e Hans River, que trabalhava para a Yacows, uma agência de disparos de mensagens em massa via *WhatsApp*. Consequentemente, de acordo com Lindner (2020), Hans ofendeu a jornalista, afirmando que ela tinha se insinuado para ele, oferecendo sexo, com o propósito de obter informações privilegiadas sobre o caso de disparo de mensagens em larga escala para os idosos, com propósitos políticos.

Em síntese, River obteve, ainda, o apoio do presidente Bolsonaro, que, na época, disparou: “Ela queria dar um furo a qualquer preço contra mim”. A jornalista, por sua vez, denunciou em reportagem o compartilhamento em massa de *Fake News* por parte de apoiadores do então candidato à presidência Jair Messias Bolsonaro. Por conseguinte, após a publicação da reportagem, Mello passou a ser alvo de uma campanha agressiva de ódio nas redes sociais (LINDNER, 2020).

A prática sistemática e recorrente do abuso das *Fake News* no Brasil foi exposta, inclusive, por jornalistas do El País<sup>3</sup>, que acompanharam durante três semanas as movimentações no cenário eleitoral brasileiro e elencaram as cinco *Fake News* que ajudaram a alavancar a candidatura de Jair Bolsonaro. De acordo com Barragán (2018), são elas:

1. “Kit gay” para crianças, que foi distribuído nas escolas;
2. O homem que apunhalou Bolsonaro é filiado ao PT e aparece em uma foto com o Lula;
3. Uma senhora foi agredida por ser eleitora de Bolsonaro (que, na verdade, era a atriz Beatriz Segall, já falecida);
4. Haddad defende o incesto e o comunismo em um de seus livros;
5. Se Haddad chegar ao poder, pretende legalizar a pedofilia.

Nesse contexto, sabe-se que, no período da campanha de Bolsonaro à presidência do país, em 2018, entre as cinco *Fake News* apresentadas, destacou-se o “kit gay”, que, supostamente, era distribuído nas escolas para as crianças de seis anos de idade. O candidato Bolsonaro atribuía a criação e a distribuição do tal kit ao governo petista.

Posteriormente, houve a *Fake News* que alegava que o homem que esfaqueou Bolsonaro é filiado ao PT e aparece em foto com o Lula. De acordo com Barragán (2018), logo após ser esfaqueado por Adélio Bispo de Oliveira, essa *Fake News* foi disseminada pelos aplicativos

---

<sup>3</sup> Site do El País: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547\\_146583.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html)—

*WhatsApp* e *Facebook*, bem como por sites informativos que auxiliaram na propagação do boato.

### **2.1.5 O Monopólio De Divulgação De Notícias Falsas Frente Ao Papel Do Jornalista**

Ainda em relação ao cenário político brasileiro, um aspecto chama a atenção: a existência de uma espécie de coalizão entre três fatores que são distintos. São eles: o virtual (caracterizado por um grupo que divulga a sua forma de pensar por meio de blogs, sites de relacionamento, entre outros), o de informação (por intermédio do rádio, jornais impressos e afins) e alianças internacionais com grandes grupos ou conglomerados, tais como empresas de produção de energia e afins.

Nessa conjuntura, é criada uma espécie de monopólio sobre o poder de divulgação de potenciais notícias falsas, que é muito mais abrangente e devastador, pois se alia ao poder do capitalismo, à política e ao poder de narcotização do público leitor quando ele tem contato com determinadas informações tendenciosas e distorcidas.

A praticidade e o rápido acesso que as plataformas digitais e os sites de relacionamento disponibilizam acabaram por torná-los importantes mecanismos de informações e trocas de experiências. Uma pesquisa realizada pelo Datafolha elenca o *WhatsApp* como a rede mais popular, com a adesão de 66% dos eleitores. Esse mesmo aplicativo foi utilizado por 48% da população como fonte de informação sobre política e eleições (RODRIGUES, 2018). Além disso:

Análises políticas sobre o fenômeno das notícias falsas supõem com frequência, que os eleitores acreditam ingenuamente nas mensagens que recebem. E isso envolve um processo complexo relacionado à produção de credibilidade e confiança, fatores essenciais ao funcionamento da democracia (BRUNO; ROQUE, 2019, p. 9).

Em outras palavras, uma notícia ou um fato não precisa ser necessariamente real para causar empatia e identificação. Por essa razão, entende-se a seriedade esperada do profissional jornalista no exercício de sua profissão, aplicada não apenas na fiscalização da ordem pública, mas também na conduta de uma sociedade. Para Traquina (2005, p. 31), “o jornalismo é uma profissão de enorme responsabilidade social, exigente, difícil e, em última análise, perigosa, em que os jornalistas enfrentam decisões difíceis sob intensas pressões”.

O fato de trazer informações, por vezes, perturbadoras e delicadas ao conhecimento de toda a sociedade expõe o profissional de jornalismo, tornando-o centro das atenções que, às

vezes, são incômodas e inconvenientes. Seguir corretamente o que prega o manual de boas condutas da profissão e manter a ética enquanto norteadora das ações ajudam a preservar o jornalista da exposição às possíveis sanções e a salvaguardar as matérias por ele produzidas.

Assim, é fundamental que o jornalista leve, ao domínio público, informações e dados claros que colaborem para o processo da formação dos saberes coletivos de uma sociedade. Em qualquer âmbito, a boa informação contribui para o bom entendimento dos fatos os quais devem ser esclarecidos, para que exista a transparência informativa ao acesso de todos os cidadãos. Para isso, o primordial é ser sensato e ético ao avaliar aquilo que deve, ou não, ser exposto para a apreciação do público leitor, uma vez que as *Fake News* podem e devem ser desmentidas e/ou desacreditadas mediante a postagem do conteúdo correto e o fornecimento de fontes sólidas e com credibilidade suficiente para refutar o engodo exposto por fatos inverídicos noticiados.

Diante do exposto, é algo simplista acreditar que as pessoas repassam notícias falsas porque acreditam que sejam verdadeiras. Quando se há uma relação de confiança com o autor da informação, ao tecer uma notícia que gera segurança, ela não precisa ser necessariamente verdadeira (BRUNO; ROQUE, 2019).

A sociedade, de forma geral, é segmentada por bolhas ideológicas, nas quais os indivíduos com as mesmas opiniões e preferências tendem a se manter próximos, pois compartilham tendências e comportamentos. A bolha ideológica se dá quando as pessoas fecham a sua interação apenas com os sujeitos que carregam ideias semelhantes e não conversam com os de pensamentos diferentes interessados (BRUNO; ROQUE, 2019).

Assim, o compartilhamento de notícias no ambiente on-line tende a seguir esse mesmo viés, ou seja, as notícias que possuem um perfil similar à forma de pensar dos membros dos grupos sociais são repassadas e compartilhadas por meio do *WhatsApp* e *Facebook*, por exemplo. Já as mensagens que não agradam esse determinado público ou representam outra forma de opinião são descartadas ou tidas como *Fake News*.

Dessa maneira, indivíduos que repassam mensagens aos seus grupos de afinidade têm papel particularmente relevante, dado que geram confiabilidade. Em outras palavras, a disseminação de um conteúdo é mais eficiente, quando realizada por pessoas que apresentam proximidades com as outras, e não por agentes propagadores interessados (BRUNO; ROQUE, 2019).

Isso se deve, já que, por ideais comuns, aquilo que é repassado nunca costuma ser checado, uma vez que é tido como algo importante e de fonte segura. Desse modo, não é necessária uma análise prévia, tendo em vista que a informação circulou entre os membros da



mesma comunidade e foi compartilhada por quem tem o status de confiabilidade e de que é bem informado.

Além disso, os jornais vêm substituindo “a perfeição e a qualidade, a exatidão e o contexto pela velocidade e quantidade [...]. O papel do jornalista é desafiar as pessoas, não apenas agradá-las” (BORTOLOTTI, 2018, p. 32-33). Portanto, a mídia e os jornalistas abdicaram de suas responsabilidades e, por consequência, foi instaurado o espetáculo e o triunfo da cultura idiota<sup>4</sup>.

Pelo fato de que a verdade leva tempo para ser noticiada, em função dos muitos filtros impostos, como o da checagem correta e a devida apuração de fatos/fontes, as notícias falsas, por sua vez, são beneficiadas pela tecnologia, que é uma facilitadora de propagação em alta velocidade. Em um ambiente em que o virtual é célere e tudo acontece de múltiplas formas e em diversos lugares, a disseminação veloz das *Fake News* as torna potencialmente virais e perigosas, já que, para isso, basta ter um tom apelativo e sensacionalista. Sua propagação exige um cenário preenchido por uma dualidade competitiva, ou seja, aquele que as elabora sabe o que elas são e os potenciais danos que causarão, mas isso não o impede de forjá-las, enquanto aquele que as lê, de certo modo, sente empatia, pois aquilo é também a sua forma de pensar. Assim, o leitor passa a replicar o fato e a recomendar esse tipo de conteúdo, tornando-o viral.

Para Jonah Berger (2014, p.23), “quando uso a palavra ‘viral’ neste livro, refiro-me a algo que tenha maior probabilidade de se propagar de uma pessoa para outra”. Em outras palavras, o viral acontece quando temos algo muito difundido, ou seja, o seu alcance foi amplo. Sabidamente, as *Fakes News* se propagam em uma velocidade absurdamente mais rápida do que uma notícia séria e verdadeira, uma vez que o sensacionalismo que elas contêm chama muito mais a atenção do leitor. Um exemplo disso é o fato que, enquanto as *Fake News* de Veles, na Macedônia, geravam milhões de cliques, as notícias jornalísticas sérias sobre uma possível sonegação fiscal do então candidato à presidência dos Estados Unidos obtinham pouca ou nenhuma atenção (FILGUEIRAS, 2018).

Segundo a jornalista e idealizadora do Comprova, Agência de Checagem e Notícias, Claire Wardle, as informações contidas nas *Fakes News* podem ser classificadas em sete formas distintas, a saber: sátira ou paródia; conteúdo enganoso; conteúdo impostor; conteúdo

---

<sup>4</sup> Trata-se de uma referência ao artigo do jornalista americano Carl Bernstein, em 1992, por ocasião dos 20 anos do caso Watergate, com duras críticas ao comportamento dos jornais americanos.

fabricado; falsa conexão; falso contexto; e conteúdo manipulado (REDE MAGIC BLOG, 2018).

A classificação apresentada é mais bem compreendida a partir dos conceitos a seguir. Sátira ou paródia se dá quando a notícia não deseja causar dano, mas pode enganar o leitor, enquanto o conteúdo enganoso se refere ao uso não verdadeiro de uma informação, com o objetivo de difamar uma pessoa ou conteúdo. Já o conteúdo impostor elenca uma marca ou uma pessoa como a fonte da afirmação não verídica. Por sua vez, o conteúdo fabricado se resume em uma notícia totalmente falsa, com a finalidade de espalhar um boato ou causar mal ou dano a alguém, e a falsa conexão ocorre quando a informação não combina com o conteúdo divulgado. O falso contexto se refere ao conteúdo verídico, mas compartilhado em uma situação falsa e, por fim, o conteúdo manipulado é um conteúdo verídico, mas manipulado para iludir ou ludibriar o leitor (PIMENTA, 2017).

Assim, para a jornalista Claire Wardle, o combate às *Fake News* pode ser comparado ao ato de varrer ruas: todos os dias, a sujeira aparece, é como se não houvesse limpeza pública. Em outras palavras, é necessário educar as pessoas para que não joguem o seu lixo nas ruas, mas o levem à lixeira de suas casas. Sob essa analogia relacionada às *Fake News*, a possível solução passa pela educação. Um exemplo seria a criação de uma disciplina nas escolas, com a finalidade de construir, nas mentes jovens, um senso crítico em relação às informações a que têm acesso. Essa atitude transformaria os futuros leitores em severos avaliadores e críticos de conteúdos, para que, dessa forma, as informações inúteis sejam deletadas e, assim, sejam moldados caracteres para o benefício da sociedade como um todo. Isso possivelmente não extinguirá as *Fake News*, mas controlará a sua disseminação exacerbada (PIMENTA, 2017).

É importante ressaltar que a existência de uma correta separação entre o que é falso e o que é verdadeiro requer a volta do jornalismo sério e instigador, ou seja, aquele que segue à risca as boas práticas e a ética da profissão, com diligência disciplinada. Nessa circunstância, é necessária a checagem dos fatos e das fontes, a fiel transcrição do ocorrido, a estruturação do texto, o uso da linguagem apropriada, entre outras. Somente após essas ações, o conteúdo poderá ser efetivamente publicado em nível integral e de forma clara, coerente e acessível ao público consumidor, para que se sinta desafiado e motivado a não somente ler, mas absorver a ideia do material que lhe foi disponibilizado.

As redes sociais surgiram como a esperança de libertação dos menos privilegiados, por meio da informação acessível. Entretanto, pouco tempo depois, percebe-se um mundo de desinformação ainda maior, pois o excesso de conteúdo produzido para as diferentes plataformas digitais desenvolveu um distanciamento entre o conhecimento real e o científico,

tornando, conseqüentemente, o público menos crítico e mais vítima da desinformação, em virtude da péssima qualidade e superficialidade dos conteúdos a que muitos são expostos.

Em meio a esse cenário, há um turbilhão de mentiras, o que coloca em xeque a noção sobre a verdade e proporciona a descredibilização de instituições, tais como o jornalismo. Alexandre Sayad, em seu artigo “Idade Mídia”, faz uma analogia às avessas com a “Idade Média”, ao explicar que:

Não há trevas como no passado medieval, mas um excesso de luz igualmente perturbador. O conhecimento, por um lado, não é escasso nem restrito ao mundo eclesiástico - está potencialmente distribuído, disponível a quem estiver apto a conectar-se com ele. Por outro lado, há muita desinformação provocada, ironicamente, pela abundância (BARBOSA, 2019, p. 6-7).

Para controlar essa avalanche de informação que nos rodeia, a criação e o gerenciamento de conteúdos deveriam ser inseridos no quadro disciplinar de formação dos indivíduos desde a sua juventude, pois, assim como as matérias de cunho econômico, as informativas também influenciam na tomada de decisões de um público, quando ele não domina corretamente o campo da compreensão textual. Nesse sentido, moldar as jovens mentes pensantes, a fim de torná-las sensatas e críticas, é uma medida interessante, mesmo que em longo prazo, para neutralizar parte dos danos causados pelas falsas notícias.

Desse modo, Barbosa (2019, p. 4) revela que “a confiança está sendo minada nas redes sociais, com novas crenças e novos valores [...]. Uma massa de ignorantes manipuláveis está sendo influenciada por *fake news* [...]”. Por isso, diante de um *iceberg* de desconfiança, faz-se necessário analisar com mais profundidade a motivação de quem repassa um conteúdo notadamente falso, para que se possa pensar em formas mais eficazes de combater esse tipo de comportamento.

Inesperadamente, a audiência, a qual é imersa no mar de informações, sem saber como absorvê-las corretamente e tirar proveito do conhecimento útil, será transformada em massa de manobras não mais pelos grandes conglomerados de comunicação, quando ainda existiam os *Gatekeepers*, que faziam a pré-seleção das notícias a serem publicadas segundo critérios jornalísticos e editoriais. Atualmente, abandonamos o *gatekeeper* humano e passamos para o *gatekeeper* algoritmo, o qual capta, organiza e traz o acesso à informação digitalizada. Com isso, basta uma pequena abertura no campo da superficialidade informativa, ao acessar um conteúdo qualquer, para que o indivíduo seja bombardeado por um número de informações tão rasas e inúteis como a que primeiro deteve a atenção do, agora, *ciber* leitor.

Do mesmo modo, foi alcançado o patamar da oferta massiva de informações, que são segmentadas e específicas para cada tipo de consumidor. Graças à tecnologia contemporânea, o *Big Data*, por exemplo, é uma ferramenta cada vez mais utilizada pelos intermediários de informação, como o *Facebook*, que molda os conteúdos e, por meio de algoritmos, adapta as informações para cada tipo de perfil específico e transmite somente aquilo que o público está disposto a ouvir. Em detrimento disso, a audiência da situação passiva foi emancipada, visto que, agora, o público interage, contribui, critica e determina o que dá, ou não, “ibope”, ou seja, ou é apresentado o conteúdo desejado, ou o que for oferecido será rejeitado. Dessa forma, a importância da veracidade dos fatos ficou relegada a um segundo plano.

Nessa nova realidade, a sociedade corre um sério risco de viver sob a égide de um mesmo segmento de cultura, tornando-se refém dos mesmos conteúdos disponibilizados pelos algoritmos, que traduzem e segmentam as informações de acordo com a preferência pessoal e limitada de quem aceita esse tipo de segregação informacional:

A questão é que “o conteúdo que eu quero”, talvez como indicativo otimista da possibilidade de se optar por um cardápio variado, a exemplo dos “pratos coloridos” recomendados por nutricionistas, foi traduzido, muito rapidamente, por “somente o conteúdo que reforce minhas convicções e preconceitos, sendo portanto, dispensável a sua veracidade (BORTOLOTTI, 2018, p. 22-24).

Para uma geração que está acostumada a ter o que gostaria e na hora que deseja, ouvir, ler ou interagir com algo que não se enquadra em seus rasos padrões de qualidade é impraticável, pois, o que impera em seu vocabulário diário é o consumismo aplicado em todos os aspectos de sua vida. Em consequência disso, as notícias também se tornaram um objeto de consumo e são descartadas à medida que não servem para o fim a que são desejadas.

Além disso, na educação pela informação, levando-se em consideração essa mudança de paradigma, houve a troca da comunicação unidirecional, dizimando a figura de leitor ouvinte e de espectador passivo, que, agora, podem confrontar o discurso do emissor. Tal situação acabou, na verdade, substituindo um senhor pelo outro (BORTOLOTTI, 2018).

Assim, é imprescindível frisar a importância que reside no ato de educar. A educação abre a mente, tornando-a mais crítica ao que recebe, quaisquer que sejam os conteúdos a que tem contato. O educar molda caracteres e, quando isso acontece, a sociedade é beneficiada em sua totalidade, a partir da inserção, em seu meio, de indivíduos que estão completamente aptos a contribuir com conteúdos e ideias de qualidade, nos diversos segmentos da vida em comunidade.

As grandes empresas de comunicação, como *Facebook*, *Google* e *WhatsApp*:

[...] têm o lucro como primeiro objetivo, apesar de a “missão” de cada uma delas conter palavras sobre “conectividade” e “compartilhamento”. Até aí, sem problema, lucrar não é crime. No entanto, o caixa dessas empresas depende de “cliques” e “likes” e para consegui-los, não importa se o navegante está direcionando o seu dedo para uma notícia falsa ou verdadeira (BORTOLOTTI, 2018, p. 35-37).

O crivo de analisar se um conteúdo está apto a ser disponibilizado a um público consumidor deveria ser imperativo e automático. No entanto, a urgência cada vez maior que existe em divulgar as informações torna os fatos mais importantes do que a sua origem e, assim como a demanda requer urgência, muitas concessões acabam sendo adotadas, para que o público sempre tenha conteúdos atualizados e inusitados, independentemente se são, ou não, verídicos, contanto que gerem interesse o suficiente para que recebam os tão cobiçados e ansiados cliques e *likes*.

Além disso, o Banco Mundial sustenta que a ideia da Internet como instrumento de democratização pode estar errada. “Segundo relatório do banco, há indicações de que a rede pode estar aumentando a desigualdade no mundo”, ou seja, “as tecnologias contemporâneas estão se espalhando rapidamente, mas os dividendos do crescimento digital: empregos e serviços têm ficado para trás” (BORTOLOTTI, 2018, p. 35-37).

É nesse cenário de total globalização da produção que percebemos como somos dependentes desse ou daquele mercado. O fato de um produto ter a sua ideia concebida nos Estados Unidos, a sua produção ter sido iniciada na China, mediante a uma tecnologia japonesa, e ter uma campanha de marketing desenvolvida na Inglaterra torna o mercado de trabalho um tanto exclusivista. Isso significa que quem não tem conhecimento o suficiente não consegue uma vaga de emprego nesse mercado, o qual se tornou extremamente exigente e seletivo.

Para que o indivíduo se capacite corretamente e tenha chances iguais de competir por um espaço nesse disputado mercado, ele deve possuir uma educação de qualidade, o que, na maioria das vezes, fica somente no campo do ideal, já que o grosso da população não consegue sequer um smartphone para se conectar à plataforma de estudos que necessita.

Como se não bastasse, “as mudanças não melhoraram o acesso a serviços públicos ou promoveram o aumento das oportunidades econômicas”. Paralelamente, “60% da população mundial não tem acesso à internet, inclusive, o acesso à internet será incapaz de reverter essa situação” (BORTOLOTTI, 2018, p. 35-37).

No Brasil, a pobreza ainda é um dos fatores limitantes e que mais segregam os jovens, já que a exclusão social também se aplica ao mundo digital. É preciso compreender que, para existir inclusão digital, faz-se necessário o oferecimento de um equipamento, seja um

computador ou um smartphone, por exemplo, com acesso à Internet, além de ensinar como se faz o uso dos programas e dos aplicativos disponíveis. Em outras palavras, é inútil disponibilizar cursos on-line, quando o público-alvo não sabe sequer abrir uma plataforma de estudos.

Diante desse cenário, percebe-se um problema grave. Segundo a Universidade de Stanford, nos Estados Unidos, apesar de parte da geração de nativos digitais ter a habilidade de operação de dispositivos, a maioria desses usuários está perdida nesse novo mundo, uma vez que carrega baixa lucidez na compreensão desse novo sistema (BORTOLOTTI, 2018).

Brito (2020) versa sobre o peso da reprodução de informações falsas sobre a pandemia, quando vindas de famosos. São os políticos, as celebridades e outras figuras públicas, os responsáveis por espalhar até 20% das *Fake News* que ganharam notoriedade acerca da Covid-19. O que assusta é o total de engajamento que esse público pode conquistar. Ainda de acordo com Brito (2020), aproximadamente 70% do engajamento gerado sobre esse assunto em plataformas de mídias sociais advém desse nicho digital.

Quando se fala em descredibilidade do jornalismo, é importante ressaltar que, por mais que existam problemas no que diz respeito à credibilidade do profissional dessa área, as *Fakes News* passam a ser uma “prova em negativo” de que ainda há algum crédito e respeito por essa profissão por parte da sociedade. Isso se deve, pois é justamente por meio do jornalismo que as fraudes informativas são desmascaradas (BUCCI, 2019).

Segundo a revista Exame, um estudo feito em parceria entre a agência Reuters e o Instituto Oxford confirma que 60% dos brasileiros confiam nas notícias que leem e o Brasil é o segundo país que mais confia nas mídias. Nesse cenário, a figura do jornalista assume um papel altamente impactante, visto que cabe a esse responsável a árdua tarefa de informar a população, para que a desinformação disseminada pelas *Fake News* seja, de alguma forma, contida ou minimizada.

Outro fator que contribuiu para o descrédito do jornalismo, considerando o âmbito nacional, foi a polarização política que ocorreu no Brasil. Aqui, trata-se de um país em que se vigoram duas posições: ou se é a favor ou se é contra. Nesse sentido, Menezes (2017, on-line) expõe o raciocínio do professor Rafael Fonseca Santos, coordenador do curso de jornalismo da Universidade Presbiteriana Mackenzie de São Paulo, o qual afirma que essa “polarização política afeta o jornalismo também. Agora, as pessoas enxergam essa coisa de jornal azul e jornal vermelho”.

A ética deve estar presente em todos os estágios da vida jornalística do profissional. Além do mais, deve reger e nortear o seu comportamento, moldar o seu caráter e pautar o seu trabalho, que deve unir a verdade e a honestidade, sem fazer uso do sensacionalismo em

benefício do bem maior, que é o de trazer a luz do conhecimento nos âmbitos em que se imperam as trevas do obscurantismo do engano e da ignorância social.

Também vale salientar que legitimar uma notícia é um caminho importante para neutralizar o excesso de inverdades que povoam o ciberespaço. Um exemplo disso é o Projeto Credibilidade, realizado por meio de uma parceria entre o Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo (Projor) e o Programa de Pós-Graduação em Mídia e Tecnologia (PPGMiT) da Universidade Estadual Paulista (Unesp). O Projeto Credibilidade ainda envolve a Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji) e 13 veículos de comunicação, de acordo com Oliveira (2018).

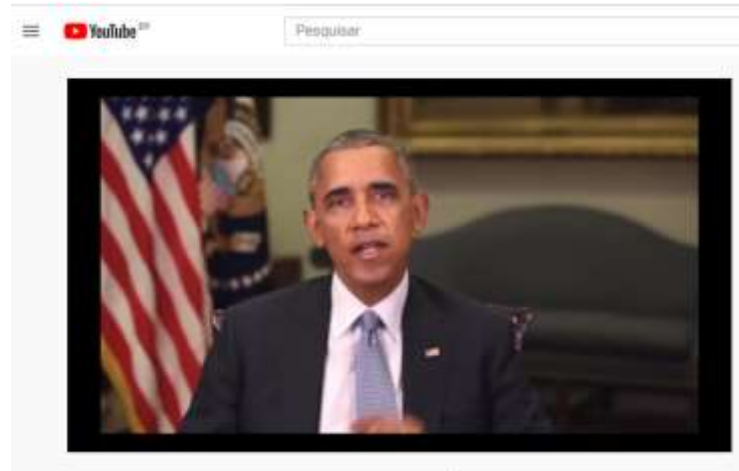
Tanto trabalho assim precisa ser sempre resgatado, porque as *Fake News*, as quais, atualmente, causam estragos por todo planeta, não são simplesmente mentiras que até poderiam ser compreendidas como as “fofocas” de antigamente. Essas notícias, assim como a tecnologia e a história, evoluíram para multifaces de mentiras (BUCCI, 2019).

### **2.1.6 O Deep Fake**

Assim como foi possível observar até aqui, as notícias falsas evoluíram até adquirirem as condições “ideais” para circularem com velocidade e causarem danos à democracia e à ética do profissional da área jornalística. Em meio à descrença, algo ainda pior pode ser citado. Arelado às várias inovações tecnológicas, surgiu, também, o que se conhece por *Deep Fake*. Trata-se de uma mentira profunda e que pode até passar despercebida.

A partir do uso de uma ferramenta de edição de vídeos e do auxílio da Inteligência Artificial, iniciou-se a manipulação de rostos e de expressões faciais, e houve a criação de áudios que objetivam iludir ou confundir as pessoas. Toda essa automação se dá para a elaboração de notícias falsas criadas por softwares e que são idênticas às originais, mas com pequenas alterações (GOGONI, [2020]).

Figura 1 – Print de um pronunciamento falso de Obama (*Deep Fake*)



Fonte: Captura de tela feita pelo pesquisador

Com isso, é de vital importância a existência de um *fact-checking* das informações veiculadas e a presença de agências de checagens que realizem análises e publiquem o resultado. Tudo isso auxiliará a desmistificar as notícias que, a princípio, são impactantes, mas possuem apenas o intuito de desinformar e espalhar boatos pela Internet.

As notícias falsas são potencialmente danosas, uma vez que geram grandes lucros e poder, pois aliam dois grandes pilares de sustentação de toda a engrenagem social: o pilar da economia e o da política. Assim sendo, é de suma importância que os mecanismos de detecção e checagem continuem agindo, a fim de exercerem o papel fundamental de mitigar os danos dessa prática nociva e perniciososa.



### 3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Tendo as *Fake News* como alvo de estudo, neste capítulo, demonstraremos, por meio de estudos de casos, o seu alto poder destrutivo e as consequências irreparáveis de sua disseminação. Para tanto, foram analisados três casos: a partir da realização de pesquisas bibliográficas e da análise de vídeos e matérias veiculadas, foi comprovada a real extensão dos danos causados pelas notícias falsas e explicitado o motivo pelo qual se exige a responsabilidade, por parte do profissional em comunicação, ao noticiar fatos e acontecimentos.

É imprescindível ressaltar que os casos analisados a seguir são exclusivamente o foco de nosso estudo, com o objetivo de trazer luz e ilustrar o quadro geral a respeito das notícias falsas. Não visamos à representação de ideais políticos ou apelativos.

#### 3.1 CASO 1 – ESCOLA BASE EM SÃO PAULO (SP)

Figura 2 – Foto da casa de Maurício



Fonte: Captura de tela feita pelo pesquisador

A Escola Base de São Paulo foi analisada, pois, entre outros motivos, o seu ocorrido é uma espécie de marco negativo na história do jornalismo, já que a responsabilidade e a ética do profissional foram relegadas em prol unicamente do sensacionalismo, gerado pelo fato de que

o caso foi amplamente noticiado, sem que fosse feito sequer o trabalho básico de checagem e a correta apuração dos eventos. Assim, pela audiência, os danos causados aos envolvidos repercutem até hoje, vinte seis anos depois do ocorrido.

### **3.1.1 O Caso**

A Escola Base era uma escola particular para crianças e estava localizada no bairro da Aclimação, em São Paulo. O fato ocorreu em março de 1994, quando pais de alunos denunciaram os donos e os funcionários do colégio por suspeita de casos de orgias e abuso sexual infantil (BUONO, 2020).

### **3.1.2 As Implicações**

O caso foi noticiado por diversos veículos de comunicação. Dentre eles, está o extinto jornal “Notícias Populares”, publicado pela Folha, que trazia a matéria ilustrada com os dizeres: “Kombi era motel na escolinha do sexo”. Outro jornal é a “Folha da Tarde”, que estampava a manchete com a afirmação: “Perua escolar carregava crianças para a orgia”. O “Diário Popular” também se fez presente, ao receber a matéria do próprio delegado que conduzia a investigação, Edélcio Lemos, mas a repercussão se tornou nacional quando o jornal “O Globo” publicou uma matéria a partir da reportagem feita por um de seus repórteres, Valmir Salaro, o qual, mesmo não ouvindo a versão dos acusados, assinou a matéria e o jornal a publicou (BUONO, 2020).

Figura 3 – Uma das manchetes da época



Fonte: Captura de tela feita pelo pesquisador

De acordo Ribeiro (2001, p. 110), “em nenhum momento foi feita a checagem dos fatos, visto que até o número da casa onde supostamente ocorriam os abusos, estava errado: foi divulgado o número 93, quando, na verdade, era 29”. Além disso, o caso foi elevado a outra categoria quanto ao quesito sensacionalismo, o que pode ser evidenciado mediante as palavras do promotor Sérgio Peixoto Camargo, que resume a notícia em algumas palavras:

(...) É de se lamentar a desnecessária provocação do aparelhamento policial pela fantasia de pessoas imaturas, ignorantes, apoucadas de compreensão e destituídas de lógica, que não conseguem visualizar as gravíssimas consequências de seus atos impensados. Com efeito, em razão do noticiário veiculado com inevitável sensacionalismo em torno das providências policiais supra relatadas, populares exaltados procederam a odiosa depredação do estabelecimento de ensino, agravando ainda mais a penalizante condição a que foram submetidos seus dirigentes e familiares, como é de conhecimento público (SOUTO, 2018, on-line).

É oportuno reforçar que o delegado responsável pelo caso, Edélcio Lemos, baseou as suas primeiras informações em apenas suposições. Assim, não verificou a autenticidade das informações, nem se ateu ao laudo pericial feito no IML, que teve o resultado inconclusivo. Diante disso, Lemos conseguiu um mandado de busca e apreensão no apartamento onde se acreditava ser um dos locais dos abusos, mas nada foi encontrado (BUONO, 2020).

Mesmo diante desse contexto, o delegado divulgou os fatos para a imprensa, o que causou indignação e revolta popular. Consequentemente, houve apedrejamento e saques na escola: os donos faliram e começaram a receber diversas ameaças de morte.

O fato de que o delegado era a única fonte utilizada pelos jornalistas para a obtenção de um norteamto tornou o erro ainda mais pernicioso, já que Lemos não tinha nenhum documento legal que amparasse ou justificasse os seus pronunciamentos, os quais eram cada vez mais exaltados. Nesse contexto, Pena (2005, p. 57), explica que:

A fonte de qualquer informação nada mais é do que a subjetiva interpretação de um fato. Sua visão sobre determinado acontecimento está mediada pelos “óculos” de sua cultura, suas linguagens, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser direcionada para seus próprios interesses.

Evidentemente, o caso em nada diminuiu a responsabilidade atribuída aos jornalistas, que noticiaram as informações confiando apenas em uma única fonte. Em um vídeo documentário, o jornalista Boris Casoy, que, na época, trabalhava na TV Record, mencionou algo relacionado a essa percepção, ao afirmar que: *“Eu não quero perdoar a imprensa... mas também tem o fato que uma autoridade induziu a isso. Era um delegado ansioso, que se sentiu muito confortável perantes as câmeras [...]”* (CASOY, 1994, on-line).

As repercussões das falsas acusações e a ruína física, emocional e moral refletem até hoje na vida dos sobreviventes desse verdadeiro linchamento social. As verdadeiras vítimas são Ayres (Icushiro Shimada), falecido em 16 de abril de 2014, em função de um infarto, e sua esposa, Maria Aparecida Shimada, falecida em 2007, vítima de câncer (ISTOÉ, 2014). Paula Milhim e Maurício Alvarenga, que também foram vítimas, divorciaram-se: Alvarenga sofre com a síndrome do pânico e Milhim foi morar com as filhas, e a mãe dela e não possui emprego fixo, pois está impedida de lecionar (ANDRADE, 2013). Ambos possuem muitos outros problemas de ordem psicológica, emocional e financeira, já que não puderam mais voltar a trabalhar. Saulo e Mara Nunes, outras vítimas, enfrentam problemas financeiros, pois tiveram que arcar com o peso dos honorários advocatícios. Mais seis pessoas foram execradas do convívio social e tiveram as suas vidas destruídas para sempre.

A seguir, tem-se uma pequena amostra do sensacionalismo aplicado, em diferentes níveis de relevância, pela imprensa da época. No exemplo exposto, para se referir ao caso da Escola Base sob o ponto de vista do jornal “Notícias Populares”, conhecido por trazer notícias sensacionalistas e que foi ativo de 1963 até 2001, era usual inserir títulos gigantes e fazer uso de uma linguagem descontraída (MALVA, 2020).

Figura 4 – Print de tela de um vídeo sobre o caso da Escola Base



Fonte: Captura de tela feita pelo pesquisador

### 3.2 CASO 2 – KIT GAY – JAIR MESSIAS BOLSONARO

Figura 5 – Bolsonaro e o kit gay



Fonte: Estadão Conteúdo (2018, on-line).

O caso sobre o “kit gay” é relevante, pois, além de levar ao conhecimento público informações inverídicas e/ou distorcidas, influenciou até a história política do país, alterando a sua trajetória. Aqui, percebe-se claramente o poder de influência de segmentos religiosos na maneira de se pensar e agir de seus membros.

A aliança firmada entre política, religião e influenciadores moldou os novos rumos das engrenagens da máquina administrativa do Brasil, destituindo a antiga cadeia de comando e passando o poder a novas mãos.

### **3.2.1 O Caso**

O kit nada mais era do que um material destinado às escolas, no intuito de promover um ambiente sem homofobia, ou seja, o seu objetivo era o de educar e informar crianças e adolescentes. O kit composto por um caderno com papelaria impressa e itens audiovisuais e teria sido encomendado pela Comissão de Direitos Humanos da Câmara dos Deputados ao Ministério da Educação (MEC). Além disso, foi elaborado por ONGs, tais como a Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Travestis e Transexuais (ABGLT), a Pathfinder Brasil, a ECOS-Comunicação em Sexualidade e a Reprolatina-Soluções Inovadoras em Saúde Sexual e Reprodutiva, de acordo com as diretrizes de um programa federal lançado em 2004, que visava promover os valores de respeito e não discriminação por orientação sexual (MAZZOCO, 2015).

Em princípio, o kit teria sido recomendado para o Ensino Fundamental II (que abrange crianças a partir de 11 anos) e existia uma cartilha destinada aos professores e educadores, orientando-os em relação à promoção de atividades para o combate a homofobia. Esse material tinha sido armazenado e aguardava liberação, mas voltou às rodas de conversa em 2011, quando estava prestes a ser distribuído nas escolas, incluindo os alunos do Ensino Fundamental II (6º ao 9º ano) e os do Ensino Médio. Entretanto, foi novamente arquivado após a pressão de setores conservadores da sociedade e do Congresso Nacional (GAZETA DO POVO, 2018).

Ter um material como esse nas escolas seria um avanço muito grande. Os PCNs (Parâmetros Curriculares Nacionais, elaborados em 1997) eram o único documento que tratava de sexualidade, mas o faziam de forma genérica. Já esse material faz um recorte prático do que precisa ser trabalhado na escola hoje”, afirma o pedagogo Ricardo Desidério, que avalia alguns conteúdos do kit em seu doutorado em Educação Escolar pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP) (MAZZOCO, 2015, on-line).

A seguir, uma ilustração da contracapa, sumário e metodologia da cartilha:

Figura 6 – Print da contracapa da cartilha

CADERNO



3

Fonte: Gazeta do Povo (2018, on-line).

Figura 7 – Print do sumário da cartilha



**SUMÁRIO**

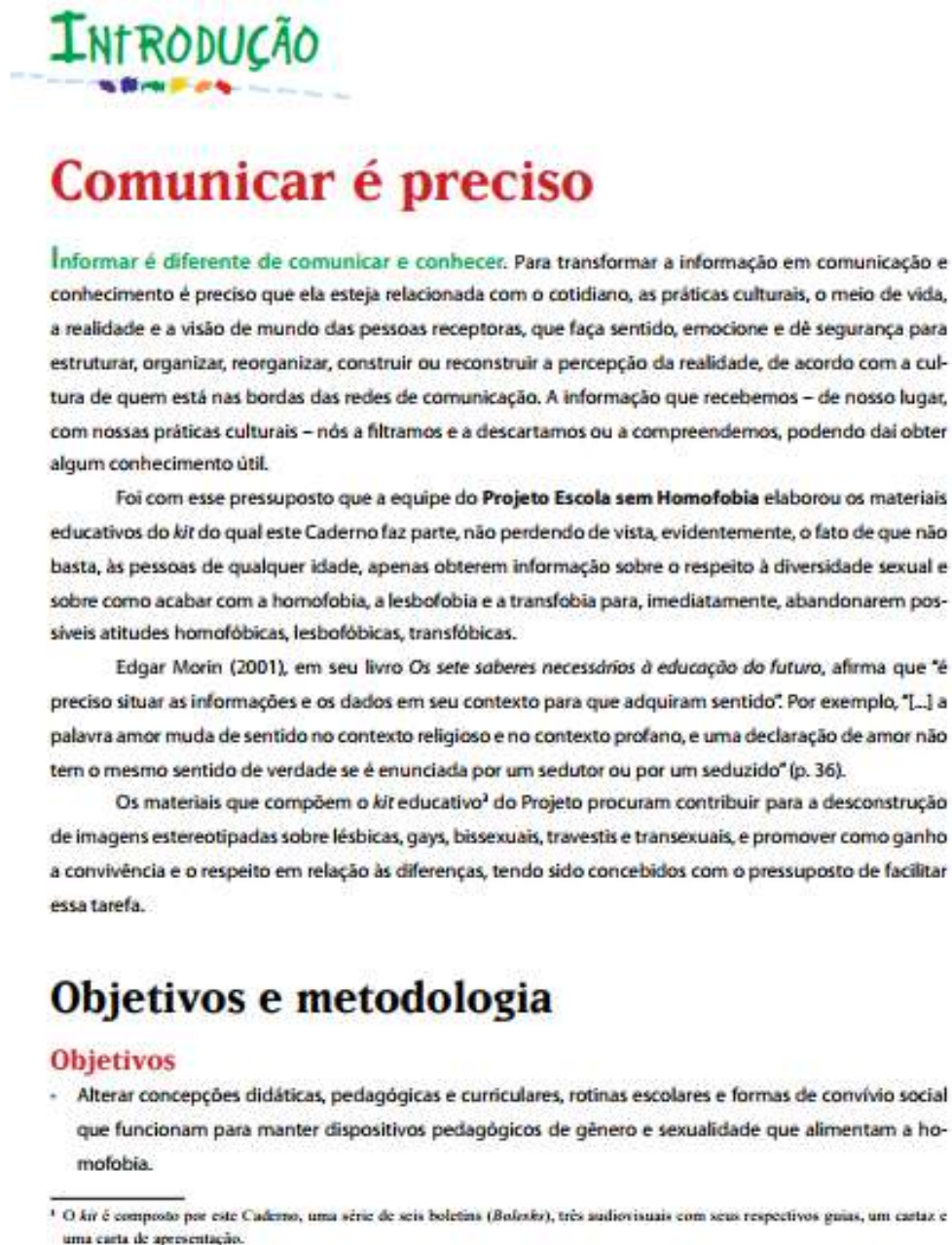
<b>Apresentação</b> .....	8
<b>Introdução</b> .....	11
<b>1. Desfazendo a confusão</b> .....	19
Gênero: as desigualdades entre as mulheres e os homens .....	19
Diversidade sexual .....	25
Homofobia .....	33
A luta pela cidadania LGBT .....	39
<b>2. Retratos da homofobia na escola</b> .....	49
Preconceitos e estereótipos .....	53
A homofobia na escola: o que dizem algumas pesquisas .....	55
A homofobia no currículo escolar .....	61
Práticas e espaços escolares .....	67
Para enfrentar a homofobia: rever práticas, espaços e suas intencionalidades .....	70
O currículo e a transversalidade: a inclusão dos temas sociais na escola .....	74
<b>3. A diversidade sexual na escola</b> .....	79
Caminhos para uma escola sem homofobia .....	81
Projeto político-pedagógico e diversidade sexual na escola .....	83
Plano de ação: uma escola sem homofobia .....	86
Considerações finais .....	98
Referências bibliográficas .....	99
<b>Anexo 1 – Para trabalhar com os Boleshs</b> .....	103
<b>Anexo 2 – Como trabalhar com os materiais audiovisuais</b> .....	123

5

Fonte: Gazeta do Povo (2018, on-line).



Figura 8 – Print da introdução da cartilha



**INTRODUÇÃO**

## Comunicar é preciso

**Informar é diferente de comunicar e conhecer.** Para transformar a informação em comunicação e conhecimento é preciso que ela esteja relacionada com o cotidiano, as práticas culturais, o meio de vida, a realidade e a visão de mundo das pessoas receptoras, que faça sentido, emocione e dê segurança para estruturar, organizar, reorganizar, construir ou reconstruir a percepção da realidade, de acordo com a cultura de quem está nas bordas das redes de comunicação. A informação que recebemos – de nosso lugar, com nossas práticas culturais – nós a filtramos e a descartamos ou a compreendemos, podendo daí obter algum conhecimento útil.

Foi com esse pressuposto que a equipe do **Projeto Escola sem Homofobia** elaborou os materiais educativos do *kit* do qual este Caderno faz parte, não perdendo de vista, evidentemente, o fato de que não basta, às pessoas de qualquer idade, apenas obterem informação sobre o respeito à diversidade sexual e sobre como acabar com a homofobia, a lesbofobia e a transfobia para, imediatamente, abandonarem possíveis atitudes homofóbicas, lesbofóbicas, transfóbicas.

Edgar Morin (2001), em seu livro *Os sete saberes necessários à educação do futuro*, afirma que “é preciso situar as informações e os dados em seu contexto para que adquiram sentido”. Por exemplo, “[...] a palavra amor muda de sentido no contexto religioso e no contexto profano, e uma declaração de amor não tem o mesmo sentido de verdade se é enunciada por um sedutor ou por um seduzido” (p. 36).

Os materiais que compõem o *kit* educativo<sup>1</sup> do Projeto procuram contribuir para a desconstrução de imagens estereotipadas sobre lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais, e promover como ganho a convivência e o respeito em relação às diferenças, tendo sido concebidos com o pressuposto de facilitar essa tarefa.

## Objetivos e metodologia

### Objetivos

- Alterar concepções didáticas, pedagógicas e curriculares, rotinas escolares e formas de convívio social que funcionam para manter dispositivos pedagógicos de gênero e sexualidade que alimentam a homofobia.

<sup>1</sup> O *kit* é composto por este Caderno, uma série de seis boletins (*Boletão*), três audiovisuais com seus respectivos guias, um cartaz e uma carta de apresentação.

Figura 9 – Print da metodologia da cartilha

- Promover reflexões, interpretações, análises e críticas acerca de algumas noções que frequentemente habitam a escola com tal “naturalidade” ou que se naturalizam de tal modo que se tornam quase imperceptíveis, no que se refere não apenas aos conteúdos disciplinares como às interações cotidianas que ocorrem nessa instituição.
- Desenvolver a criticidade juvenil com relação a posturas e atos que transgridam o artigo V do Estatuto da Criança e do Adolescente, segundo o qual: “Nenhuma criança ou adolescente será objeto de qualquer forma de negligência, discriminação, exploração, violência, crueldade e opressão, punido na forma da lei qualquer atentado, por ação ou omissão, aos seus direitos fundamentais”.
- Divulgar e estimular o respeito aos direitos humanos e às leis contra a discriminação em seus diversos âmbitos.

### Metodologia

Busca-se desocultar a ordem que coloca a heterossexualidade como natural, normal e única possibilidade de os sujeitos viverem suas sexualidades, por meio de dinâmicas de trabalho com as quais se pretende subsidiar práticas pedagógicas que favoreçam a reflexão e incentivem mudanças.

Em sua organização, os subtemas do Caderno apresentarão:

- a) uma situação disparadora – que estimula o debate proposto para o capítulo;
- b) texto – desenvolvimento do eixo temático a ser discutido, trazendo conceitos, considerações críticas e subsídios de pesquisas e estudos, incluindo situações que podem ocorrer no cotidiano da escola e que nos desafiam a enfrentar a homofobia;
- c) dinâmicas: como fazer? – ações, passos ou procedimentos necessários para a organização de atividades práticas sugeridas, tendo como objetivo exercitar a capacidade reflexiva das/dos participantes;
- d) comentários finais – elencando alguns pontos de reflexão que visam sistematizar o conteúdo discutido.

As dinâmicas incluídas neste Caderno funcionam como sugestões de atividades que poderão ser realizadas com: as/os professoras/es; o conjunto de profissionais que trabalham na escola; estudantes nas salas de aula; familiares; e com a comunidade do entorno da escola. Vale, ainda, salientar que os debates possivelmente suscitados por essas dinâmicas estão impregnados das relações afetivas e de convivência que de forma alguma podem ser desconsiderados pela escola como conteúdos importantes de serem trabalhados, entre eles a cooperação, a solidariedade, o trabalho em grupo, o respeito e a ética.

Apoiando os trabalhos propostos no Caderno, os *Bafetins Escola sem Homofobia* (Boleshs) e os três audiovisuais contribuem para estimular o debate e fundamentar o tema central do Projeto Escola sem Homofobia.

### 3.2.2 As Implicações

Trata-se de uma manobra envolvendo política, segmentos religiosos da sociedade e simpatizantes conservadores. Nesse sentido, Jair Bolsonaro, alinhado com a bancada

evangélica, fundiu materiais de campanha contra programas distintos, tais como o Escola Sem Homofobia e o Programa de redução de danos entre usuários de drogas injetáveis, voltado para travestis e transexuais, a fim de disseminar conteúdos que chocaram a população de modo geral. O choque foi tanto que impingiu, ao material, o nome “kit gay”: uma maneira pejorativa e leviana de tornar o tema ainda mais polêmico.

Assim, distorcendo e manipulando tanto a opinião pública quanto os materiais das referidas campanhas, esses segmentos passaram a disseminar a sua visão distorcida para o público em geral. Para corroborar com o ato, há uma frase ideológica do Ministro da Propaganda Nazista, Joseph Goebbels, que dizia: “uma mentira repetida mil vezes se torna verdade” (JORNAL NACIONAL, 2020, on-line).

Uma explicação detalhada sobre o fato apresentado foi exposta pelo ex-BBB e então deputado, Jean Willys (PSOL-RJ):

[...] no início da legislatura, a gente foi surpreendido pela apresentação de um material, por parte dos deputados da bancada evangélica e outros que não são da bancada evangélica, mas que gravitam ali em torno (como é o caso do Bolsonaro), nós da Frente LGBT, com os discursos desses deputados na Tribuna apresentando um material diverso que não era o material do ‘Escola Sem Homofobia’. E aí, a gente fez uma corrida pra tentar desmentir isso, de ir pra Tribuna e dizer que aquele material não era o material certo, só que setores da imprensa já tinham comprado essa versão, em especial, a Rede Record. (...) Então a matéria da Record repercutiu muito na rede e foi produzindo uma histeria de massa, em que as pessoas não paravam para saber ou para ver se era aquilo mesmo. Eles [os deputados contrários] começaram simplesmente a dizer que o material ensinava as crianças de cinco, seis anos, a fazerem sexo anal, a escolherem um parceiro. E era um material que eles conseguiram de um Programa de Redução de Danos entre usuários de drogas injetáveis, voltados para travestis e transexuais. Então, um material de redução de danos de usuário de drogas injetáveis, para travestis e transexuais da noite, têm uma linguagem, que é desse povo, então, é, quando essa linguagem, desse material, foi apresentada como se fosse o material da escola, do projeto ‘Escola Sem Homofobia’. É óbvio que os pais não vão querer que o filho leia um material daquele. E isso ganhou corpo na disputa de verdades, nos jogos de verdade, a verdade que se impôs foi essa, não adiantou (VITAL; LOPES, 2012, p. 146).

No segmento religioso, com a alegação de defender a família, a moral e os bons costumes, percebe-se que a distorção dos fatos foi endossada e, assim, essa *Fake News* tomou proporções inimagináveis. Um exemplo disso é o fato de uma matéria realizada pela revista Exame ser publicada com o significativo título: “A eleição do kit gay” (FONSECA *et al.*, 2018).

No quesito postagens, a revista Exame, em uma matéria publicada em 17 de outubro de 2018, ressalta que:

No topo das publicações mais compartilhadas está o perfil oficial do candidato Jair Bolsonaro, em publicação no Facebook, no dia 10 de outubro, teve mais de 115 mil

compartilhamentos faz ataques a Haddad e reafirma que o petista é o criador do “kit” (FONSECA *et al.*, 2018, on-line).

Na mesma matéria, afirma-se que:

A Pública, através do Crowdtangle – ferramenta de monitoramento do Facebook, Twitter e Instagram infere que o pastor Silas Malafaia também é autor de um vídeo no qual Bolsonaro afirma que Haddad é o pai do “kit gay”. Apenas essa publicação teve mais de 210 mil visualizações em cerca de 24 horas e quase 7,5 mil compartilhamentos (FONSECA *et al.*, 2018, on-line).

As palavras de Silas Malafaia, pastor e representante político da bancada evangélica, evidenciam o apoio e o seu poder influenciador, quando assevera, em alusão ao kit gay e à ideologia de gênero: “[...] *esse camarada, Bolsonaro, ele é a favor dos valores de família, ele é contra essa bandidagem de erotizar criança em escola que toda a esquerda quer*” (MALAFAIA, 2018, on-line). Não só, mas continua:


*Ele é a favor da vida, ele não deve nada a esse sistema político que tá aí, por isso ele pode fazer um excelente governo [...]. Um homem que teme a Deus e que tem liderança, que não tem medo dessa imprensa esquerdopata [...]. Vamos dar um basta nessa esquerda que destruiu o Brasil, que quer destruir morais e de família!* (MALAFAIA, 2018, on-line).

Dessa forma, o então candidato à presidência do Brasil se posicionava, em conjunto com o seu discurso político-religioso, como um defensor da família tradicional brasileira, “o Messias” que estabeleceria a ordem e a paz na nação, a qual estava apavorada diante de inúmeros descabros propagados. A partir desse cenário forjado, o eleitor passou a considerar o discurso aceitável e merecedor de seu voto de confiança.

Figura 10 – Post e comentário relacionados ao “kit gay” no Facebook

≡ **EL PAÍS** NOTÍCIAS

1. O “kit gay” para crianças de 6 anos que foi distribuído nas escolas




**Luiz Revolta Santos**  
21 de setembro às 11:50



...

Se ele criou o Kit gay para crianças de 6 anos de idade como ministro da Educação de Lula imagine a imoralidade que esse homem faria como presidente do nosso país. Contra um governo imoral e em favor do futuro de nossas Crianças Haddad você tem meu Desprezo!!!!  
#EleJamais

**SE VOCÊ DEFENDE AS  
CRIANÇAS NÃO VOTE NELE**



**HADDAD É O CRIADOR  
DO KIT GAY PARA  
CRIANÇAS DE 6 ANOS**




946

554 comentários 63.793 compartilhamentos

\*Se você defende as crianças não vote por ele. Haddad é o criador do kit gay para crianças de 6 anos"  
FACEBOOK

Fonte: Barragán (2018, on-line).



### 3.3 CASO 3 – FABIANE DE JESUS – GUARUJÁ (SP)

Figura 11 – Passeata em prol de justiça à Fabiane



Fonte: Cisterna (2019, on-line).

O caso de Fabiane de Jesus demonstra como as *Fake News* podem afetar de imediato a vida de quem é por elas atacado, já que Fabiane foi a primeira mulher brasileira a ser vítima fatal das notícias falsas que foram irresponsavelmente compartilhadas pela Internet. Trata-se de um caso de repercussão nacional o qual evidencia que os boatos podem mudar o curso da vida de uma família inteira. Além disso, demonstra de maneira crua e intensa como a sociedade pode se arvorar e se tornar júri, juiz e, nesse caso, carrasco de alguém. Tudo isso sem obter ao menos uma única prova sólida para se basear ou amparar tal atitude.

#### 3.3.1 O Caso

O caso aconteceu em 2014, no Guarujá, em um bairro chamado Morrinhos. Foi um caso chocante de linchamento em que uma mulher, Fabiane, foi espancada, arrastada e torturada na rua por várias pessoas por cerca de duas horas, quando finalmente foi socorrida e levada ao hospital, onde faleceu dois dias depois. Ela foi confundida com outra mulher, que, segundo notícias que eram compartilhadas por aplicativos, era praticante de magia negra e estava sequestrando crianças naquela região. Esse caso ficou conhecido como o primeiro a ser instigado por boatos espalhados pelas redes sociais. Não só, mas, diante do ocorrido, o poder destrutivo das *Fakes News* foi comprovado (CARPANEZ, 2018).

### 3.2.2 As Implicações

Segundo uma matéria da Folha de São Paulo publicada pela jornalista Juliana CarpaneZ no site Uol:

O primeiro alerta que um post enganoso pode matar. Dias antes do linchamento, uma página do Facebook chamada Guarujá Alerta, com 56 mil curtidas publicou informações sobre uma mulher que está raptando crianças para realizar magia negra, além da frase se é boato ou não devemos ficar alertas, e a foto de uma mulher loira, que também não tinha nada a ver com o caso (CARPANEZ, 2018, on-line).

As duas mulheres sequer se pareciam e a história que havia sequestro de crianças era mentira. Fabiane havia saído de casa para buscar uma bíblia que estava na igreja a qual costumava frequentar. Na volta, passou onde o seu marido trabalhava e, como ele já havia saído, foi até um mercado para comprar bananas. Naquele dia, sua vida toda teve uma reviravolta, quando populares a confundiram com a tal sequestradora e a sessão de espancamento teve início (CARPANEZ, 2018).

Figura 12 – Fabiane linchada



Fonte: CarpaneZ (2018, on-line).

De todos os que participaram do espancamento de Fabiane, apenas cinco foram presos. A indenização a que a família tinha direito, no valor de 550 mil reais, foi convertida em simbólica e jamais foi paga. O mais agravante é o fato de que a família soube do acontecido

por meio de fotos que foram postadas na Internet pelas próprias pessoas que participaram do linchamento (CARPANEZ, 2018).

É notável o poder que as mídias digitais detêm. Uma pesquisa realizada pela Avaaz, plataforma de mobilização on-line, revelou que os brasileiros são os que mais acreditam em *Fake News* no mundo. Segundo a plataforma, 07 em cada 10 brasileiros se informam pelas redes sociais e 62% já acreditaram em alguma notícia falsa (FAZOLLO, 2020).

Assim, mais do que nunca, o correto exercício da profissão jornalística nunca foi tão exigido. Somente com informação de qualidade, realizada segundo os parâmetros éticos e com senso crítico apurado, é que se pode fazer frente à avalanche de *Fake News* que invade nossos dispositivos, seja por e-mail, sites de relacionamento e afins. Desse modo, é vital que o bom senso seja despertado no público leitor, quer seja pela educação, quer seja pelo debate saudável e equilibrado, afinal, as boas e velhas práticas da honrada profissão jamais perdem a sua importância.



## 4 ANÁLISE DOS DADOS

Diante do que foi exposto ao longo deste trabalho de pesquisa, é possível afirmar que as *Fake News* têm um potencial altamente danoso. Elas são tão temidas, porque podem ser utilizadas como um meio de desqualificar argumentos com a intenção de denegrir ou até mesmo incitar desvios de conduta e espalhar inverdades de cunho difamatório, visando ao benefício de algo ou alguém sobre os demais.

As *Fake News* possuem raízes profundas e encravadas na cultura da sociedade, que, por ser consumista, reduz tudo a objetos, descartando o que julga supérfluo e incômodo. Nesse sentido, as notícias que, antes, eram devidamente checadas e partes exclusivas do monopólio de grandes agências ou das gigantes redes de comunicação tornaram-se produto de consumo da massa com o advento da Web, o que fez a Internet democrática e acessível a todos. Assim, as informações passaram a compor um item de domínio público, pois todos poderiam postar qualquer tipo de conteúdo e a qualquer momento na Internet, por intermédio de sites de relacionamento, bate papo, entre outros.

Nesse sentido, “é provável que a notícia, por si só, não tenha efeito de nenhum tipo, mas, especialmente as pessoas, as declarações, os eventos e os tópicos sobre os quais as notícias se reportam que efetivamente geram efeitos” (GANS, 2003, p. 69). Atualmente, a figura do jornalista está em xeque, pois, na nova era digital, não é preciso formação acadêmica para se intitular “jornalista” e detentor do domínio da palavra: basta ter um fato sensacionalista. Ninguém precisa checar se o exposto é realmente verdade, pois a Internet é uma espécie de território sem lei.

Esse fato propiciou a disseminação das *Fake News* e, com elas, foram visualizados os malefícios, inclusive, na prática do profissional de jornalismo, já que essas notícias colaboram para o aumento da crise de credibilidade desse profissional (MELLO, 2018). Segundo Kovach e Rosenstiel (2004 p. 114), a “disciplina de verificação é o que separa o jornalismo do entretenimento, da propaganda, da literatura ou da arte”. A principal preocupação do profissional da área do jornalismo é a defesa da informação, de modo a frisar a necessidade de se confirmar aquilo que se ouve ou lê em qualquer meio de informação utilizado.

O fazer jornalismo não é algo simples. Exige, além da postura do profissional, ética e conhecimento não só sobre o ocorrido, mas acerca do público a que se destina a mensagem a ser enviada, pois de nada adianta anunciar se o receptor não conseguir decodificar a mensagem recebida. Por isso, faz-se imprescindível a existência de movimentos ou projetos, assim como

o “Fato ou *Fake*”, idealizado pelo Grupo Globo de Comunicações, e a Agência Lupa, que é uma agência especializada em *fact-checking* no Brasil.

#### 4.1 FATO OU *FAKE*<sup>5</sup>

O “Fato ou *Fake*” é um serviço de checagem realizado em conjunto por jornalistas do G1, O Globo, Extra, Época, Valor, CBN, GloboNews e TV Globo. Desse modo, presta um serviço de checagem e esclarecimento quando existe uma notícia dúbia, já que, segundo o Instituto Ipsos, empresa com sede na França e altamente conceituada no fornecimento de dados e informações, cerca de 62% dos brasileiros acreditam em notícias falsas (BARNABÉ; MARBACK, 2019). Além disso:

Nas palavras do jornalista britânico Matthew D’Ancona, estudioso sobre a utilização do termo, explica que a desinformação é solo fértil para a era da pós-verdade, pois o propósito é semear a dúvida, já que a web é indiferente à mentira, à honestidade e à diferença entre os dois (D’ANCONA, 2017, p. 55 apud BARNABÉ; MARBACK, 2019, on-line).

Essa checagem ajuda os leitores e os telespectadores a desmistificarem muitos boatos que circulam principalmente em meio ao universo da Web. Um exemplo é a notícia falsa de que os testes da vacina contra o Covid-19 teriam sido cancelados no Brasil (PENNAFORT, 2020).

Desse modo, com um trabalho de apuração minucioso e ético, o profissional de jornalismo vai, aos poucos, demonstrando para a sociedade que é possível desatar o emaranhado de nós que a comunicação truncada e fraudulenta causa. Nesse caminho trilhado pelo jornalista, ao ratificar a verdadeira importância da categoria não só para a população, mas também para aos pares, torna a classe profissional mais unida e com a credibilidade restaurada.

De acordo com Dayrell, Riga e Ramos ([2020], on-line), o leitor, caso realize alguns passos simples, pode analisar e não permitir que se torne alvo de notícias falsas. Portanto, nunca é demais lembrar:

1. Não ler somente o título da matéria;
2. Verificar o autor do que se está lendo;
3. Em caso de sites, analisar a sua reputação;
4. Observar se o texto possui erros de ortografia;
5. Verificar a data da publicação da matéria;

---

<sup>5</sup> Site do Fato ou Fake: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/>

Sair da bolha da rede social;

6. Cuidado com matérias sensacionalistas.

As atitudes apresentadas são cuidados simples e devem fazer parte da rotina dos leitores, para que a leitura só traga boas experiências e informações relevantes. Além disso, ajudarão não só na aquisição de conhecimento, mas também a entender corretamente as mensagens recebidas.

## 4.2 AGÊNCIA LUPA

Fundada em 01 de novembro de 2015, no Rio de Janeiro, é a primeira agência especializada em *fact-checking* no Brasil. Integra a *International Fact-Checking Network* (IFCN), uma rede mundial de checadores reunidos em torno do *Poynter Institute*, nos Estados Unidos, e segue com rigor o código de conduta e os princípios éticos do grupo. Além da checagem, a Agência Lupa procura estimular o debate público, utilizando-se dados precisos e fontes oficiais.

Os profissionais que compõem a agência fazem uso de alguns métodos para realizarem o trabalho de checagem. Os jornalistas iniciam o seu trabalho observando o que é proferido diariamente por políticos, líderes sociais ou celebridades. Após selecionarem a informação a qual se debruçarão, utilizam três critérios de avaliação: quem fala, o que fala e que barulho faz. Depois, verificam tudo o que já foi publicado sobre o assunto, checam a base de dados e, para finalizar, recorrem aos analistas, para que o assunto seja contextualizado de acordo com o público leitor, a fim de que ele entenda da forma mais correta possível a mensagem que está sendo enviada.

O diferencial da Agência Lupa se dá na criação, em abril de 2017, da Lupa Educação, um programa de treinamento e capacitação para estudantes e profissionais de qualquer área do conhecimento, para que possam aprender técnicas básicas de *fact-checking* e *debunking*, que é a verificação de conteúdo publicado por fontes não oficiais. A Lupa Educação estabelece, também, parcerias com fundações e organizações para realizar treinamentos e outros eventos de capacitação. Desde a sua fundação, já treinou mais de 04 mil pessoas em todo o Brasil e também em Portugal e na Espanha (EQUIPE LUPA, 2015).

É perceptível que um dos caminhos promissores para que exista um combate contundente e eficaz o suficiente para minimizar os efeitos devastadores das *Fake News* é a educação. Investir em mentes que estejam aptas a questionar e a debater é um dos meios a serem buscados, para que a indústria das notícias falsas seja efetivamente desmantelada.

Nesse sentido, é preciso produzir leitores que não se contentem apenas com a leitura de algo, mas que questionem se aquilo que está sendo lido é coerente e constitui um material de qualidade. Em outras palavras, é necessário formar pensadores com senso analítico o bastante para que não se tornem alvos desse esquema fraudulento que dissemina a desinformação, o boato e a confusão.

A educação molda mentes, constrói caracteres, provoca o questionamento e desenvolve o senso crítico, o que é primordial para a compreensão do que é lido ou aprendido e instiga a procura para além dos limites da zona de conforto. Para o professor do Departamento de Informática da PUC-Rio, Daniel Schwabe, o público não conhece os meios pelos quais pode ser manipulado na Internet. Assim, afirma que, em “relação às mídias tradicionais, as pessoas já aprenderam a identificar sinais de demagogia”, mas, “nesse cenário de novos canais, há uma certa vulnerabilidade porque não se sabe mediar a absorção da informação que se recebe” (DAYRELL; RIGA; RAMOS, [2020], on-line). Schwabe finaliza a sua tese, ao afirmar que é necessário criar uma cultura de questionamento.

É impreterível a formulação de políticas públicas que estimulem a sociedade a buscar informações sobre o que são e como essas notícias afetam a todos, indistintamente, seja formando núcleos de debates ou por meio de grupos de incentivo a prática da boa leitura. Tudo isso, para que o questionamento seja parte da rotina natural de cada cidadão. Sobre a temática, a editora executiva da agência de checagem “Aos Fatos”, Tai Nalon, destaca a importância da criação de políticas públicas com foco na análise crítica da mídia: “Acho que dificilmente conseguiremos uma mudança cultural sem passar pela educação de massa da sociedade” (DAYRELL; RIGA; RAMOS, [2020], on-line).

Assim, o benefício em receber uma informação de qualidade será refletido em toda a sociedade, que, ciente de sua responsabilidade enquanto consumidora de material informativo, não será abalada pelo sensacionalismo causado pela indústria insidiosa do boato, da desinformação e do mau uso das ferramentas da comunicação.

## 5 CONCLUSÃO

Quando foi iniciado o trabalho de pesquisa com foco nas *Fake News*, foi constatado um grande volume de desinformação disseminado pelas redes sociais. Em detrimento disso, foi evidenciada, nesta pesquisa, a seriedade esperada por parte do profissional jornalista não só no exercício de sua profissão, mas também na fiscalização da ordem pública e na realização do seu trabalho com base na ética que se espera ser a norteadora da conduta de uma sociedade.

Dessa forma, foi perceptível a possibilidade de estímulo à pesquisa e à validação do que se recebe como informação. Além disso, buscou-se destacar a importância do não compartilhamento de informações não checadas, a fim de estimular a criticidade e o compromisso com a moral e a cidadania.

No que tange o problema de pesquisa, foi obtido o seguinte questionamento: quais são os eventuais danos causados à sociedade quando não existe a ética jornalística no que se refere à veiculação de mensagens ou comunicações? Diante disso, a pesquisa teve como objetivo geral refletir sobre o modo como as *Fake News* interferem na sociedade, alicerçado na responsabilidade e na ética esperada no papel do jornalista.

Após a análise dos conteúdos relacionados ao tema de pesquisa e diante dos exemplos verificados, foi constatado que o objetivo geral foi atendido, porque, efetivamente, o trabalho demonstrou a perniciosidade da propagação das *Fake News* e as suas consequências para a sociedade, vítima dos seus efeitos nocivos.

Com esse respectivo estudo, foi verificado que o contraditório e a intenção de fraudar são evidentes, sobretudo quando se trata da produção de conteúdos inverídicos, por vezes, camuflados. Isso acontece quando aparentam ser uma notícia verdadeira e são aplicados tanto para denegrir a integridade e a reputação de uma pessoa ou de uma empresa quanto para monetização a partir dos cliques e visualizações recebidas. Nesse contexto, pode haver o extremo, momento em que a vítima perde a vida em razão de notícias falsas.

Além disso, foi constatado que a definição de *Fake News* apenas como uma notícia falsa é algo ingênuo a ser considerado. Isso se dá, principalmente diante dos inúmeros exemplos sobre os quais esse trabalho de conclusão de curso, baseado em autores renomados e estudiosos do assunto, e associado ao acompanhamento dos fatos no dia a dia, acabou de apresentar.

Assim sendo, foi identificada, nesta pesquisa sobre *Fake News*, uma visão mais séria, profunda e, ao mesmo tempo, estarrecedora em relação aos devastadores efeitos que a desinformação pode proporcionar. Ademais, foi compreendido que a conceituação do termo

estudado é mais densa e fatal, pois vai além de simples palavras e boatos: ela possui raízes que se entrelaçam na cultura da busca pelo poder.

O objetivo específico inicial tratava da realização de uma introdução teórica sobre as *Fake News*, abordando desde a sua definição até as suas possíveis consequências reais na vida das pessoas. Neste estudo, percebemos que o referido objetivo foi atendido, a partir da apresentação e da análise dos fatos verídicos relacionados ao tema e que, de certa forma, tornaram-se emblemáticos para o jornalismo, apesar de serem equivocados.

O segundo objetivo específico deste trabalho estava relacionado à realização de uma análise dos casos em que as *Fake News* foram empregadas em discursos de pessoas influentes, personalidades políticas ou não. É visível que tal estudo foi atendido a contento, uma vez que a análise dos três casos selecionados demonstrou as sérias consequências não apenas em aspectos isolados, mas também em toda a sociedade, que apresenta certa vulnerabilidade, por falta do conhecimento ou por formação insuficiente.

O terceiro objetivo específico, por sua vez, tinha o propósito de frisar a importância da comprovação de dados ou mensagens, a partir de demonstrações relacionadas aos malefícios das *Fake News*, obtidas a partir de uma pesquisa bibliográfica. Essa meta foi efetivada, dado que, mediante os estudos de caso expostos, ficou perceptível que tragédias vieram à tona por falta de apuração das informações, o que resultou em impressões equivocadas. Desse modo, as alternativas para evitar o compartilhamento de falsas mensagens são a consciência crítica e a postura ativa no ato de consumir informações. Em outros dizeres, isso atesta o fato de que, antes de uma tomada de ação ou compartilhar o que se ouve, é preciso verificar a credibilidade desse conteúdo. As *Fake News* são um mal a ser combatido com as armas do saber.

Portanto, a pesquisa partiu da hipótese de que as *Fake News* afetam negativamente a sociedade. Isso se deve, pois, quando esta está mais bem informada, melhores são as condições de analisar e entender a intenção do conteúdo a ser divulgado. Além disso, nesse contexto, a sociedade é munida de fontes confiáveis que dão embasamento ao seu raciocínio, evitando a disseminação de conteúdos falsos e fraudulentos.

## REFERÊNCIAS

- ANDRADE, A. O Caso Escola Base (2ª parte). **Casa dos Focas**, 2 de mai. 2013. Disponível em: < <http://www.casadosfocas.com.br/o-caso-escola-base-2a-parte/> > Acesso em 20 de nov. 2020.
- BAKIR, V.; MCSTAY, A. Fake News and the economy of emotions: problems, causes, solutions. **Digital Journalism**, v. 6, n. 2, p. 154–175, 2017.
- BARBOSA, M. Isso a Imprensa não Mostra. *In*: BARBOSA, M. (Org.). **Pós Verdade e Fake News**. [S.l.]: Cobogó, 2019. p.6-7.
- BARNABÉ, Aline Pereira; MARBACK, Heitor Ferrari. Análise da Editoria Fato ou Fake do Site G1. **Enecult**, Salvador, ago. 2019. Disponível em: < <http://www.enecult.ufba.br/modulos/submissao/Upload-484/111945.pdf> > Acesso a 16 nov. 2020.
- BARRAGÁN, A. Cinco ‘fake news’ que beneficiaram a candidatura de Bolsonaro. **El País**, 19 out. 2018. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547\\_146583.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2018/10/18/actualidad/1539847547_146583.html). Acesso em: 14 nov. 2020.
- BERGER, J. **Contágio, porque as coisas pegam**. Rio de Janeiro: LeYa, 2014.
- BORTOLOTTI, P. Mentira não é jornalismo. *In*: FILGUEIRAS, I. *et al.* **Jornalismo em tempos de pós-verdade**. Fortaleza: Dummar, 2018. p. 20-39.
- BRITO, S. Pessoas públicas são grandes divulgadoras de fake news sobre Covid-19. **Veja**, 8 abr. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/tecnologia/pessoas-publicas-sao-grandes-divulgadoras-de-fake-news-sobre-o-virus/>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- BRUNO, F.; ROQUE, T. A ponta de um *iceberg* de desconfiança. *In*: BARBOSA, M. (org.). **Pós-verdade e Fake News: reflexões sobre a guerra de narrativas**. [S.l.]: Cobogo, 2019. p. 9-18.
- BUCCI, E. News não são fake – e fake news não são news. *In*: BARBOSA, M. (org.). **Pós-verdade e Fake News: reflexões sobre a guerra de narrativas**. [S.l.]: Cobogo, 2019. p. 29 – 39.
- BUONO, V. Caso Escola Base: a mentira que abalou o Brasil em 1994. **Aventuras na História**, 11 jun. 2020. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/historia-o-que-foi-o-caso-escola-base-fake-news.phtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.
- CARPANEZ, J. Veja o passo a passo da notícia falsa que acabou em tragédia em Guarujá. **Folha de São Paulo**, 27 set. 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2018/09/veja-o-passo-a-passo-da-noticia-falsa-que-acabou-em-tragedia-em-guaruja.shtml>. Acesso em: 14 nov. 2020.

CASOY, Boris. O caso Escola Base – Completo. *In: REDE, Hoje. O caso Escola Base – Completo* (12m08s). Disponível em: <https://youtu.be/ba7WOYfPbm0>. Acesso a 21 de nov. 2020.

CISTERNA, E. Linchamento de Fabiane de Jesus, em Guarujá, completa cinco anos. **A Tribuna**, 4 maio 2019. Disponível em: <https://www.atribuna.com.br/cidades/guaruja/linchamento-de-fabiane-de-jesus-em-guaruj%C3%A1-completa-cinco-anos-1.50635>. Acesso em: 17 nov. 2020.

DAYRELL M.; RIGA M.; RAMOS P. Senso crítico é arma para combater ‘fake news’. **Estadão**, [2020]. Disponível em: <https://infograficos.estadao.com.br/focas/politico-em-construcao/materia/senso-critico-e-arma-para-combater-fake-news>. Acesso em: 17 nov. 2020.

EQUIPE LUPA. Como a Lupa faz suas checagens? **Equipe Lupa**, 15 out. 2015. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2015/10/15/como-fazemos-nossas-checagens/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

ESTADÃO CONTEÚDO. TSE manda tirar do ar fake news de Bolsonaro sobre o kit gay. **Veja**, 16 out. 2018. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/politica/tse-manda-tirar-do-ar-fake-news-de-bolsonaro-sobre-kit-gay/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

FAZOLLO, K. O “poder” das fake news. **eMóBILE**, 17 abr. 2020. Disponível em: <https://emobile.com.br/site/colunistas/o-poder-das-fake-news/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. Introdução – História Institucional e a reescrita permanente das Histórias. *In: FIGUEIRA, J.; SANTOS, S. (org.). As Fake News e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra, 2019. p. 7-16.

FILGUEIRAS, I. O Bom jornalismo contra a desinformação. *In: FILGUEIRAS, I. et al. Jornalismo em tempos de pós-verdade*. Fortaleza: Dummar, 2018. “””

FONSECA, B. *et al.* A eleição do “kit gay”. **Exame**, 17 out. 2018. Disponível em: <https://exame.com/brasil/a-eleicao-do-kit-gay/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

FRIAS FILHO, O. O que é falso sobre fake news. **Revista USP**, São Paulo, n. 116, p. 39-44, 2018.

GANS, H. **Democracy and the news**. Londres: Oxford University Press, 2003.

GAZETA DO POVO. “Kit Gay”: o que é mito e o que é verdade. **Gazeta do Povo**, 16 out. 2018. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/educacao/kit-gay-o-que-e-mito-e-o-que-e-verdade-b60i8lo4osb19tsf2du8bmr54/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

GOGONI, R. O que é Deep Fake e porque você deveria se preocupar. **Tecnoblog**, [2020]. Disponível em: <https://tecnoblog.net/264153/o-que-e-deep-fake-e-porque-voce-deveria-se-preocupar-com-isso/>. Acesso em: 17 nov. 2020.



ISTOÉ. Antigo dono da Escola Base morre de infarto. **IstoÉ**, 2 maio 2014. Disponível em: [https://istoe.com.br/360955\\_ANTIGO+DONO+DA+ESCOLA+BASE+MORRE+DE+INFARTO/](https://istoe.com.br/360955_ANTIGO+DONO+DA+ESCOLA+BASE+MORRE+DE+INFARTO/). Acesso em: 17 nov. 2020.

JORNAL NACIONAL. Braço direito de Hitler, Goebbels era ministro da Propaganda do nazismo. **G1**, 17 jan. 2016. Disponível em: <https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2020/01/17/braco-direito-de-hitler-goebbels-era-ministro-da-propaganda-do-nazismo.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.

KOVACH, B.; ROSENSTIEL, T. **Os elementos do jornalismo**: o que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LINDNER, J. Bolsonaro ofende jornalista ao citar depoimento em CPI. **Estadão**, 18 fev. 2020. Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,bolsonaro-ofende-jornalista-ao-citar-depoimento-em-cpi,70003201642>. Acesso em: 14 nov. 2020.

MALVA, P. Da loira fantasma a gangue do palhaço: 5 manchetes bizarras do Notícias Populares. **Aventuras na História**, 16 out. 2020. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/manchetes-mais-absurdas-do-noticias-populares.phtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.

MAZZOCO, B. Uma análise do caderno Escola sem Homofobia. **Nova Escola**, 1 fev. 2015. Disponível em: <https://novaescola.org.br/conteudo/1579/uma-analise-do-caderno-escola-sem-homofobia>. Acesso em: 17 nov. 2020.

MELLO, D. Para especialistas, difusão de fake news está ligada à crise do jornalismo. **Agência Brasil**, 4 abr. 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-04/para-especialistas-difusao-de-fake-news-esta-ligada-crise-do-jornalismo>. Acesso em: 17 nov. 2020.

MENEZES, C. O jornalismo brasileiro vive uma crise de credibilidade? **iG**, 18 jul. 2017. Disponível em: <https://gente.ig.com.br/cultura/2017-07-18/crise-de-credibilidade-no-jornalismo.html>. Acesso em: 17 nov. 2020.

O CASO da Escola Base acontecido no ano de 1994 completo. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (12 min). Publicado pelo canal Notícias Católicas e Políticas. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=TxYzzt1CYk8&list=UUUwrNHblurX6FgoccX0\\_b4A](https://www.youtube.com/watch?v=TxYzzt1CYk8&list=UUUwrNHblurX6FgoccX0_b4A). Acesso em: 17 nov. 2020.

OLIVEIRA, R. Manual da Credibilidade traz ferramentas para enfrentar a descrença no jornalismo. **Abraji**, 15 jan. 2018. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/manual-da-credibilidade-traz-ferramentas-para-enfrentar-a-descrenca-no-jornalismo>. Acesso em: 17 nov. 2020.

PASTOR SILAS MALAFAIA COMENTA: Por que você deve votar em Bolsonaro? [S. l.: s. n.], 2018. 1 vídeo (2 min). Publicado pelo canal Silas Malafaia Oficial. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=4uBxAl-rPyw>. Acesso em: 17 nov. 2020.

PENA, F. **Teorias do Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.

PENNAFORT, R. É #FAKE que testes com vacinas para a Covid-19 tenham sido cancelados no Brasil por conta de mortes de voluntários. **O Globo**, 27 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2020/10/26/e-fake-que-testes-com-vacinas-para-a-covid-19-tenham-sido-cancelados-no-brasil-por-conta-de-mortes-de-voluntarios.ghtml>. Acesso em: 17 nov. 2020.

PIMENTA, A. Claire Wardle: combater a desinformação é como varrer as ruas. **Observatório da Imprensa**, 14 nov. 2017. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/credibilidade/claire-wardle-combater-desinformacao-e-como-varrer-as-ruas/>. Acesso em: 15 nov. 2020.

REDE MAGIC BLOG. Existem 7 tipos de fake news. Você conhece todos? **Rede Magic Blog**, 19 mar. 2018. Disponível em: <https://www.magicwebdesign.com.br/blog/internet/existem-7-tipos-fake-news-voce-conhece-todos/>. Acesso em: 14 nov. 2020.

RIBEIRO, Alex. **Escola Base: Os Abusos da Imprensa**. Editora Ática. São Paulo, 2001.

RODRIGUES, J. Datafolha: maioria dos eleitores se informa pelo WhatsApp. **Metro 1**, 3 out. 2018. Disponível em: <https://www.metro1.com.br/noticias/brasil/62032,datafolha-maioria-dos-eleitores-se-informa-pelo-whatsapp>. Acesso em: 14 nov. 2020.

SOUTO, R. Escola Base: Como a Mídia Sensacionalista e a Opinião Pública Condenaram Inocentes. **Mega Jurídico**, 7 fev. 2018. Disponível em: <https://www.megajuridico.com/caso-escola-base-midia-sensacionalista-e-condenacao-antecipada-dos-acusados-pela-opiniaopublica/>. Acesso em: 17 nov. 2020.

TARDÁGUILA, C. Direto da Macedônia: ‘Ganhei dinheiro publicando notícias falsas’. **Agência Lupa**, 22 set. 2017. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2017/09/22/direto-da-macedonia-eu-ganhei-dinheiro-publicando-noticias-falsas/>. Acesso em: 14 nov. 2020.

TARDÁGUILA, C. Washington Post: três em cada 10 americanos acreditam em falsas afirmações de Trump. **Agência Lupa**, 17 dez. 2018. Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/12/17/artigo-washington-post-trump/>. Acesso em: 14 nov. 2020.

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

VITAL, C. da C.; LOPES, P. V. L. **Religião e política: uma análise da atuação de parlamentares evangélicos sobre direitos das mulheres e de LGBTs no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Heinrich Böll, 2012.