

A NOTÍCIA E OS MECANISMOS DA INFORMAÇÃO OBJETIVA E DAS FAKE NEWS

Maria Carolina Noronha¹; Cristina Schmidt Silva Portéro²; Solange Cristina Maida Bazzon³

1. Estudante do Curso de Jornalismo; e-mail: mcarolinanoronha@gmail.com
2. Professora da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: crisschmidt@umc.br
3. Professora da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: solangebazzon@umc.br

Área de conhecimento: **Comunicação Social – Jornalismo**

Palavras-Chave: Fake News; notícia; linguagem; pós-verdade; jornalismo

INTRODUÇÃO

Jornalismo é a área da comunicação social dedicada a apurar e divulgar acontecimentos reais e informações da atualidade. A definição mais propagada da atividade, intimamente relacionada à ideia de informação pura e imparcial surgiu na metade do século XIX, com a comercialização da notícia. Iniciou-se nesta época, conforme Traquina (2005), uma espécie de culto aos fatos, em contraposição ao jornalismo panfletário que era praticado anteriormente. Dentro dos muitos gêneros textuais que compõem o jornalismo, destaca-se, nesta pesquisa, aquele que talvez mais reforce tal ideia de imparcialidade: a notícia. Sabe-se, porém, que a notícia não é espelho exato da realidade, mas, conforme Pena (2007), uma construção narrativa nela embasada, que sofre influências de diversos fatores de produção, vivências do redator e características de cada veículo. Ainda, segundo estudos de Mikhail Bakhtin, o discurso é indissociável da palavra, possuindo todo texto, desta forma, alguma subjetividade. Cereja (2005) afirma que “a palavra é o discurso”. Apesar desses aspectos, não é possível dizer que uma notícia possa ser irreal, panfletária ou fantasiosa. Recentemente, na “era pós-verdade”, quando, segundo D’Ancona (2018), a verdade passou a importar menos do que os apelos às emoções e convicções das pessoas e com o descrédito da imprensa, um novo fenômeno desafia a comunicação social: as chamadas *fake news* – ou notícias fraudulentas, em português. Estas “notícias” circulam, segundo o Massachusetts Institute of Technology, 70% mais do que as verdadeiras. Embora falsas narrativas não sejam novidade, elas encontraram na internet, um terreno fértil, impulsionado pela possibilidade de compartilhamento amplo e rápido, pelo modo de funcionamento dos algoritmos, que fortalece o efeito bolha e a maior propagação de *posts* mais apelativos, indiferente à verdade e à mentira. O termo *fake news* é frequentemente questionado por estudiosos por sua contradição: se é um material fraudulento, não pode ser considerado notícia. Cabe destacar aqui a diferença entre notícias simplesmente falsas das chamadas *fake news* que, segundo Alcott e Gentzkow (2017), são intencionalmente falsas, de inveracidade comprovada, produzidas para enganar o público e levá-lo a uma ação. Mas, se essas narrativas imitam produções jornalísticas, há formas, além da checagem de fatos, de diferenciar uma e outra? A linguagem pode ser uma pista importante. Podem-se destacar a organização das informações ao longo do texto, o tempos e modos verbais utilizados em cada um, a função da linguagem predominante, a escolha lexical, o tipo de discurso e erros, sobretudo de ortografia, concordância e pontuação. Uma ferramenta criada por pesquisadores da Universidade de São Paulo (USP) e da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) aponta os erros de ortografia como o aspecto mais marcante de *fake news*, visto que estão presentes em 36% desses textos, enquanto nas narrativas jornalísticas essa porcentagem é de 3%.

OBJETIVOS

O projeto teve como objetivo geral esclarecer a diferença entre o jornalismo e as *fake news* e como objetivos específicos analisar, segundo as teorias aqui expostas, a linguagem de *fake news* que circularam amplamente em meios digitais no último ano, em comparação com a linguagem jornalística, a fim de auxiliar no combate às formas narrativas que, maliciosamente, buscam parecer-se às jornalísticas.

METODOLOGIA

Esta pesquisa descritiva foi desenvolvida em três etapas, sendo a primeira delas um levantamento bibliográfico das teorias da comunicação e do jornalismo e de conceitos de pós-verdade e *fake news*. Foram considerados livros, artigos e pesquisas. Em seguida, foram selecionadas algumas *fake news* de grande impacto no Brasil no último ano. A terceira etapa do processo consiste na análise de tais materiais fraudulentos com base no referencial teórico apresentado, considerando os aspectos de linguagem, estrutura e discurso, em comparação com materiais verdadeiramente jornalísticos.

RESULTADOS/ DISCUSSÃO

Com base nas teorias consideradas, foram obtidas, como resultado desta pesquisa, análises linguísticas de alguns casos de *fake News*: “Por seis votos a cinco, colunista da @folha de São Paulo a Patrícia Campos Mello foi condenada a pagar 200 mil reais ao Presidente eleito Bolsonaro, por acusá-lo de propagar fake news via WhatsApp”; “Diretor do HC (Hospital das Clínicas) de SP preocupado com a nova gripe que vai matar muita gente...”; “Bolsonaro fazendo história. Luiz Henrique de Castro, autor da chacina de Suzano” e “tirem suas próprias conclusões”. Os textos fraudulentos completos e as análises mais aprofundadas dos casos encontram-se na versão estendida desta pesquisa. Aqui, pontuamos os principais aspectos da análise do texto intitulado “Sendo Verdade estamos em GUERRA”, sobre o rompimento da barragem em Brumadinho, MG.

- **Considerações a respeito da *Fake news* sobre o rompimento da barragem da Vale em Brumadinho, MG.**

Já o título “Sendo Verdade estamos em GUERRA” se distancia de uma manchete verdadeira. Primeiro, porque nada diz. Diferente do título de uma notícia, que traz um acontecimento, preferencialmente escrito em ordem direta, aqui o leitor não sabe, pelo título, de que o texto fala. O verbo, conjugado na primeira pessoa, também é um indício de que não se trata de um texto noticioso. Além disso, provoca grandes emoções no leitor ao sugerir que um grupo ao qual ele também pertence pode estar em guerra, palavra que, além de escrita em maiúsculo, destacando-se na frase, carrega carga semântica que remete à morte, à urgência e à necessidade de defesa. O primeiro parágrafo do texto imita um *lead*, respondendo às perguntas “o que”, “quem”, “quando”, “onde” e “como”, embora o “por quê” apareça apenas dois parágrafos depois - o venezuelano e o cubano seriam terroristas. Aqui observa-se o primeiro erro de escrita: “Fontes ligadas a ABIN confirmaram nessa tarde que a Polícia Rodoviária Federal deteve nessa tarde”. Os erros, especialmente de concordância e pontuação, seguem durante todo o texto, como nos casos “o objetivo das células são”, em que há discordância entre “objetivo” e “são”, e “uma funcionária que sobreviveu a tragédia, confirmou”, em que, além da falta de crase, observa-se a presença da vírgula separando sujeito e verbo. A suposta presença de terroristas no Brasil está relacionada, aqui, à vitória do presidente Jair Bolsonaro, fazendo, mais uma vez, forte apelo às emoções.

Durante todo o texto, é fortalecida a ideia de guerra entre comunismo e capitalismo. O vocabulário bélico reforça a necessidade de se vencer um inimigo.

CONCLUSÕES

São notáveis as grandes diferenças linguísticas entre textos jornalísticos e as *fake news*. Entre elas, os erros de ortografia, pontuação e concordância, o uso da função conativa da linguagem em detrimento da referencial, a organização das informações no texto e o discurso inflamado chamam a atenção nas narrativas fraudulentas. Combater as *fake news* exige resgatar a credibilidade perdida do jornalismo. Para isso, além do trabalho das agências de checagem de fatos, o público deve ser educado e incentivado a perceber, por si, as diferenças entre um e outro, que iniciam na linguagem. Neste aspecto, pode ser considerada a união das ferramentas tecnológicas a uma base educacional sólida que estimule o pensamento crítico e o questionamento. Além disso, considerando que no contexto da pós-verdade os fatos importam menos do que a emoção, é preciso pensar, ainda, no desenvolvimento de uma nova linguagem no jornalismo noticioso. Não é que esta linguagem deva ser poética ou emocional, e sim mais sedutora, próxima e acessível. Neste sentido, a jornalista Nathalia Arcuri defende que a mídia deve se aproximar do público e trabalhar por sua educação, além de publicar informações que não sejam apenas bem apuradas e corretas, mas atraentes. Insistir na ilusão de neutralidade de uma linguagem fria, apática e distante do público e dos fatos não surte mais efeito.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA Brasil. Pesquisa: notícias falsas circulam 70% mais do que as verdadeiras na internet. 10/03/2018. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2018-03/pesquisa-noticias-falsas-circulam-70-mais-do-que-verdadeiras-na>. Acesso em: 1 out. 2018.

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. "Social Media and Fake News in the 2016 Election". *Journal of Economic Perspectives*, vol. 31, n. 2 Spring/2017, p 211–236. Disponível em: <http://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>. Acesso em: 4 set. 2018.

BBC News Brasil. 'Pensamento crítico não é copiar críticas dos outros': especialistas debatem meios de combate às 'fake news'. 12/03/2019. Acesso em: 20/05/2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-47547772>

D'ANCONA Matthew. Pós verdade - A nova guerra contra os fatos em tempos de fake news. Barueri: Faro Editorial, 2018

LAGE, Nilson. Linguagem Jornalística. São Paulo: Editora Ática, 1998.

LAGE, Nilson. Estrutura da Notícia. São Paulo: Editora Ática, 2004.

MELO, Daniel. Para especialistas, difusão de fake news está ligada à crise do jornalismo. Agência Brasil, 2018. Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-04/para-especialistas-difusao-de-fake-news-esta-ligada-crise-do-jornalismo>. Acesso em: 15 nov. 2018.

MONTEIRO, R. A. et al. Contributions to the study of fake news in Portuguese: New corpus and automatic detection results. *Computational Processing of the Portuguese Language*. p. 324-34. 26 ago. 2018. Disponível em:

<http://conteudo.icmc.usp.br/pessoas/taspardo/PROPOR2018-MonteiroEtAl.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2018.

PENA, Felipe. Teoria do Jornalismo. São Paulo: Editora Contexto, 2007

TRAQUINA, Nelson. Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2. ed., 2005