

FAKE NEWS E O DESAFIO DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NAS REDES SOCIAIS

Anna Carolina Roque Furlanetto¹

Vivian De Carvalho Belochio²

Livia Freo Saggin³

Resumo:

As Fake News estão tomando grandes proporções e são motivo de preocupação para os jornalistas atualmente. Esse tipo de conteúdo, muitas vezes, é confundido com uma produção jornalística. Em meio a isso, há uma necessidade em saber quais são os desafios do jornalista para manter a credibilidade em um momento de crise da mesma, uma vez que, essas notícias acabam por prejudicar a confiança em informações que circulam nas redes sociais e diminuem a confiabilidade no trabalho jornalístico. A pesquisa tem por objetivo apresentar quais seriam os riscos das fake news para a credibilidade jornalística e qual o papel do jornalista neste contexto, principalmente com o avanço da internet e das novas possibilidades de acesso às notícias. Através da análise de uma fake news, de um questionário com os leitores e de uma revisão de literatura acerca de alguns autores, pudemos fazer uma análise e confirmar que elas realmente prejudicam a credibilidade das produções jornalísticas nas redes sociais, e que o jornalista possui uma papel de grande importância.

Palavras-chave: Fake news; Credibilidade; Redes Sociais.

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

FAKE NEWS E O DESAFIO DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NAS REDES SOCIAIS

¹ Aluno de graduação. annacarolinaroque0@gmail.com. Autor principal

² Docente. vivianbelochio@unipampa.edu.br. Orientador

³ Doutoranda em Ciências da Comunicação (Unisinos) . liviasaggin@gmail.com. Co-orientador

FAKE NEWS E O DESAFIO DA CREDIBILIDADE JORNALÍSTICA NAS REDES SOCIAIS

1 INTRODUÇÃO

As *Fake News* são alguns dos desafios que os jornalistas enfrentam nos dias de hoje, principalmente por serem confundidas com as produções jornalísticas. Traduzidas como notícias falsas, elas foram protagonistas das eleições estadunidenses no ano de 2016, além de o termo ter sido considerado a palavra do ano de 2017 por um dicionário britânico (BBC). Intensificadas através das possibilidades da comunicação em redes digitais, que potencializam a manifestação dos públicos amadores juntamente com profissionais e grandes conglomerados midiáticos (ANDERSON, 2006; JENKINS, 2008; BARBOSA, 2009), elas estão se tornando cada vez mais comuns. Acreditamos que a postagem de informações por qualquer pessoa cria a necessidade de ações como a produção profissional e curadoria de informações pelos jornalistas, pois “[...]a rede por si não seleciona/identifica seus usuários pelas suas características físicas ou morais, o que significa também não poder verificar o caráter ou a intenção de quem está navegando” (REULE, 2008, p.11). No ciberespaço, a mistura de produções sem vinculação com publicações jornalísticas acaba criando riscos à credibilidade das produções noticiosas, visto que algumas produções falsas podem acabar sendo confundidas com elementos que são genuinamente jornalismo. A presente pesquisa tem o objetivo de apresentar quais os riscos que as *Fake News* trazem para a credibilidade jornalística, principalmente através do acesso a informações e notícias por meio das mídias sociais digitais. A intenção é compreender qual é o papel do jornalista neste contexto. Dessa forma, baseamo-nos na visão do público que consome conteúdo jornalístico nessa rede. Apoiamo-nos em autores como Reule (2008) e Souza (2017), que possibilitam discutir sobre o tema.

2 METODOLOGIA

A pesquisa compreende a revisão de literatura sobre a credibilidade jornalística, o papel do jornalista nas redes e a configuração destas, atualmente, como espaços que também potencializam a propagação de boatos e de *fake news*, juntamente com notícias e outras produções elaboradas por profissionais. Destaca-se a função das agências de checagem (*fact-checking*). Escolhemos, também, fazer a análise no *Facebook*, já que se trata de um dos ambientes em que mais se compartilha essas informações. A partir da *fake news* “Novela apresentará primeiro beijo gay infantil, diz Fátima Bernardes”, identificada na página do *Facebook* “Monitor do Debate Público no Meio Digital”, um projeto do Grupo de Políticas Públicas de Acesso à Informação da Universidade de São Paulo, formado por professores da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da universidade, foi medido o alcance desse conteúdo. Considerando os achados dessa pesquisa, foi possível aprofundar a análise e a discussão. Com base nessa *fake news*, observamos qual conduta dos leitores, através dos comentários e das reações existentes no *Facebook*, que indicam que os leitores acreditaram no que dizia a *fake news*, o que gerou revolta nos mesmos. Depois disso, foi feito um questionário, através de formulário postado como público no perfil da autora e que ficou no ar durante dois dias e coletou a resposta de 40 pessoas, de forma anônima. O questionário tem três notícias, dentre elas uma falsa, escolhida propositalmente, outra relacionada a uma curiosidade, e outra a política.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através do resultado da pesquisa, constatou-se que *fake news* afetam a credibilidade da informação jornalística, a partir do momento em que há dúvidas sobre a origem e a veracidade dos conteúdos aparecem nas mídias sociais. Por meio do questionário, percebeu-se que as pessoas consideraram a manchete 1 como *fake*. No entanto, em relação à manchete 2, que tratou de um assunto não muito comum, mas que era verdadeira, a maioria dos usuários a consideraram falsa. De 40 respostas, 15 que consideraram a manchete número 1 duvidosa também consideraram a manchete número 2 como duvidosa. Três destes usuários classificaram a manchete número 3 como duvidosa e cinco não souberam responder. Além disso, foi possível observar a indignação de quem tem acesso às produções jornalísticas por meio das mídias sociais ao se analisar os comentários da notícia falsa analisada. Comentários como “Que coisa triste” e “O mundo está perdido”, foram algumas das manifestações feitas pelos leitores. De mais de 2 mil reações (reações que são feitas nas fotos através de *emojis* que exprimem “amei”, “haha”, “uau”, “triste”, “grr” e “curtir”), 1.300 são reações de “grr” (reação de raiva), 485 curtidas e 269 reações de “triste”. Essa análise mostra que os usuários realmente acreditaram na notícia e se sentiram incomodados com ela.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos resultados e da revisão de literatura, foi possível confirmar como as *fake news* prejudicam a confiança do leitor nas informações jornalísticas. Em um momento de crise da verdade e perda de confiança em instituições tradicionais, essas *fake news* encontram um terreno que facilita a sua proliferação (SOUZA, 2017). O jornalista, nesse cenário, tem desafios diferentes para garantir o reconhecimento de sua produção entre conteúdos falsos, que circulam com a mesma intensidade e são confundidos com jornalismo. Atualmente, as plataformas de checagem (*fact-checking*) estão fazendo o papel de análises das informações e confirmação de seus fatos. No entanto, parece essencial investir no momento de produção das notícias e na fiscalização das plataformas que compartilham informações incorretas. O jornalista deve, sempre, lembrar que sua função é com a verdade das informações e sua correta apuração e divulgação (CÓDIGO, 2007). Por termos feito a análise no *Facebook*, pudemos confirmar esses resultados apenas nessa rede social. O estudo em outras redes sociais, como *Twitter*, também seria de bom proveito.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho.** Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. 2ª reimpressão. Rio de Janeiro, Elsevier, 2006.
- BARBOSA, S. **Convergência jornalística em curso: a iniciativa para integração de redações no Brasil.** In: RODRIGUES, C. Jornalismo ON-LINE: modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.
- Cármem Lúcia: 'Sociedade brasileira é patrimonialista, machista e muito preconceituosa'.** G1, Brasília. <<https://g1.globo.com/politica/noticia/carmen-lucia-sociedade-brasileira-e-patrimonialista-machista-e-muito-preconceituosa.ghtml>> Acesso em: 26 out. 2017.
- CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros.** Brasília: Fenaj, 2007. Disponível em: <www.fenaj.org.br>. Acesso em: 10 set. 2018.

'Fake News' é eleita palavra do ano e ganhará menção em dicionário britânico. BBC Brasil. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/internacional-41843695>> . Acesso em: 07 set. 2018.

Inglês quer que pipoca seja proibida em cinemas. Band Notícias. <<http://noticias.band.uol.com.br/noticias/100000790387/ingles-quer-que-pipoca-seja-proibida-em-cinemas.html>> Acesso em: 26 out. 2017.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** Tradução: Suzana Alexandria. São Paulo, Aleph, 2008.

Novela apresentará primeiro beijo gay infantil-Diz Fátima Bernades. News Atual. Disponível em: <<https://www.newsatual.com/novela-apresentara-primeiro-beijo-gay-infantil-diz-fatima-bernades/>> Acesso em: 26 out. 2017.

REULE, Danielle Sandri. **A dinâmica dos rumores na rede: a Web como espaço de propagação de boatos virtuais.** 2008. 131f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

SOUZA, R. M.. **Investigando as fake news: análise das as agências fiscalizadoras de notícias falsas no Brasil.** In: XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, 2017, Volta Redonda. Divisão Temática - Jornalismo, 2017.