

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

LUIZ RICARDO GOULART HUTTNER

É fake news?

Como elementos do jornalismo são utilizados para a elaboração de “notícias falsas”

Porto Alegre
2020

LUIZ RICARDO GOULART HUTTNER

É fake news?

Como elementos do jornalismo são utilizados para a elaboração de “notícias falsas”

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora:
Dr^a Raquel da Cunha Recuero

Porto Alegre
2020

LUIZ RICARDO GOULART HUTTNER

É fake news?

Como elementos do jornalismo são utilizados para a elaboração de “notícias falsas”

Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Raquel da Cunha Recuero

Aprovado em: 06/02/2020

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Raquel Recuero (orientadora)

Prof. Dr. Marcelo Ruschel Trasel, UFRGS

Profa. Dra. Sílvia Porto Meirelles Leite, UFPEL

Profa. Dra. Gabriela da Silva Zago, University of Oregon

Profa. Dra. Suely Dadaltu Fragoso, UFRGS (suplente)

AGRADECIMENTOS

À Universidade Federal do Rio Grande do Sul, pela oportunidade de garantir, em tempos difíceis, um ensino de qualidade, público e gratuito.

Ao PPGCOM pela estrutura, atenção e alento aos momentos de preocupação.

Aos professores por ainda acreditarem na comunicação, mesmo essa sendo questionada a todo o momento.

À minha família, que mesmo não entendendo o que realmente é uma Pós-Graduação, mas entendeu que era isso que gostaria de fazer. Em especial a minha Vó, que conseguiu ver o seu primeiro neto ser um Bacharel, mas não conseguirá ver (neste plano) seu mesmo neto ser Mestre.

À Capes pelo apoio financeiro para a realização deste mestrado, apresentação de trabalhos e participações em Congressos durante esses dois anos.

À minha orientadora, pela confiança de sempre, ao carinho de sempre e por entender sempre. Obrigado por ser um espelho a mim e a tantos pesquisadores.

RESUMO

Tornou-se fácil falar, da boca pra fora, que qualquer mentira é “*fake news*”. Especialmente quando esse termo ganhou mais espaço entre políticos e na política, em especial depois das eleições norte-americanas do ano de 2016. Porém o que são as notícias falsas? E mais, se é notícia, pode ser falsa? Com o passar do tempo a comunicação, em especial o jornalismo, passou por diversas modificações, que partiram desde o surgimento da prensa (para a impressão de jornais impressos) até os dias de hoje, com a possibilidade e facilidade de cada um publicar o que achar importante. Conforme temos visto na história, todas as mudanças no jornalismo vieram acompanhadas de novas teorias e novas pesquisas. Assim foi com a notícia, desde o seu surgimento, até a forma como vemos ela na internet, passou por mudanças e técnicas que a tornaram um dos principais produtos do jornalismo, já que ela está presente em todas as formas que o jornalismo se apresenta. Desta forma, essa dissertação se propõe a analisar como alguns elementos do jornalismo se fazem presentes em possíveis notícias falsas. Mas para isso é preciso entender como o jornalismo lida com as notícias antes mesmo da internet, passando por algumas modificações e como ela se apresenta nos dias atuais. Por isso é preciso discutir teorias, entender o que é a notícia e como as desordens informativas podem vir a afetar as informações que chegam até as pessoas. Através da escolha de sites que oferecem recursos associados a notícia, mas que podem, intencionalmente ou não, desinformar. Para essa análise foram escolhidos cinco sites: Plantão Brasil, Falando Verdades, Revista Fórum, Pleno News e Jornal da Cidade Online. A escolha desses sites foi baseada em pesquisas já realizadas que comprovariam que os sites acima descritos estariam espalhando notícias falsas. Dessa forma, foram coletadas três notícias de cada para a análise. Assim, foram feitas duas análises, a primeira focando a estrutura do site (cores, endereço e elementos não-verbais do site como um todo) e a segunda de cada notícia (analisando os elementos textuais, a linguagem e forma de cada notícia). A partir disso, será possível identificar e apontar elementos do jornalismo que são utilizados por esses sites para, possivelmente, espalharem informações falsas, falsificadas ou manipuladas.

Palavras-chave: Desinformação. *Fake news*. Jornalismo. Notícia. Webjornalismo.

ABSTRACT

It has become easy to say, from the outside, that any lie is “fake news”. Especially when that term gained more space among politicians and in politics, especially after the US elections in 2016. But what are the fake news? What's more, if it's news, can it be false? As time went by, communication, especially journalism, underwent several changes, which started from the emergence of the press (for printing printed newspapers) until today, with the possibility and ease of each one publishing what find it important. As we have seen in history, all the changes in journalism have been accompanied by new theories and new research. So it was with the news, since its emergence, until the way we see it on the internet, it went through changes and techniques that made it one of the main products of journalism, since it is present in all forms that journalism presents itself. Thus, this dissertation proposes to analyze how some elements of journalism are present in possible false news. But for that it is necessary to understand how journalism deals with news even before the internet, going through some modifications and how it presents itself today. That is why it is necessary to discuss theories, understand what the news is and how information disorders can affect the information that reaches people. Through the choice of sites that offer resources associated with the news, but that may, intentionally or not, misinform. Five sites were chosen for this analysis: Plantão Brasil, Falando Verdades, Revista Fórum, Pleno News and Jornal da Cidade Online. The choice of these sites was based on research already carried out that would prove that the sites described above would be spreading fake news. Thus, three news items were collected for each analysis. Thus, two analyzes were made, the first focusing on the structure of the site (colors, address and non-verbal elements of the site as a whole) and the second of each news item (analyzing the textual elements, the language and form of each news item). From this, it will be possible to identify and point out elements of journalism that are used by these sites to possibly spread false, falsified or manipulated information.

Keywords: *Disinformation. Fake news. Journalism. News. Webjournalism.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Modelo do gatekeeping de David White.....	26
Figura 2 – Information Disorder.....	74
Figura 3 – Captura de tela do cabeçalho da página inicial do site Plantão Brasil.....	106
Figura 4 - Captura de tela da notícia 1 do site Plantão Brasil.....	111
Figura 5 – Captura de tela da notícia 2 do site Plantão Brasil.....	114
Figura 6 – Captura de tela da notícia 3 do site Plantão Brasil.....	117
Figura 7 – Captura de tela do cabeçalho do site da Revista Fórum.....	118
Figura 8 – Captura de tela da notícia 1 do site Revista Fórum.....	121
Figura 9 – Captura de tela da notícia 2 do site Revista Fórum.....	124
Figura 10 – Captura de tela da notícia 3 do site Revista Fórum.....	128
Figura 11 – Captura de tela do cabeçalho do site Falando Verdades.....	129
Figura 12 – Captura de tela da notícia 1 do site Falando Verdades.....	132
Figura 13 – Captura de tela da notícia 1 do site Falando Verdades.....	133
Figura 14 – Captura de tela da notícia 2 do site Falando Verdades.....	136
Figura 15 - Captura de tela da notícia 3 do site Falando Verdades.....	138
Figura 16 - Captura de tela da notícia 1 do site Pleno News.....	142
Figura 17 - Captura de tela da notícia 2 do site Pleno News.....	145
Figura 18 - Captura de tela da notícia 3 do site Pleno News.....	148
Figura 19 - Captura de tela da notícia 1 do site Jornal da Cidade Online.....	153
Figura 20 - Captura de tela da notícia 2 do site Jornal da Cidade Online.....	156
Figura 21 - Captura de tela da notícia 3 do site Jornal da Cidade Online.....	159

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Categorias de notícias.....	17
Quadro 2 - Elementos da pirâmide invertida.....	38
Quadro 3 - Funções interrogativas.....	56
Quadro 4 - Oito dimensões ou funções que se exige do jornalismo.....	92
Quadro 5 - Sites escolhidos para a análise.....	103
Quadro 6 - Análise do site Plantão Brasil quanto a sua estrutura.....	107
Quadro 7 - Análise da notícia 1 do site Plantão Brasil.....	110
Quadro 8 - Análise da notícia 2 do site Plantão Brasil.....	113
Quadro 9 - Análise da notícia 3 do site Plantão Brasil.....	116
Quadro 10 - Análise do site Plantão Brasil quanto a sua estrutura.....	119
Quadro 11 - Análise da notícia 1 do site Revista Fórum.....	120
Quadro 12 - Análise da notícia 2 do site Revista Fórum.....	123
Quadro 13 - Análise da notícia 3 do site Revista Fórum.....	126
Quadro 14 - Análise do site Falando Verdades quanto a sua estrutura.....	130
Quadro 15 - Análise da notícia 1 do site Falando Verdades.....	131
Quadro 16 - Análise da notícia 2 do site Falando Verdades.....	134
Quadro 17 - Análise da notícia 3 do site Falando Verdades.....	137
Quadro 18 - Análise do site Pleno News quanto a sua estrutura.....	139
Quadro 19 - Análise da notícia 1 do site Pleno News.....	141
Quadro 20 - Análise da notícia 2 do site Pleno News.....	144
Quadro 21 - Análise da notícia 3 do site Pleno News.....	146
Quadro 22 - Análise do site Jornal da Cidade Online quanto a sua estrutura.....	149
Quadro 23 - Análise da notícia 1 do site Jornal da Cidade Online.....	151
Quadro 24 - Análise da notícia 2 do site Jornal da Cidade Online.....	154
Quadro 25 - Análise da notícia 3 do site Jornal da Cidade Online.....	157
Quadro 26 - Número total de características dos sites.....	160

Quadro 27 - Características das mensagens das notícias.....	161
---	-----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
1. A NOTÍCIA, O JORNALISMO E O QUE NOTICIAR.....	13
1.1 A notícia: história e a definição.....	13
1.2 O jornalismo e o que noticiar.....	18
1.2.1 Os critérios para a notícia.....	20
1.2.2 O porteiro das notícias.....	24
1.2.3 O webjornalismo: possibilidades da notícia na internet.....	28
2. ESTRUTURA, FORMATO E ASPECTOS DA LINGUAGEM NO TEXTO JORNALÍSTICO.....	33
2.1 Alguns tipos de notícias.....	34
2.2 A pirâmide invertida: organizando as informações.....	35
2.3 O <i>lead</i> : informação para começar.....	40
2.4 Os títulos da notícia: antes de tudo.....	42
2.5 Funções da linguagem jornalística.....	44
2.5.1 Elementos iniciais da linguagem jornalística.....	45
2.5.2 A objetividade e alguns gêneros jornalísticos.....	49
2.5.3 Organizando a linguagem jornalística.....	53
2.5.4 Ordenando as informações em uma notícia.....	57
2.6 O discurso jornalístico e a credibilidade.....	58
3. SER OU NÃO SER? O QUE PARECE SER NOTÍCIA.....	64
3.1 As desordens informativas.....	66
3.2 A Desinformação: um pouco da história do uso do termo.....	71
3.3 O (nada) antigo boato.....	75
3.4 As Câmaras de Eco.....	80
3.5 Dentro dos filtros-bolha.....	83
3.6 As câmaras e as bolhas existem?.....	85
3.7 Em busca da verdade.....	92
3.8 As notícias de segunda mão.....	94
4. PROPOSTA METODOLÓGICA.....	96
4.1 Método de Análise.....	102
5. ANÁLISE.....	105
5.1 Dados.....	102
5.1.1 Plantão Brasil.....	105
5.1.2 Revista Fórum.....	117
5.1.3 Falando Verdades.....	128
5.1.4 Pleno News.....	138
5.1.5 Jornal da Cidade Online.....	148
CONCLUSÃO.....	167
REFERÊNCIAS.....	168
APÊNDICE 1 – Lista do total de notícias coletadas.....	177

INTRODUÇÃO

A notícia, ao longo do tempo, se tornou o produto principal do jornalismo e adquiriu, através das mais variadas técnicas, espaço e legitimidade perante a população. Assim, como com o surgimento e avanço da televisão, do rádio, da fotografia, até as mais recentes inovações das mídias, o jornalismo e a notícia se viram sempre confrontados com as mudanças impostas não somente pela mudança tecnológica, mas também com a mudança de consciência que ocorreu (e ocorre) na sociedade. Conforme afirma Pavlik (2005):

“O jornalismo está passando por uma transformação radical, talvez a maior desde o boom da imprensa de um centavo em meados do século XIX. No crepúsculo do século XX e na aurora do século XXI está surgindo uma nova forma de jornalismo, com características como notícias onipresentes, acesso global à informação, cobertura instantânea, interatividade, conteúdo multimídia e extrema personalização de conteúdo”¹ (PLAVIK, 2005, p. 13).

Assim, percebemos que a internet conseguiu, em pouco tempo, o que outras mídias demoraram anos para conseguir e com uma infinidade de possibilidades que, especialmente a Web 2.0 O'Reilly (2005)² trouxe ao campo da comunicação, a pergunta “como essas mudanças estão afetando o jornalismo” passou a ser mais questionada. Kovach e Rosenstiel (2010) alegam que essa pergunta não pode ser respondida de forma simplista, ainda mais quando o público torna-se cada vez mais cético quanto ao trabalho do jornalismo, ainda mais quando as novas tecnologias da comunicação facilitam que qualquer pessoa possa estar fazendo jornalismo de alguma forma.

No novo ambiente informacional em que vivemos, declaram Kovach & Rosenstiel (2010), a realidade pode vir a ser simplesmente uma situação de crença, não algo objetivo ou verificado, podendo ter a verdade vermelha e a verdade azul, a mídia vermelha e mídia

¹ Tradução do autor para: El periodismo está sufriendo una transformación radical, quizá la mayor desde al auge de la prensa a penique a mediados del siglo XIX. En el ocaso del siglo XX y albores del XXI está surgiendo una nueva forma de periodismo, con características como las noticias onnipresentes, el acceso global a la información, la cobertura instantánea, la interactividad, los contenidos multimedia y la extrema personalización del contenido

² A Web 2.0, é um termo cunhado por O'Reilly (2005), onde a web possa servir de plataforma, onde cria um modelo de projetar, desenvolver e implantar um processo de desenvolvimento interativo. Também tem como característica o gerenciamento de bancos de dados da Web 2.0, que podemos definir não como softwares, mas sim como “infoware” (O'Reilly, 2005, online).

azul (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010, p. 6). Para esse novo ambiente, alertam os autores, é preciso que os consumidores (em um novo papel) adquiram novas habilidades, especialmente em como avaliar as informações da imprensa, e de outras fontes, para que se tornem participantes desta “nova era da informação” e não apenas vítimas. Os autores estabelecem seis etapas do que chamam de “caminho do conhecimento cético”, onde o primeiro passo é identificar que tipo de conteúdo estamos encontrando, visto que existem vários modelos distintos de produção de jornalismo. O segundo é identificar se uma notícia está completa. O terceiro passo é como avaliar as fontes presentes em uma notícia. A avaliação de evidências é o quarto passo, enquanto o quinto passo é marcado pela diferença entre observação e compreensão e a diferença entre inferência (formar hipótese sobre o que algo significa) e evidência (provar que essa inferência é verdadeira). O último passo nesse processo de avaliação das notícias envolve explorar se estamos obtendo o que precisamos das notícias.

A mudança que acompanhamos no jornalismo não é algo novo. Kovach & Rosenstiel (2010) consideram oito transformações que marcaram a comunicação, sendo elas: dos desenhos das cavernas à linguagem oral, a palavra escrita à imprensa, do telegrafo para o rádio, transmitir televisão a cabo e agora a Internet (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010, p. 13).

Neste cenário de facilidade de comunicação, onde existem recursos de fácil acesso para a publicação de quase todo o tipo de história, fica também mais fácil de produzir ou recircular (ZAGO, 2011) uma notícia ou conteúdo. Com tantas informações que cercam as pessoas todos os dias, em quem podemos confiar? A profissionalização do jornalismo trouxe conceitos, como o da objetividade, fundamentais para dar ao público um relato mais próximo do que aconteceu, assim como o uso de técnicas para uma notícia ganhar relevância dentro de uma comunidade, mesmo que por vezes aconteçam eventos em que o jornalismo noticia coisas falsas e possíveis barrigadas³. Foi com essa profissionalização que diversos veículos de comunicação construíram a sua reputação em suas específicas mídias (impresso, televisão e rádio, por exemplo) e muitos desses migraram para a internet, levando consigo reputação e credibilidade já adquiridas. Mas também surgem sites e portais destinados à notícias, alguns feitos por jornalistas e outros de forma

³ Tecnicamente, a barriga ocorre quando o jornalista divulga uma informação equivocada, enquanto o furo é o resultado da criação de uma pauta relevante e inovadora e de uma investigação plena para a construção da notícia e sua divulgação exclusiva. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitos/ed757_o_furo_e_a_barriga/> Acesso em: 11 jul. 2019.

independente, por vezes sem o rigor das técnicas jornalísticas e da objetividade, por exemplo.

Muitos assuntos sempre tiveram algum espaço na mídia, muitos tendo até mesmo editorias específicas (como cultura, celebridades e outros temas), mesmo sendo assuntos que não modificariam diretamente a vida da maioria da população. Mas há assuntos que podem vir a modificar a vida de muitas pessoas (como política, economia), que se torna necessário estar bem informado. A internet possibilitou um acervo muito grande dos mais variados temas e visões, muitas vezes feitos por pessoas das mais diferentes formações. Mas recentemente a política (tanto mundial como brasileira) vem ganhando mais destaque e discussões (especialmente na internet) e uma quantidade grande de informações seriam necessárias para um esclarecimento do que está sendo tratado no momento. Porém, a diversidade de informações, que poderia ser útil para o crescimento coletivo, às vezes podem servir para dividir, polarizar e desinformar.

Neste contexto, propomos para este trabalho o problema de “como sites da internet estruturam seu conteúdo, apropriando formato, critérios, e linguagem típicos do jornalismo, de modo a passar informações falsas ou manipuladas como notícias?”. Nossos objetivos específicos são: (1) Observar a apropriação que sites de desinformação da internet fazem de recurso que são inerentes ao jornalismo dentro do fenômeno das desordens informativas; (2) Discutir como esses recursos são utilizados em comparação com o jornalismo.

Para isso, este trabalho está dividido em cinco capítulos. O primeiro capítulo será dedicado a discutir a notícia e o jornalismo. Neste primeiro momento é preciso discutir o que vamos analisar no trabalho: a notícia. É necessário um resgate histórico de como a notícia se tornou vital para o jornalismo, sendo o seu principal produto. Também é necessário analisar a mudança que ela sofreu ao longo do tempo, resgatar algumas teorias para entender o que virá a ser notícia, seja pelos seus critérios ou por sua seleção.

O segundo capítulo será destinado a expor como se estruturam essas notícias, como são as estratégias de linguagem, de formatos e das mudanças que a internet e a possibilidade de publicação com espaço indefinido trouxeram a notícia. São várias as possibilidades de linguagem e de formato, e o webjornalismo (aquele feito para *web*) trouxe especificidades, assim como as possibilidades que uma notícia tem de circular, tornando-se importante o uso de imagem, título, *lead* e outros elementos que serão tratados neste capítulo.

Para o terceiro capítulo, iremos analisar fenômenos que se potencializaram e surgiram com a internet. Para entender o campo fértil que se tornou a criação de sites da internet, será preciso entender ao fenômeno de desordem informativa no qual estamos imersos, por isso é importante discutir os conceitos de câmaras de eco e filtros-bolha, assim como tentar buscar os termos mais apropriados para definirmos o que são “*fake news*”, desinformação e boatos.

O quarto capítulo conta com a parte metodológica, onde são apresentados os cinco sites que serão analisados nesta dissertação, que possivelmente propagam “*fake news*” ou desinformação⁴. Para este recorte foi definida uma semana do mês de novembro de cinco diferentes sites, que dentre os critérios, se identificam como “jornal” ou “revista” e através deles será possível identificar elementos usados por eles para parecerem informativos, quando na verdade podem ser incluídos em outra categoria de gênero jornalístico, podendo manipular ou desinformar.

Para o capítulo destinado a análise, será possível escolher os sites e as notícias que serão analisados, a partir de estudos e também da análise desses sites. A partir da coleta de 15 notícias, divididas entre os vieses de pró-Lula *versus* pró-Bolsonaro, buscando que essas notícias contenham elementos possíveis que contribuem para a desinformação. Busca-se, contudo, concluir o trabalho identificando elementos utilizados nessas notícias e estabelecer como eles se associam ao jornalismo ou se afastam dele.

⁴ Para este trabalho, entendemos que “*fake news*” é um fenômeno que está dentro da categoria de desinformação.

1 A NOTÍCIA, O JORNALISMO E O QUE NOTICIAR

O jornalismo sempre teve um papel importante em toda a sociedade ao redor do mundo. Desde a sua criação, passando por seu processo de profissionalização, pelo surgimento de novas tecnologias que fizeram o jornalismo se modificar por diversas vezes na história. Assim, a cada novo fenômeno que surge, novas teorias, pesquisas e técnicas começam a serem aplicadas no jornalismo. Neste capítulo introdutório vamos explicitar algumas teorias que tentam dar conta do processo de elaboração de uma notícia, visto que as teorias elaboradas com os antes conhecidos como meios de comunicação de massa podem ainda permanecer no ambiente digital no qual estamos inseridos. Isto relaciona-se com um dos objetivos deste trabalho, visto que é preciso entender como uma notícia chega até a sua publicação, que envolve diversos atores e que pode ser pensada para atingir determinados públicos ou interesses.

1.1 A notícia: história e a definição

O mundo está cercado de acontecimentos. Sejam eles pequenos ou grande, de interesse do grande público ou mesmo de nichos específicos. O relato noticioso serviu, por vezes, até mesmo para a sobrevivência e, por isso, sua exatidão sempre foi fundamental para a sociedade. Pela exatidão, e buscando a objetividade, o jornalismo passou a adotar técnicas para levar ao seu receptor o relato mais próximo ao acontecimento. O surgimento e a profissionalização, tanto da profissão como dos veículos de comunicação, trouxeram consigo alguns elementos fundamentais, dentre eles a credibilidade e a confiabilidade.

O pesquisador Nilson Lage (1987) faz um breve histórico do mundo em transformação. Especificando a notícia, o autor discorre que na Idade Média a população se informava por meio de decretos, proclamações, exortações e também nos sermões proferidos pelas igrejas da época. Porém a circulação de conhecimento ainda era

deficitária, começando a expandir a partir da expansão da atividade comercial, no século XIII. Assim como com a chegada de atividade comercial, também começou a chegada de técnicas e de informação (LAGE, 1987, p. 9).

Passamos, na História, pela impressão da Bíblia feita por Gutenberg, no ano de 1452, avanço tecnológico gerado por conta do comércio asiático. Lage conta que o primeiro jornal circulou em Bremen, Alemanha, em 1609. Nos primeiros jornais, a notícia aparece apenas como acumulação de capital mercantil, com informações para plantações, consumos e guerras. Nesse ambiente, a Igreja e o Estado, tentavam conter a impressão, porém o investimento para a impressão de um periódico era baixo, vendido a preço do custo de uma impressão.

Por mais facilidade que se tinha em publicar, os “*publiscistas*” (LAGE, 1987, p. 11) sofriam formas de censura, como impostos e taxações. Foi somente com a Revolução Industrial, na última metade do século XIX, que essa censura foi derrubada. Três fatores contribuíram para isso: a) surgia um efetivo mercado de massa para os jornais; b) as máquinas e a organização da produção próprias do capitalismo industrial chegavam aos jornalistas; c) a publicidade passava a custear a maior parte dos custos editoriais (1987, p. 13). Também foi consequência dessa Revolução o surgimento do jornal-empresa. Isso permitiu que a triagem dos jornais fosse multiplicada, estabelecendo padrões bem acima dos que ocorriam na fase anterior (1979, p. 21).

Só nos Estados Unidos, em 1890, existiam 1662 diários, por exemplo.

“Por detrás desses números, estabeleceu-se uma relação triangular em que o produtor de informações busca atrair o interesse de um público, que retribui consumindo produtos (industriais, de serviços ou ideológicos) do sistema econômico-ideológico. Este gratifica o produtor de informações com verbas publicitárias, financiamentos e apoio social” (LAGE, 1979, p. 23).

Essa triangulação funciona desde que o produtor das mensagens seja capaz de atrair consumidores para o que quer dizer. Nesse contexto, a qualidade e o volume de informação, serviços e entretenimento, faz com que os jornais destinados a opinião existam, mas de uma forma limitada, sem projeções. Neste breve histórico traçado pelo autor percebemos que a notícia, tal como conhecemos hoje, foi um processo negociado e de interesse, que foi criado para dar conta dos acontecimentos que aconteciam ao redor do mundo, que foi impulsionado pelo avanço do comércio, da tecnologia, da alfabetização e, principalmente, da necessidade do ser humano em estar informado e se comunicar.

No discurso jornalístico “o acontecimento constitui o referente do que se fala, o efeito de realidade na cadeia dos signos, uma espécie de ponto zero da significação. Por

isso, uma das regras da prática jornalística consiste em afirmar que a opinião é livre mas que os fatos são soberanos” (RODRIGUES, 1993, p. 27). Assim, nos diz o autor, que é preciso separar o que é a opinião e o que é um fato constituído, que gere, assim, algum valor. Rodrigues, do ponto de vista jornalístico, diz que o fato quanto menos previsível for, torna-se mais fácil de virar notícia e vir, assim, a integrar o discurso jornalístico.

Miguel Alsina ressalta uma diferença entre o acontecimento e a notícia. Enquanto o primeiro é um fenômeno de percepção do sistema, o segundo é um fenômeno de geração do sistema. Essa diferenciação, as vezes esquecida, é importante quando pensamos a notícia dentro de uma realidade social, aliada a construção da realidade, como produção de sentido através da prática produtiva (ALSINA, 2009, p. 45). Porém o autor afirma que o que pode ser notícia para um sistema, pode ser acontecimento para outro.

Robert Pak (2008), um dos precursores dos estudos em jornalismo, classifica a notícia como sendo um documento público, transitório e efêmero, mas também não é desprezível enquanto uma forma de conhecimento do que é real e presente (LISBOA, 2012, p. 23). Assim como também é uma tarefa complicada e controversa definir aquilo que é real e presente.

Assim como define (HERRAIZ, 1996), notícia é aquilo que os jornalistas acham que pode vir a interessar o leitor e também interessa aos jornalistas. Alsina (2009) complementa afirmando que esse processo é maior do que está simples afirmação. Do ponto de vista do jornalista, quando a magnitude do acontecimento é grande, a pergunta se é notícia nem é feita, em outros casos o jornalista questiona quais elementos de determinado acontecimento podem se tornar notícia, levando em conta, basicamente, se isso interessa aos seus leitores e a seus chefes (ALSINA, 2009, p. 295). Mas para se tornar notícia, os critérios de noticiabilidade, seus valores-notícia, os critérios de seleção, são pontos importantes para serem considerados neste processo.

Ao tentar explicar o termo notícia, no seu sentido jornalístico, Jorge Sousa (2002) a define diretamente como:

“artefatos linguísticos que procuram representar determinados aspectos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural, histórica e do meio físico/tecnológico, que são difundidas pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e sociocultural (contexto), embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia” (SOUSA, 2002, p. 13).

Na definição de Sousa, podemos perceber a presença de várias outras concepções de notícia já elaboradas por outros autores. Ele alerta para alguns termos, utilizados em sua definição de notícia. Para o autor, “artefatos linguísticos” constituem as notícias com base em mais de uma linguagem, como a língua em si, a linguagem das imagens, entre outras. Já como “aspectos da realidade”, o autor remete a Teoria do Espelho, onde as notícias seriam centradas no referente e elas seriam assim porque a realidade assim determina que elas sejam. Ainda sim, para o autor, os acontecimentos são transformados em notícias pelo sistema jornalístico (SOUSA, 2002, 25 p).

Conforme a definição de Sousa, uma notícia não pode ser analisada de forma isolada ou mesmo fora de seu contexto social. Ela, também, não é um conceito imutável, se modifica assim como se modificou o jornalismo ao longo do tempo. Conforme afirma Gay Tuchman, “a notícia é uma janela para o mundo. Através de sua estrutura, os americanos aprendem sobre si mesmos e sobre os outros, sobre suas instituições, líderes e estilos de vida, e sobre os de outras nações e seus povos” (TUCHMAN, 1983, p. 13)⁵. Porém essa janela pode ter os mais diferentes tamanhos, opacidade e outras coisas que fazem ela não ser igual para todos.

Já para Mar de Fontcuberta (1999), o conjunto de notícias deveria ser o reflexo da realidade que deveria ser relatado, explicado e interpretado para os receptores para, a partir daí, se formar a opinião pública (1999, p. 13). Assim como existem várias realidades, vários contextos, existem as mais diferentes categorias de notícias. Gay Tuchman (1978) divide as notícias em: *hard news* (notícias duras) e *soft news* (notícias brandas, publicadas quando é de interesse do veículo de comunicação). Ainda sim, relata outras categorias de notícias, conforme o quadro a seguir:

<i>Hot News</i>	Notícias quentes, ligadas a acontecimentos recentes
<i>Spot News</i>	Notícias ligadas a acontecimentos imprevistos
<i>Running Stories</i>	Notícias que estão em desenvolvimento

Quadro 1. Categorias de notícias. Fonte: TUCHMAN, 1978.

Contudo, o processo de seleção do que será notícia e as escolhas linguísticas levam em consideração quem serão os possíveis receptores e também os efeitos que se deseja

⁵ Tradução do autor: La noticia es una ventana al mundo. A través de su marco, los norteamericanos aprenden sobre sí mismos y sobre otros, sobre sus instituciones, líderes y estilos de vida, y sobre los de otras naciones y sus gentes.

com determinadas escolhas feitas, onde tudo é seleção, seja no ato de falar, no de comunicar ou mesmo de informar (SILVA, 2010, p. 179). Sendo assim, um relato noticioso é elaborado com o objetivo de atingir determinados interesses, sendo construído através de interesses editoriais, por vezes acima do jornalista que a escreve, mas não descartando as decisões tomadas individualmente por alguns jornalistas.

Teun Van Dijk (1996) afirma que o termo notícia gira em torno de, basicamente, três conceitos, sendo eles: 1. Nova informação sobre eventos, objetos ou pessoas; 2. Um programa para que se apresentem as notícias; 3. Um informe jornalístico em que se ofereça uma nova informação sobre eventos recentes⁶ (DIJK, 1996, p. 17). Durante a argumentação de sua pesquisa, Dijk (1996) aponta para vários aspectos que aproximam a construção de uma notícia da construção do discurso, da fala e da escrita de modo geral. A construção que um jornalista faz da notícia não é feita com ele próprio como fonte, já que “os jornalistas raras as vezes observam diretamente os acontecimentos, chegam a conhecer o evento através de discursos já codificados e interpretados por outros, e de maneira mais relevante, através de agências de notícias”⁷ (DIJK, 1996, P. 141).

Após uma reflexão sobre a notícia, Dijk (1996) conclui que ela é um tipo específico de discurso.

“Assim, o uso de neologismos, o recurso recorrente nas nomeações (lugar dos verbos), a complementaridade oracional ou a ordenação das palavras e cláusulas (como as declarações adiadas: '...', declara o presidente') e exemplos de exemplos características do estilo gramatical do discurso jornalístico”⁸ (DIJK, 1996, 252)

As estruturas sintáticas, por sua vez, também podem expressar posições ideológicas subjacentes, suprimindo, por exemplo, posições de agentes com posições contrárias a determinados interesses, assim, ficando de fora posições contraditórias em uma notícia. O último aspecto que o autor considera importante citar é a escolha do léxico a ser utilizado nas notícias. Quanto a essa característica, Dijk cita os exemplos utilizados

⁶ Tradução do autor para: 1. Nueva información sobre sucesos, objetos o personas; 2. Un programa tipo (de televisión o de radio) en el cual se presentan ítems periodísticos; 3. Un ítem o informe periodístico, como por ejemplo um texto o discurso em la radio, en la televisión o en el diario, en el cual se ofrece una nueva información sobre sucesos recientes.

⁷ Tradução do autor para: “Los periodistas rara vez observan directamente los acontecimientos, que por lo general, llegan a conocerse a través de los discursos ya codificados e interpretados de otros, y de manera más relevante a través de los despachos de las agencias informativas”

⁸ Tradução do autor para: Así, el uso de neologisms, el frecuente recurso a las nominalizaciones (en lugar de los verbos), la complejidad oracional o el orden de las palabras y cláusulas (como las declaraciones pospuestas: '...', declaró el presidente') son ejemplos de estas características del estilo gramatical del discurso periodístico.

ao decorrer do seu estudo, como o uso de “terroristas” ao invés de “lutadores da liberdade” ou “encenqueiros” ao invés de “manifestantes”, ou vice-versa. Os títulos e cabeças de matérias jornalísticas, conforme Segundo Dijk são macroestruturas semânticas e os processos cognitivos são cruciais para a informação jornalística, elas expressam explicitamente a informação, através dos títulos e cabeças, que também podem ser subjetivos e tendenciosos.

Por fim, o autor introduz o que chama de esquema jornalístico, baseado em: resumo (título e cabeça), acontecimentos principais, antecedentes (contexto e história), consequências (acontecimentos seguintes e reações verbais) e comentários (avaliação e prever). Assim, algumas dessas categorias são obrigatórias (resumo e acontecimento principal) e outras categorias são opcionais. Assim, o princípio geral, em uma notícia, permanece sendo o da relevância: primeiro a informação mais relevante, depois os níveis mais baixos e depois os detalhes de cada uma das categorias.

Assim, definimos a notícia, para este trabalho, como sendo um relato noticioso escrito por jornalista ou assinadas por agências de notícias ou “redação”, que tenha um *lead* (ou parágrafo inicial que contenha as principais informações do relato), podendo conter algum tipo de imagem, fotografia ou gráfico que ilustre a matéria. Ser um texto escrito em terceira pessoa, fugindo dos relatos pessoais, que caracterizariam um texto opinativo e ser estruturado em, no mínimo, três parágrafos definidos. Entenderemos como notícia o relato que seja considerado de interesse público, como alguma repercussão em mais de um veículo de comunicação ou em ambiente noticioso, mesmo sendo mídia social. Partimos, também, do pressuposto de que a notícia é uma informação de um acontecimento, traduzido na forma de um relato, que contenha elementos acima definidos.

1.2 O jornalismo e o que noticiar

O que noticiar? O que vale noticiar? Essas são perguntas que sempre são pertinentes no campo do jornalismo. No decorrer da história o jornalismo acompanhou a evolução da tecnologia e da sociedade. A forma como a sociedade absorveu essas tecnologias foi importante para cada nova mídia que surgia. Assim, as mudanças tecnológicas ocorreram em conjunto com a evolução da sociedade e o jornalismo passou a acompanhar essas mudanças. Foram várias mudanças que causaram mudanças da forma de se fazer jornalismo e de se comunicar em sociedade. Como marco histórico, para este trabalho, apontamos a mudança que o jornalismo sofreu com a passagem do jornalismo

de opinião para um jornalismo baseado em acontecimentos. Isso se deu pela redução de custo, acesso das pessoas aos veículos de comunicação de massa, alfabetização e a necessidade do ser humano em saber o que acontece em sua volta e aquilo que é de seu interesse.

Traquina chama isso de “novo jornalismo”⁹, aquele que

veio na forma da chamada “*penny press*”, nome que vem do fato de que, perante o preço estabelecido ou comum de seis centavos, o preço desta nova imprensa foi reduzido a um centavo. Com o objetivo de aumentar a circulação, atingindo pessoas que normalmente não compravam um jornal por razões econômicas, o baixo preço destes jornais tornava-os acessíveis a um novo leque de leitores. (TRAQUINA, 2018, p. 50)

Este é um momento importante para a história do jornalismo, visto que ele passa a comunicar para mais pessoas e começa a ganhar novos contornos, visto que noticiaria e se tornaria um meio em que as pessoas depositariam confiança de estarem sabendo o que acontece ao redor de todo o mundo ou do seu próprio mundo. Essa nova imprensa, segundo o autor, era liberta do conceito de porta-voz partidária, voltava a oferecer aos leitores uma maior diversidade de informação, contada de uma forma mais sensacionalista. Mas a possibilidade de publicar mais para vender mais e capturar cada vez mais público, os jornais passaram a publicar outros temas, fazendo com que também surgissem o jornalismo sensacional.

Esse tipo de jornalismo dá “ênfase a histórias sentimentais de crimes, que distraem e ao mesmo tempo projetam aspirações e angústias de grandes massas. O tratamento emocional desses temas gerou o que se chama de imprensa sensacionalista – competitiva, voltada para a coleta de informações a qualquer preço e, eventualmente, mentirosa (LAGE, 2006, P. 15).

Com o surgimento de outras formas de jornalismo e de produzir as notícias (como as notícias com o tom sensacionalista), as notícias informativas passam a serem tratadas como um produto, um pacote, chegando a o que hoje conhecemos, em sua estrutura, como pirâmide invertida, por exemplo, onde justificava a tarefa do jornalista em buscar critérios materiais, isso ligado a objetividade do relato. Segundo Traquina (2018, p. 132), o jornalismo é baseado em uma constelação de valores e também de normas profissionais. Seguindo o autor, a liberdade é ter a independência e autonomia profissional em relação a outros agentes sociais, fazendo com isso a sua credibilidade. Existem outros valores como o rigor, a exatidão, honestidade e a objetividade. Este último é, por muitas vezes,

⁹ Tom Wolfe (1973), lançou a obra “*The New Journalism*”, onde definia o novo jornalismo como um jornalismo com um tom mais literário.

reduzido a discussão entre o que é objetivo e o que é subjetivo. Porém, no jornalismo, a objetividade não é a negação da subjetividade, mas uma série de procedimentos que os membros da comunidade interpretativa utilizam para assegurar uma credibilidade como parte não interessada e se protegerem contra eventuais críticas ao seu trabalho (TRAQUINA, 2018, p. 139). São valores inerentes ao profissional jornalista, que devem ser empregados buscando que seu produto, a notícia, seja entregue ao leitor da forma mais objetiva possível.

Assim, entendendo que o produto do jornalismo é a notícia e, neste trabalho, especialmente as notícias informativas, precisamos entender como são os critérios para uma notícia ser publicada, visto a quantidade de relatos e histórias que acontecem ao redor do mundo são inúmeros, porém o espaço é limitado (especialmente quando falamos do jornalismo praticado em seu formato impresso). Por isso os critérios de noticiabilidade e os de seleção são importantes para entender o que se torna notícia.

1.2.1 Os critérios para a notícia

Nelson Traquina relata que é difícil para um jornalista definir o que é notícia e o que será publicado, mas através dos valores-notícia, algo fundamental na cultura profissional dos jornalistas, facilitam a elaboração de notícias, um processo complexo, mas que necessita ser rápido. Para Traquina (2018) “os jornalistas têm óculos particulares – são seus valores-notícias” (TRAQUINA, 2018, p. 75). Assim sendo, o autor traça seus valores-notícias, que são divididos em: valores-notícia de seleção – os critérios substantivos, valores-notícias de seleção – os critérios contextuais, valores-notícias de construção.

Mauro Wolf (2012), descreve que a noticiabilidade é construída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas -, para adquirir a existência pública de notícia (WOLF, 2012, p. 195). Assim, Wolf atrela que a noticiabilidade não é um conceito determinado por um só critério ou uma só parte envolvida.

Na rotina de um veículo de comunicação de massa, os acontecimentos poderiam ser previstos conforme algum agendamento do dia anterior, assuntos em alta, assuntos temporais. Porém não era possível dar conta dos acontecimentos ao redor do mundo ou aqueles que aconteciam mais perto do receptor da notícia. Por isso era preciso, além de selecionar, criar critérios para que um acontecimento pudesse vir a ter visibilidade como

notícia. Ainda sim, Wolf (2012) esclarece que um acontecimento é também avaliado em relação ao andamento normal e rotineiro das fases de produção. Diferente dos veículos de comunicação de massa, nos meios interativos (em especial a internet), a rotina de um veículo muda, como por exemplo, não existir mais o fechamento de uma edição de um telejornal ou da impressão de um jornal, visto que a notícia pode ser editada, atualizada e entrar no ar, pelo site, a qualquer momento.

Podemos afirmar, assim como demonstra Hohlfeldt (2014), o *Newsmaking* dá ênfase ao potencial de transformação de acontecimentos cotidianos em notícias (HOHLFELDT, 2014, p. 203). Fazendo uma tradução literal e livre do termo, o autor define como o *newsmaking* como os fazedores de notícia ou mesmo a criação da notícia. Como sempre foi aplicada aos veículos de comunicação de massa, eles devem:

“a) tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como algo notável de ser noticiado b) elaborar relatos capazes de retirar do acontecimento seu nível de particularidade (idiossincrático), tornando-o generalizável (contextualizado); e c) organizar temporal e espacialmente este conjunto de tarefas transformadoras, de modo que os eventos noticiados fluam e possam ser explorados racional e planificadamente” (HOHLFELDT, 2014, p. 207)

Por fim, a noticiabilidade pode ser considerada como um “conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia” (TRAQUINA, 2016, p. 63) e como afirma Wolf, é também um

“(...) conjunto de elementos por meio dos quais o aparato informativo controla e administra a quantidade e o tipo de acontecimento que servirão de base para a seleção das notícias, podemos definir os valores/notícias (*new values*) como um componente da noticiabilidade. Eles representam a resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes, para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2012, p. 195)

Ambos autores ainda sim dividem os valores-notícia em algumas categorias. Wolf descreve que os valores-notícia derivam de admissões implícitas ou de considerações relativas a: a) os caracteres substantivos das notícias; o seu conteúdo; b) a disponibilidade do material e os critérios relativos ao produto informativo; c) o público; d) a concorrência (WOLF, 2012, p. 207).

Sobre os valores-noticias de seleção – os critérios substantivos, podem ser eles: morte, notoriedade, proximidade, tempo, notabilidade, inesperado, infração, escândalo. Pelo valor-notícia da morte, Traquina afirma que onde há morte, há jornalista

(TRAQUINA, 2018, p. 76) e explica o negativismo do mundo jornalístico que é relatado nos telejornais, nas páginas dos jornais, entre outros meios. A notoriedade do ator principal de um acontecimento é também um valor-notícia. Todo nós morreremos, porém poucos ganharam espaço e serão notícia, por conta da notoriedade de cada ator.

O autor considera a proximidade como mais um valor-notícia fundamental da cultura jornalística. Pela proximidade, Traquina (2018) entende esse valor-notícia como aquele acontecimento que pode ser importante para uma determinada região, pode não ser assim para outras, assim como também para diferentes tipos de cultura. A novidade, como valor-notícia, é aquilo que há de novo. O jornalismo se interessa muito pela primeira vez, mas novos elementos de um acontecimento podem voltar à tona se for relevante para ser divulgado pelos jornalistas.

Já sobre o valor-notícia de tempo, Traquina (2018) relata que ele pode ser entendido de maneiras diferentes. Primeiro este valor-notícia é na forma da atualidade, ou seja, um acontecimento que já é notícia pode servir de gancho para outro acontecimento. Depois, esse próprio gancho pode justificar a noticiabilidade de um acontecimento que já teve lugar no passado, porém no mesmo dia. Como exemplo de tempo, o autor cita a morte de um presidente, por exemplo, que é rememorada depois de anos de sua morte e serve como gancho para falar de algum aspecto da referida pessoa. Há um terceiro ponto neste valor-notícia de tempo que é a sua duração ao longo do tempo, onde um determinado assunto fica por um tempo mais dilatado sendo falado.

Por notabilidade, podemos dizer que é o valor-notícia daquilo que é visível e tangível. Esse valor está mais direcionado para um acontecimento do que para suas causas, ou seja, para as suas problemáticas. Uma forma de medir a notabilidade é a quantidade de pessoas que determinado acontecimento envolve, uma forma de medir a sua relevância para ser notícia. A inversão é um dos registros da notabilidade, quando algo inverso ao mundo “comum” ganha destaque. O inesperado é também um valor-notícia. Este é o valor-notícia que surpreende a expectativa de toda comunidade jornalística. O conflito é aquele valor-notícia é a violência física ou simbólica. Por infração, mais um valor-notícia, se refere a violação, transgressão das regras, como os casos de violência e crimes. A este último valor-notícia está ligado o tipo de acontecimento conhecido como escândalo.

Já sobre os valores-notícia de seleção – os critérios contextuais, aqueles que tentam entender o contexto dos acontecimentos. Traquina nos traz os seguintes valores-notícia:

A disponibilidade é o valor-notícia em que determinado acontecimento é fácil de ser coberto pelo jornalismo, porém essa disponibilidade depende da empresa de comunicação, visto que não é possível estar em todos os lugares e o custo para isso também deve ser levado em consideração. Devido ao valor-notícia do equilíbrio, o jornalista ou empresa jornalística pode decidir não publicar algo por já ter publicado durante o dia ou muito recentemente. A visibilidade é um valor-notícia mais ligado a televisão, quando o jornalista ou empresa deve questionar se há imagens para ilustrar determinado acontecimento. O valor-notícia de concorrência, como o nome diz, é a concorrência entre veículos, a busca pelo furo, pelo inédito.

O último valor-notícia deste subgrupo, definido por Traquina, é o dia noticioso. Como o mundo é dinâmico, há dias repletos de valores-notícia para se fazer a seleção do que será notícia. Porém há outros que há poucas notícias, ou seja, cada dia se torna um novo dia na rotina jornalística. Porém existem eventos pré-definidos, como datas importantes, entrevistas coletivas e lançamentos de obras, por exemplo.

Já os valores-notícia de construção, aqueles critérios de seleção que são dignos de incluir na elaboração da notícia, são classificados como:

A simplificação, “quanto mais um acontecimento é desprovido de ambiguidade e de complexidade, mais possibilidades tem a notícia de ser notada e compreendida” (TRAQUINA, 2018, p. 88). Ou seja, o jornalista é aquele responsável por eliminar ambiguidades, deixando um texto fácil de ser entendido. Pela amplificação, outro valor-notícia deste grupo, refere-se aquele acontecimento quanto mais amplificado, mais possibilidade de uma notícia ser notada. Por relevância o autor refere-se que quanto mais sentido a notícia dá a um determinado acontecimento, mais essa notícia tende a ser percebida. Personalizar um acontecimento, mais um valor-notícia desse grupo, faz com que ao valorizar as pessoas envolvidas em um acontecimento, um acontecimento possa ser mais notado.

A dramatização, como valor-notícia de construção, é aquele que reforça o lado mais emocional, chegando mesmo ao que chamamos de sensacionalismo, presente em determinadas notícias e reportagens. O último valor-notícia citado por Traquina é o de consonância. A lógica deste valor-notícia é que quando mais um acontecimento estiver inserido em uma narrativa que já foi estabelecida, mais possibilidade ela tem de ser notada. Todos esses valores-notícia, descritos por Traquina com base em diversos autores, são elementos básicos da cultura jornalística (TRAQUINA, 2018, p. 91). São

elementos fundamentais no processo de definir o que se torna notícia ou deixa de ser. É uma forma de entender e também de construir o mundo que nos rodeia.

Ainda sobre os valores-notícia, é preciso entender que existem outros possíveis. Tendo como base o rádio, Gultugn & Ruge (2016), realizaram pesquisa em quatro jornais estrangeiros, chegando a 12 fatores para que um acontecimento torne-se notícias devem satisfazer: frequência, intensidade, inequivocidade, significância, consonância, imprevisibilidade, continuidade, composição, referência a nações de elite, referência a pessoas de elite, referência a pessoas e referências a algo negativo. Todos os fatores não são independentes e podem se inter-relacionar entre si.

Os autores chamam a atenção para duas hipóteses desses valores-notícias. A primeira é de aditividade: os quatro últimos valores (as mais altas pontuações), se juntas, tem a maior possibilidade de tornar notícia. Já a hipótese da complementariedade refere-se, basicamente, a um acontecimento não ter a pontuação máxima nos valores propostos, isso pode ser explicado da seguinte forma: “quanto mais próximo culturalmente for o acontecimento, e por isso mais significativo, menos tem que se referir às pessoas da elite – e vice-versa: quanto mais distante culturalmente for o acontecimento, mais deve referir às pessoas da elite” (GULTUGN & RUGE, 2016, p. 109).

Além de todos os valores para uma notícia ser publicada, ela ainda passa por um momento de seleção. Este momento, antes utilizado pela limitação do espaço, aliado com os princípios editoriais de determinado veículo de comunicação, serve para direcionar o que se considera importante a ser publicado ou mesmo investigado pelo veículo de comunicação.

1.2.2 O porteiro das notícias

O papel daquele que foi definido como o porteiro das notícias, foi importante na rotina dos veículos de comunicação impresso, que imperava na década de 1950. Foi a mídia impressa que primeiro conseguiu atingir o público de uma forma mais universal, vindo a ser superada pelo advento do rádio e da televisão. Em todas as mídias o espaço sempre foi um fator central para o jornalismo. Minutos e espaço eram valiosos e também custavam dinheiro, então, o que publicar era mais que uma simples tarefa de escolha. Este processo, de selecionar o que seria notícia nas páginas dos jornais passa também por todos os meios de comunicação que temos conhecimento até hoje. Historicamente estudado do ponto de vista dos jornais impressos, é possível observar essa seleção até mesmo em sites da internet.

Todos sempre temos algo a contar, falar. Há todo mundo algum evento acontece ao redor do mundo. Hoje é fácil querer saber de quase tudo, mas para um veículo de comunicação ainda existem critérios, porém existe mais espaço para eventos de nicho ganharem espaço no jornalismo. Mas nem sempre foi assim. No contexto de uma mídia impressa, White (1950) analisou como funcionava o processo de seleção para um acontecimento ser publicado. A seleção do que seria noticiado foi alvo do estudo de David White, em 1950, quando o pesquisador aplicou sua teoria com um editor – o responsável pela seleção do que seria notícia no seu jornal – numa cidade com 100 mil habitantes.

A teoria do Gatekeeping, empregada na comunicação, surge, assim, no ano de 1950, pelo pesquisador David Manning White. Mas antes disso, White foi assistente de Kurt Lewin, que em 1947, começa a estudar os canais e os portões por onde a notícia passaria para poder ser publicada. David White conseguiu, no ano de 1949, convencer o editor de agências de um jornal de uma pequena cidade a guardar todos os textos das agências Associated Press, United Press e Internacional News Service que chegavam até o seu escritório, durante uma semana de fevereiro daquele ano (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 28).

Para o editor, responsável por selecionar ou não as matérias para a publicação, White (1950) o nomeou de Mr. Gates, numa tradução literal, “Senhor do Portão”. Além de guardar e enviar as matérias para White, Mr. Gates forneceu, por escrito, as razões de uma matéria ser ou não publicada em seu jornal. A primeira constatação de White, foi que 90% dos textos enviados pelas agências não eram usados pelo jornal. Assim, White procurou comparar as notícias publicadas e as que foram rejeitadas pelo Mr. Gates.

Depois de analisar todas as notícias da semana, White constatou que as decisões de seleção das notícias, feitas pelo Mr. Gates eram “altamente subjetivas” (WHITE, 1950, p. 386 *apud* SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 28). Assim, um terço das vezes, Mr. Gates decidiu não publicar uma notícia com base em sua avaliação pessoal e no que, segundo pensava Mr. Gates, seu público gostaria de ler. O restante das notícias rejeitadas tinham como explicação a falta de espaço para elas ou também, porque outros veículos já haviam publicado algo semelhante ou igual. O modelo da teoria do Gatekeeping de White (conforme a Figura 1), foi sistematizado em 1981 por McQuail e Windahl (p. 100-101). Neste modelo, as fontes de notícias (N) enviam ao gatekeeper itens jornalísticos, que rejeita alguns (como o N1 e N4) e envia outros para a audiência (como o N2¹ e N3¹, o expoente significa que as notícias são modificadas quando passam pelo portão).

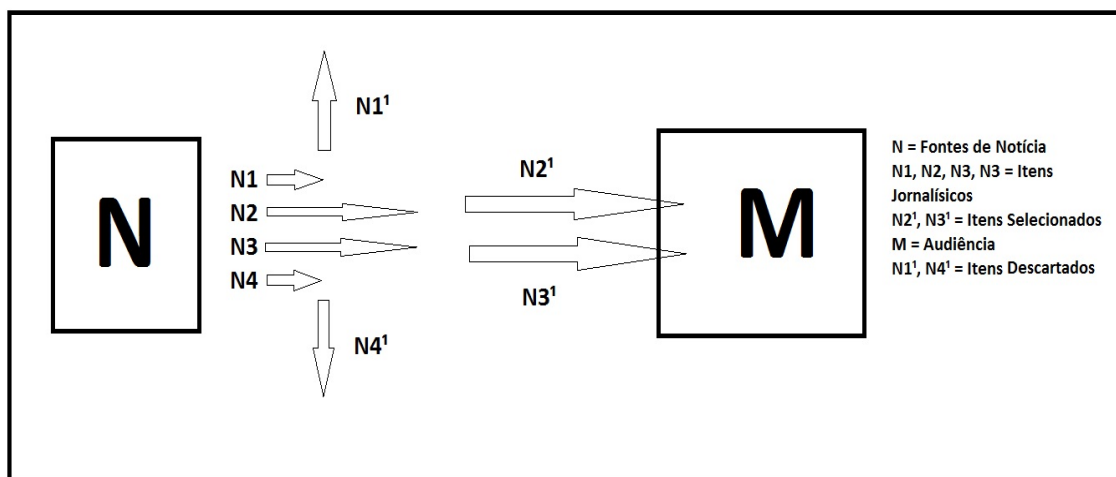


Figura 1 – Modelo do gatekeeping de David White.

Fonte: McQuaid e Wndahl (1981, p. 100-101 *apud* SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 29).

Porém, os estudos de White foram iniciais e por isso, incentivaram estudos de outros pesquisadores acerca de sua teoria. Depois de sua teoria, vários outros pesquisadores se voltaram a tentar entender como funciona o processo de seleção e construção da notícia. Por exemplo, Gieber em 1956, concluiu algo diferente de White. Nas conclusões dele, o editor como “alguém preso a detalhes mecânicos que operam como uma camisa de força” (GIEBER, 1956, p. 432 *apud* SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 30), onde os valores pessoais do selecionador não interferem na seleção das notícias. Em 1957 Westley e MacLean, propuseram um modelo que se tornou um modelo popular da comunicação de massa (SHOEMAKER; VOS, 2011, p. 30). Neste modelo, os pesquisadores combinam a noção de gatekeeping como uma atividade organizacional como o modelo psicológico de comunicação interpessoal, determinada co-orientação, de Newcomb (1953).

Enquanto White avalia somente a decisão do Mr. Gates, os outros processos tratam a organização de mídia como algo monolítico, com trabalhadores individuais, mas que atuam coletivamente como um gatekeeper, assim, obedecendo um conjunto de regras pré-estabelecidas. As abordagens posteriores consideram os indivíduos passivos e não possuem características distintivas importantes, são peças que, para os pesquisadores, não cabem na mídia. Já nos escritos de White o processo do gatekeeping é feito por pessoas e não por organizações. Mas alguns pesquisadores ainda consideram o processo do gatekeeping como um processo de indivíduos. McNelly (1959) e Bass (1969), por exemplo, consideram os indivíduos como *gatekeepers*.

As informações de um acontecimento, de uma forma ou de outra, acabam chegando às redações por uma infinidade de formas. Ou podemos afirmar que as

informações chegam por meio de canais, dividido por Sigal (1973), em três tipos de canais, os canais da rotina (informações sobre eventos não espontâneos, como eventos a fim de atrair a atenção da mídia), canais informais (as informações de bastidores) e canais empreendedores (eventos espontâneos gerados pelo jornalista na conversa deste com as pessoas). Mas os estudos sobre o Gatekeeping também se encontram na internet. Ou melhor, com a internet, esta teoria se adapta ao novo aparato tecnológico que surge no século XX. O processo sociológico do Gatekeeping leva em consideração as decisões pessoais e o que passava pelo portão interferia na quantidade e também na qualidade da informação que é repassada para muitos. Com a internet e a adesão de muitos usuários aos sites de rede social, surge (neste ambiente) novas competências para o selecionador.

Assim, considerando a importância e a modificação que a internet trouxe para todas as profissões e em especial ao jornalismo, temos hoje uma nova forma de produzir, selecionar e circular as informações. Axel Bruns (2011) propõe o Gatewatching, que, em essência, significa que as portas estão on-line, que o jornalista que antes era um guardião, passa agora a ser um vigia. Surge também o conceito, empregado por Jane Singer (2013) o Gatekeeping Secundário, ou seja, o Gatekeeper seria o usuário, que ainda continua confiando na seleção do jornalista (o porteiro inicial), mas se acha em potencial de refinar as informações que repassará para a sua lista de contato (o porteiro secundário).

O espaço que se dispõe na internet para publicação é imenso, assim sendo, questões que interessam a um público muito restrito, que não teria espaço em um jornal ou telejornal, na internet pode ser coberto de uma forma tão abrangente na internet, como um grande acontecimento, como afirma Bruns:

“Pequenas questões de interesse público limitado podem ser cobertos tão bem como notícias mais importantes, portanto - considerações de espaço não oferecem imediato razão para policiar rigorosamente as portas da publicação de notícias on-line, e de fato a tendência da Web para atrair comunidades de nicho pode significar que a notícia de organizações que limitam o seu conteúdo para grandes novidades só pode achar que seus usuários vão diretamente para fontes com uma gama maior cobertura. O *hiperlink*, de natureza da Web, também significa que é possível que os relatórios se referem diretamente de volta para suas fontes on-line ou para mais informações off-site, reduzindo a necessidade de repórteres para juntar e resumir todos disponíveis informações em seus próprios relatórios” (BRUNS, 2013, online).

Neste caso, não há a necessidade de deslocamento de repórteres para uma determinada cobertura, pois através de hiperlinks, uma notícia pode direcionar o leitor para obter mais informações em sites externos (como páginas que sejam de fontes oficiais), formando assim uma notícia que informe o leitor da melhor maneira possível.

A Teoria do Gatewaching está mais voltada para o sentido de democracia, pois tenta ser mais abrangente do que a Teoria do Gatekeeping. Enquanto a segunda descarta uma informação que poderia ser importante para um número pequeno de pessoas, o gatewatcher tem uma tarefa diferente do jornalista tradicional, daquele que seleciona a informação. Este profissional distancia-se do primeiro e combina mais com a denominação de um bibliotecário, assim

“(...) o seu papel é menos semelhante à do tradicional jornalista do que é a do bibliotecário-especialista, que constantemente pesquisa a informação e a torna disponível em uma variedade de meios e serve como um guia para as fontes mais relevantes quando foi abordado por buscadores de informação. Esta posição de "bibliotecário" contrasta marcadamente com o do ideal tradicional o 'desinteressado' gatekeeper-jornalista - em vez disso, na Internet os "bibliotecários" (se aceita esse termo por enquanto) são geralmente envolvidos pessoalmente, 'do povo' e de forma partidária; eles suportam o caso das pessoas que procuram informações ao invés de fornecedores de informação ou controladores” (BRUNS, 2003, online).

Os usuários contam, nos espaços para compartilharem notícias com seus pares, com ferramentas mais abrangentes que os jornalistas, como o anonimato. Enquanto o jornalista reconhece o potencial do público com que fala. Sabendo disso e dos mecanismos das mídias sociais, um título (que ganha mais destaque quando uma notícia é compartilhada), pode ser peça fundamental para um site ou jornalista, quando for construir uma notícia. Assim como ocorreram as mudanças na forma de selecionar o que é notícia, a internet modificou, em partes, como uma notícia é estruturada para a internet e isso será discutido no capítulo a seguir.

1.2.3 O webjornalismo: possibilidades da notícia na internet

Por mais que a Internet tenha se popularizado especialmente a partir da década de 1990, seu surgimento e seu uso datam anos antes dessa década. A origem da Internet que conhecemos hoje, surge a partir de uma rede de computadores montada pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) denominada de Arpanet, em setembro de 1969, sendo a ARPA formada em 1958, pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, tendo como missão de mobilizar recursos de pesquisa, com o objetivo de alcançar superioridade em relação à União Soviética (CASTELLS, 2003, p.13). O projeto surgiu de um departamento da ARPA, *Information Processing Techniques Office* (IPTO).

A conexão com outras redes de computadores da própria ARPA introduziu o conceito de uma rede das redes. Mas, efetivamente, no começo dos anos de 1990 que os computadores, nos Estados Unidos, começam a ter a capacidade de estarem em rede e com o fim da NSFNET (*National Science Foundation* que fundou, em 1984, sua própria rede de computadores), em 1995, abrem-se os caminhos para uma operação privada da Internet (CASTELLS, 2003, p. 15). É também neste período que o programador Tim Berners-Lee, desenvolve a WWW, capaz de abarcar o mundo. Antes usada para os fins militares, de pesquisa e redes de computadores com poucas conexões, nesta época começam a surgir cada vez mais provedores de Internet.

O rápido avanço que a Internet teve foi superior a qualquer outro veículo de comunicação já instituído. Nos Estados Unidos, na década de 1990, como exemplo:

“A Internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar aos sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível de difusão em 15 anos; a Internet o fez em apenas três anos após a criação da teia mundial” (CASTELLS, 1999, p. 439).

O rádio, a televisão, o cinema, os meios de comunicação de massa instituídos até aquele momento, afrontados com uma nova plataforma de divulgação de conteúdo, também encontram ali mais um espaço para os seus conteúdos. Ao mesmo tempo em que aqueles sem espaço nos meios de massa, puderam se fazer presentes. A tecnologia determinou um rompimento com o que conhecíamos, até então, quando se trata de comunicação e em uma velocidade que ainda continua a acelerar. Assim, o jornalismo não ficou alheio a essas rupturas. Começando pela forma de edição de texto (com o uso de computadores e softwares de edição), de texto, de vídeo, a redação de um jornal e a atuação do jornalismo começam a se modificar.

São vários termos e muitos pesquisadores que buscaram (e ainda buscam), entre eles, jornalismo online, jornalismo digital, jornalismo eletrônico, jornalismo multimídia, ciberjornalismo. Por mais definições que encontramos para tentar definir o jornalismo na Internet, usaremos o termo de webjornalismo, por ser aquele que se refere a uma parte específica da Internet, que disponibiliza interfaces gráficas de uma forma bastante amigável (MIELNICZUK, 2003, p. 26). Percebemos que, para a população, o termo Internet pode ser usado para todo o tipo de conteúdo disponível online, mas dentre os diversos termos, cada um tem a sua própria característica. Existem outras formas de

jornalismo na internet, mas para o recorte desta pesquisa será utilizado o termo webjornalismo.

Ainda segundo Mielniczuk (2003), o webjornalismo é caracterizado por três diferentes fases, que podem ser definidas cronologicamente, mesmo que publicações possam se enquadrar em mais de uma fase. Assim, temos os produtos de primeira geração ou transposição, produtos de segunda geração ou fase da metáfora e produtos de terceira geração ou fase do webjornalismo.

No Brasil, no webjornalismo de primeira geração, os produtos oferecidos eram apenas a transposição de publicações de jornais impressos, fazendo com que veículos com tradição comesçassem a ocupar, também, um espaço novo que vinha surgindo. Com o avanço da tecnologia, a segunda fase, o webjornalismo de segunda geração, os veículos de comunicação passam a navegar e explorar os recursos disponíveis pelo avanço da rede. Entre esses recursos: o uso de links, e-mail, fóruns de debates e os recursos do hipertexto. Já no webjornalismo de terceira geração surgem tentativas de explorar as potencialidades do novo ambiente, utilizando a multimídia (sons e animações), interatividade (como uso de chats), enquetes, fóruns, personalização.

Por ser um ambiente novo, com um índice de penetração e popularidade grande (se comparado com outras mídias), na Internet a cada dia surgem novas tentativas, acertos e erros. O webjornalismo se adapta, incorpora, modifica, de acordo com as novas possibilidades oportunizadas pelo avanço da tecnologia. Cada meio, segundo Canavilhas (2001), tem a sua própria narrativa e assim “a internet, por força de poder utilizar texto, som e imagem em movimento, terá também uma linguagem própria, baseada nas potencialidades do hipertexto e construída em torno de alguns dos conteúdos produzidos pelos meios existentes” (CANAVILHAS, 2001, p.2).

A evolução que velozmente passou (e passa) a sociedade, especificadamente técnica e tecnológica, mudou a forma do jornalismo, levando-o a campos antes inexistentes, como o caso do webjornalismo. Com iniciativas de acertos e erros, o jornalismo passa por mudanças constantes por vários motivos: relação com a audiência, econômicos, de visibilidade, entre outros. É por essas mudanças que ele encontra espaço, também, nas mídias sociais. Nesse ambiente se torna mais fácil a publicação, as ferramentas passar a serem mais intuitivas, permitindo cada vez mais a produção por pessoas que tenham noção básica das ferramentas oferecidas pelo computador e pela internet.

Canavilhas, Baccin e Satuf (2017), acrescentam mais fases ao que definimos como webjornalismo. Segundo os autores, referindo-se aos estudos de Barbosa (2007), chegamos a quarta geração do webjornalismo, a fase do jornalismo digital em base de dados. Nessa quarta geração, existe a exploração da base de dados que podem influenciar o processo jornalístico em mais de uma fase, como na produção, edição, formato de produtos, construção de narrativas hipermídia, experimentação com novos gêneros jornalísticos e visualização das informações. O jornalismo de quinta geração, ainda segundo os autores, é aquele da fase da medialidade (centralidade dos meios na comunicação e nas experiências humanas) e da base de dados. Nessa geração a base de dados torna-se mais presente no processo de estruturação do jornalismo na web. Também nessa geração existe o uso massificado de dispositivos móveis, o que também obrigou uma reconfiguração dos processos jornalísticos.

Assim, quanto a funcionalidade, dentre as 20 sistematizadas anteriormente por Barbosa, merecem a discussão as seguintes:

“1) integrar os processos de apuração, composição, documentação e edição dos conteúdos; 2) orientar e apoiar o processo de apuração, coleta, e contextualização dos conteúdos; 3) regular o sistema de categorização e qualificação das distintas fontes jornalísticas, indicando a relevância delas; 4) habilitar o uso de metadados para análise de informações e extração de conhecimento, por meio de técnicas estatísticas ou métodos de visualização e exploração como o data mining. Também assegurando a aplicação da técnica do tagging; e 5) garantir a flexibilidade combinatória e o relacionamento entre os conteúdos” (BARBOSA & TORRES, 2013, p. 154).

Da mesma forma, os autores classificam categorias no jornalismo praticado na internet. Assim, segundo Barbosa & Torres (2013, p. 156), acrescentam categorias ao webjornalismo:

- Automatização: o uso da base de dados nos processos de armazenamento, estruturação, organização e apresentação das informações;
- Flexibilidade: relaciona-se a facilidade de recuperação de conteúdos para a contextualização e a própria flexibilização combinatória de vários tipos de conteúdo;
- Inter-relacionamento/hiperlinguagem: permite incorporar materiais distintos que estejam disponíveis nas bases de dados, com o objetivo de oferecer análise contextualização;

- Densidade informativa: isso é assegurado por uma oferta abrangente e diversificada de conteúdos e de recursos associados à cobertura jornalística dos acontecimentos;
- Diversidade temática: com o uso crescente da base de dados, novas tematizações são possíveis. Ou seja, que ultrapassem um só tema;
- Visualização: o modo diferenciado para representar informações jornalísticas, a partir da sua estruturação em base de dados;
- Convergência: requer habilidades múltiplas dos profissionais sobre modos de narrar, o uso da hipertextualidade, da multimidialidade, da memória, da interatividade nas peças jornalísticas, sobre os formatos e as maneiras de apresentar os conteúdos.

As características descritas sobre o webjornalismo evidenciam que, com o passar do tempo, novos formatos, categorias e funcionalidades são incorporados ao jornalismo, fazendo com que sua estrutura, seu formato e até mesmo sua linguagem sejam modificadas por aqueles que produzem notícias.

Neste capítulo foi possível observar que as mudanças que o jornalismo passou estiveram, quase sempre, ligadas ao avanço da tecnologia. Teorias formuladas há décadas atrás ganham novos contextos e novos contornos, assim como surgem novas formas de se fazer jornalismo, como o webjornalismo. A cada nova funcionalidade, surgem facilidades para se estar informado, mas isso não significa estar bem informado. Assim, hoje torna-se fácil fazer jornalismo e mais do que isso, torna-se fácil parecer jornalismo enquanto na verdade está se disseminando possíveis desinformações.

2 ESTRUTURA, FORMATO E ASPECTOS DA LINGUAGEM NO TEXTO JORNALÍSTICO

A notícia foi, historicamente, atrelada ao jornalismo impresso e é nele que a maioria das pesquisas em comunicação se estruturam. Isso especialmente quanto a linguagem e estrutura, tanto que a primeira fase do webjornalismo se caracteriza pela transposição de jornais impressos para a internet. A estrutura da notícia conforme já relatamos neste trabalho, no jornalismo moderno é, segundo Lage (2006), o relato de uma série de fatos, partindo do que se considera mais importante ou interessante para o que se considera menos importante, não se tratando de narrar os acontecimentos, mas expô-los (LAGE, 2006, p. 17). Sendo a narrativa um gênero literário, seu principal objetivo é organizar os eventos em sequência a partir do fato mais importante ou interessante (LAGE, 2006, p. 17).

No jornalismo, para se contar um acontecimento, é preciso uma narrativa que faça com que o leitor compreenda os fatos, não necessariamente em uma ordem cronológica. E o jornalismo assim o faz, já que a forma que o texto jornalístico se apresenta é a de repassar textos em que o leitor possa compreendê-los de forma rápida e eficaz (FONTECUBERTA, 1999, p. 73). Entretanto, isso faz com que o jornalismo assuma diversos formatos, estruturas e uso de linguagens diferentes para atingir alguns objetivos: como seus públicos, grupos de interesse ou mesmo uma audiência específica do veículo de comunicação ou do jornalista que a escreve.

Neste capítulo, iremos abordar os aspectos que estão presentes no texto jornalístico, ou seja, na notícia. Dependendo, na maioria das vezes, da linguagem verbal para se comunicar, o texto jornalístico também se expressa por aquilo que não fala (seja pela escolha dos parágrafos, do uso de elementos gráficos como fotos, imagens, infográficos). Por fim, uma notícia é alicerçada em diversas bases para entregar ao receptor um relato que seja o mais próximo da realidade, para buscar atingir relevância e credibilidade perante a uma parte da sociedade.

2.1 Alguns tipos de notícias

No jornalismo encontramos vários tipos de textos noticiosos, assim como vários estilos (dentre eles os jornalismo esportivo, literário, econômico, investigativo, dentre outros). Já como tipos de notícias, quanto a sua estrutura, conforme Fontcuberta (1999) relata, podemos separar em: notícias simples e notícias com vários elementos. No primeiro caso a notícia tem apenas uma ideia básica no *lead*¹⁰ e os fatos se ordenam, geralmente, segundo a importância seguindo a ideia básica da notícia. Já a notícia com vários elementos, ou seja, notícias múltiplas, é aquela que tem mais de uma ideia já no seu *lead*, desde que essas ideias tenham ligação entre si. No primeiro exemplo, as perguntas essenciais do *lead* podem ser respondidas (ou nem todas), quanto no segundo o primeiro parágrafo da notícia já alerta o leitor para respostas a outras perguntas além das básicas estruturadas para o *lead*.

Entre os tipos de notícias, podemos citar, ainda segundo Fontcuberta (1999), algumas, como: notícias de sumário (vários assuntos num mesmo texto, vindo de uma única fonte de informação), notícias cronológicas (geralmente quando trazem dados biográficos ou complemento de uma informação inicial), notícias temáticas (pautas que estão sempre presentes na sociedade, como o tema das drogas), notícias complementares (completa uma notícia principal), notícia espacial (um acontecimento realizado em diversos lugares no mesmo período), notícia de interesse humano (que apela ao emocional do receptor). Esses tipos de notícia e estilos de jornalismo surgem com o passar do tempo, como exemplo o espaço ao jornalismo de tecnologia, que hoje ganha até mesmo sites específicos para esse fim e outros, como o esporte, que sempre ganham espaço no jornalismo.

¹⁰ Assunto será abordado no decorrer do trabalho.

Percebemos a grande quantidade de notícias, classificações e formatos. Cada um deles com sua especificidade, porém com algo em comum: um texto elaborado para informar um acontecimento, faz uso de uma linguagem específica, a **linguagem jornalística** (seja essa linguagem verbal ou não-verbal). Entendemos a linguagem verbal aquela que faz o uso de palavras para se expressar, como o texto jornalístico. Já a linguagem não-verbal pode ser aquela que se expressa através de outros elementos, como o uso de imagens, infográficos e outros elementos gráficos. Cada veículo de comunicação, ao longo dos anos e das inovações, também muda a sua linguagem e estrutura. Para discutir melhor a linguagem no jornalismo, torna-se elementar entender a história e a função de elementos que surgiram junto com a profissionalização do jornalismo e fizeram com que ele ganhasse espaço e credibilidade perante a sociedade. Dentre os elementos já citados nesta introdução, os elementos estruturais da pirâmide invertida e do *lead*, além de outros elementos inerentes ao jornalismo são importantes de serem expostos neste momento.

3.2 A pirâmide invertida: organizando as informações

Foi quando os jornais foram libertos de sua função de arma política, com a *penny press*, que o jornalismo ganhou nova função e uma maior diversidade de informação (TRAQUINA, 2018, p. 55). Ao mesmo tempo, os jornais necessitavam lucrar, ou seja, utilizar o espaço do jornal com mais rendimento econômico para atrair mais leitores e, consequentemente, mais renda. Surge assim novas funções, como a de repórter, notícias com mais fontes, correspondentes de guerra e as testemunhas oculares, dentre outras. Mas é no formato que a notícia mais sofreu modificação.

Agora sendo tratadas como um produto, as notícias ganham novos elementos e por se tornarem *estandardizadas*, surge a pirâmide invertida (TRAQUINA, 2018, p. 59). Historicamente, a pirâmide invertida surge na Guerra da Secessão (entre 1861 e 1865), Fontcuberta (1999) relata que após um combate os jornalistas correspondentes pediam prioridade no telégrafo e para ganharem tempo, transmitiam apenas as notícias, não emitindo suas opiniões e buscavam sempre informar os acontecimentos mais importante do referido confronto ocorrido no dia. Assim, os operadores de telégrafos criaram um novo método para priorizar simultaneamente os jornalistas que necessitavam deste serviço. Este método consistia em:

“(…) fazer uma fila de informadores em que cada um podia ditar um parágrafo – o mais importante – de sua informação. Ao acabar o turno iniciava-se o ditado do segundo parágrafo, e assim até o final. Nascera a pirâmide invertida da notícia, método ainda hoje em vigor. O núcleo da informação, o mais importante, é colocado no início, no chamado *lead*, e os pormenores que complementam a notícia relatam-se a seguir, dos mais importantes para os menos importantes até final. A pirâmide invertida serve para ajudar o leitor a selecionar os dados mais importantes de cada notícia” (FONTCUBERTA, 1999, p. 59).

Neste pequeno relato histórico percebemos que a forma da pirâmide invertida que o jornalismo utiliza até hoje já completou mais de 150 anos. Elaborado essencialmente para jornais impressos, esse tipo de pirâmide também permeou outros tipos de veículos de comunicação, como o texto de reportagem para a televisão e também para o rádio. O conceito de pirâmide invertida ajudou o jornalismo a transformar um acontecimento em notícia. Essa forma de estrutura procura responder os cinco WW, devido a raiz anglo-saxônica (FONTCUBERTA, 1999, p. 60): *where* (onde), *who* (quem), *where* (onde), *when* (quando) e *why* (porque), ainda acrescentando a pergunta “como”. Assim, baseados no relato de Fontcuberta (1999), obtemos o seguinte conceito da pirâmide invertida:

Pergunta	A que se refere
O quê	São os acontecimentos, as ações e ideias sobre as quais a notícia vai informar
Quem	São os protagonistas, os seus adversários e, em geral, todos os personagens que aparecem na notícia
Quando	Situa a ação num tempo concreto, assinala seu início, duração e fim
Onde	Delimita o espaço do desenrolar dos fatos
Porquê	Relata ao receptor os motivos que originaram o acontecimento, os antecedentes, etc. Além disso, introduz, em muitos casos, elementos da valorização que ultrapassam a simples descrição dos acontecimentos

Como	Descreve as circunstâncias e as modalidades de que os fatos se revestiram
------	---

Quadro 2. Elementos da pirâmide invertida. Fonte: adaptado pelo autor de Fontcuberta (1999, p. 60)

Com o surgimento da pirâmide invertida o jornalismo começa a informar de uma forma mais direta, atingindo determinados objetivos (com a resposta as perguntas) e buscando atingir a credibilidade perante ao seu público e aos leitores.

Na internet, como sugere Canavilhas (2006), por exemplo, surge a necessidade de outro tipo de pirâmide, pois “usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (CANAVILHAS, 2006, p. 7). O autor lembra que no formato do jornalismo impresso em papel, há muitas dificuldades como a falta de espaço para publicar e a pirâmide invertida é bem aplicada, pois cortando um parágrafo o texto principal não perde o seu objetivo e sua função.

Comparando o jornal impresso com o espaço que o jornalismo tem na internet, percebemos o espaço quase infinito de publicação que se tem no webjornalismo, sendo possível a ligação de uma notícia com outra relacionada, através de hiperlinks ou mesmo de infográficos interativos. Canavilhas cita os tipos de estruturas possíveis para uma webnotícia (como ele define a notícia escrita para a internet): lineares, reticulares ou mistas (CANAVILHAS, 2006, p. 11). Mas amparados em Diaz e Salaverria (2003) podemos citar outras estruturas que são inerentes de uma notícia na internet. Na estrutura linear, a primeira variante seria um documento com alternativas, levando o leitor a um “beco sem saída”, sendo obrigado a voltar ao início. A estrutura paralela é aquela em que existe uma única entrada e logo após um ramo que continua, de forma linear. A estrutura arbórea é uma típica estrutura aberta, na qual existe várias alternativas. Já na estrutura reticular, existe a possibilidade de retornar ao início (por exemplo), estando em qualquer nó da estrutura. Por fim, a estrutura mista é a mistura de uma ou mais estruturas já mencionadas anteriormente (DIAZ; SALAVERRIA, 2003, p. 133).

Explicando as estruturas que julga necessárias, Canavilhas (2006), aponta que a estrutura linear, é a estrutura mais simples, de textos ligados por um ou mais nós, onde a navegação é condicionada pela estrutura já existente. Esse tipo de estrutura pode ser unilinear (um eixo apenas) e multilinear (histórias diferentes, com eixos sem ligação entre si). A estrutura reticular é uma rede onde a navegação do leitor é livre, sendo ele livre para navegar conforme seu interesse. Já as estruturas mistas, como o nome diz, mistura

estruturas lineares e reticulares e se diferencia por oferecer pistas de leitura para o leitor. Essas estruturas corroboram para uma pirâmide diferente da invertida, que Canavilhas chama de “deitada”.

Na pirâmide deitada existem quatro níveis de leitura: o *lead* (a unidade base), o nível de explicação, o de contextualização e o de exploração, que é aquele que liga uma notícia a um arquivo de publicação, arquivos externos ou mesmo para outros hiperlinks, mais recentemente a exploração em infográficos interativos. Canavilhas (2006, p. 10) afirma, por fim, que esta nova estrutura se torna libertadora para ambos os lados: jornalistas e leitores. O primeiro pode reinventar a sua forma de escrever (com inúmeras possibilidades de escrita diferente a cada nova notícia) e o segundo muda a sua forma de ler (pode caminhar por caminhos não pré-definidos pelo jornalista ou veículo de comunicação, podendo se aprofundar em alguma notícia ou mesmo ler somente o lado ao qual se interessa). Além das duas pirâmides, cabe aqui citar também o diamante do jornalismo, uma outra estrutura para as notícias.

Há também uma estrutura que difere das pirâmides (até mesmo na sua nomenclatura), também descrita para organizar os elementos de um acontecimento. Chamado de “diamante das notícias” por Bradshaw (2007) esse modelo surge com a rapidez das notícias e da necessidade de informar os acontecimentos que cercam o mundo. Para o autor, as notícias passam por uma construção convergida, com velocidade, e segue as seguintes etapas:

- Alerta: um jornalista repassa uma história por celular, por *laptop*, para seus assinantes, por e-mail, Twitter ou Facebook, podendo ganhar para a sua reputação ser o primeiro com grandes histórias e isso pode levar leitores para seu site;
- Rascunho: especial para os blogs, complementando as informações do alerta. Nesse caso há nomes, locais e alguns detalhes iniciais, além de fontes. O rascunho serve para manter os leitores do alerta em seu site, espalhando essa informação. Os comentários podem adicionar ou corrigir detalhes. As atualizações frequentes podem fazer com que uma notícia apareça mais na parte superior do Google Notícias, por exemplo;
- Notícia/pacote: com informações complementares, depois do alerta, é possível produzir conteúdo com um valor de produção mais alto, seja online, impressos e outros meios;

- Contexto: o hipertexto é a figura principal desta etapa, pois é possível vincular a uma variedade de outros documentos, organizações e explicações, que são importantes para o contexto de uma informação;
- Análise/Reflexão: são as reações que ocorrem na blogosfera, em blogs e fóruns, podendo gerar até mesmo gerar *podcasts* para encenar discussões e debates;
- Interatividade: essa etapa pode envolver e informar o usuário de uma maneira que nenhuma outra mídia consegue, fornecendo hipertexto, áudio, animação e bancos de dados (que podem ser constantemente atualizados). Fóruns podem ser um local para pessoas coletarem e publicarem suas experiências e informações, *wikis* da mesma forma e os *chats* ao vivo fazem com o que o usuário possa ter acesso direto a jornais, jornalistas e especialistas;
- Personalização: é a última etapa proposta pelo autor. Refere-se aos usuários personalizarem as informações para as suas próprias necessidades. Assinar e-mails, textos e atualizações, recomendações de textos ou informações orientadas por banco de dados permite ao usuário detalhar informações.

Bradshaw (2007) recorda que assim como a pirâmide invertida foi o resultado da informação que era enviada por telégrafo, o diamante das notícias é necessário para o século 21, num jornalismo que é interativo e que uma história pode sempre parecer “inacabada”. Por não ser inacabada, em 2012 o autor retorna com o termo, já que neste tempo as tecnologias da informação não pararam de evoluir. Enquanto na primeira pesquisa o foco recaía sobre o processo, a nova pesquisa foca mais em aspectos de participação e de distribuição. O autor determina seis estágios, três focados em velocidade (*speed*): ligue/responda a ação, rascunho aberto, notícias e pacotes¹¹ e outros três estágios baseados em profundidade (*depth*): contexto, comentário e conexão: análise e reflexão, controle e personalização: multimídia e aplicativos de notícias¹².

Nos casos aqui relatados, percebemos a importância de ambas as pirâmides, e também no diamante, para a estrutura da organização da notícia e da linguagem (assim

¹¹ Tradução do autor para: Call To Action/Respond To, Open Draft, Articles and packages.

¹² Tradução do autor para: Context: portals, networks, explainers, pages and aggregation - the wikification of news, Comment and connection: analysis and reflection, Control and Customisation: multimedia and the news app.

como também estruturas) no jornalismo. Notamos também que em ambos os casos o elemento do *lead* ainda continua importante. Percebemos que uma pirâmide não anula outra, uma apenas surge pelo avanço da tecnologia e também da necessidade que o leitor tem de saber mais informação, com mais aprofundamento ou também escolher um lado de uma notícia para ler (o posicionamento de um ator envolvido na notícia). Ao relacionarmos essas estruturas, é possível entender que o discurso pode ser diferente para diferentes pessoas. Através de um caminho único para cada pessoa, a estrutura que a internet fornece, nos dá uma nova história.

O texto jornalístico apresenta elementos que o estruturaram ao longo do tempo e também podem moldar o sentido de uma notícia. São os casos do *lead* e dos títulos, por exemplo, que sendo os primeiros elementos de um texto, podem incentivar a leitura de um texto ou mesmo atrair um leitor para um assunto que, talvez, não tivesse tanto interesse.

2.3 O *lead*: informação para começar

Para atingir o objetivo de informar com precisão e de uma forma a tornar um texto jornalístico objetivo, surge o que convencionamos a chamar, no Brasil, de lide (ou *lead*, em inglês). O *lead* constitui-se no primeiro parágrafo de um texto noticioso.

Por *lead*, podemos afirmar que ele

“vem da palavra inglesa que significa ‘liderar’ ou ‘conduzir’: “É, portanto, o parágrafo inicial que ‘conduz’ tanto o jornalista para desenvolver em seguida a informação, quanto o leitor no conhecimento do fato. Assim se constitui na porta de entrada da notícia”, diz o Manual de Redação do jornal ‘El Tiempo’, da Colômbia. Outros definem essa abertura como a resposta às ‘6 perguntas’ (quem, quê, quando, como, onde e por quê) ou parte delas” (FRANCO, 2008, p. 53).

O *lead* pode ser definido, enquanto estrutura, como o primeiro parágrafo de qualquer notícia, seja ela de veículo impresso, na internet, rádio ou televisão. Não existe um modelo único para o *lead*, em sua forma clássica, responde às questões básicas que estruturam uma notícia: O quê? Quem? Quando? Onde? Como? Por quê? (não necessariamente nesta ordem) (Manual da Redação da Folha, 2018, p. 73) ou na definição de Harold Lasswell (*apud* LAGE, 2006, p. 29) é quando se informa quem fez o que, a quem, quando, onde, como por que e para quê. O *lead* não precisa (e por ser curto e o primeiro parágrafo) responder a todas as questões, mas deve se preocupar em responder algum desses questionamentos. No conteúdo, o *lead* carrega o fato mais importante ou

interessante de determinada matéria (LAGE, 2006, p. 28), contendo: o sujeito, o predicado e as circunstâncias, sendo o restante do texto classificado como documentação.

Essa definição e estrutura adotada se torna importante para que o leitor mais desatento possa, lendo apenas o primeiro parágrafo de uma notícia, ficar informado do que se trata o restante da matéria, podendo ou não se aprofundar no assunto em questão.

Na sua estrutura, o *lead* deve obedecer dois requisitos: explicar a essência dos acontecimentos e captar a atenção do receptor (FONTCUBERTA, 1999, p. 61). Conforme relata a autora, um texto pode trazer diversas ideias, mas é no começo de um texto jornalístico que deve o que o jornalista considera ser o mais importante para obedecer aos dois requisitos expostos pela autora. Canavilhas (2006) quando faz menção à pirâmide deitada, alega que no webjornalismo existe a base, a explicação, a textualização e a exploração, sendo o possível *lead* apenas a parte da base, tendo o essencial nesta parte: o quê, quando, onde e quem. Conforme relata Vizeu (1999), na televisão o *lead* pode corresponder ao título da matéria, a maioria das vezes lida pelos âncoras de telejornal e pode fazer parte da chamada “cabeça da matéria”, que incluem a leitura do título com a parte inicial da matéria. Já para a notícia de rádio, podemos observar que o *lead* deve ir direto ao assunto, sem muitas informações, mas para chamar a atenção do ouvinte para o que será lido posteriormente, assim como atentar para o uso da linguagem, como evitar o “ontem”, a fim de não envelhecer uma notícia (Manual de Radiojornalismo, 2002, online).

Já relatado a forma de como o jornalismo se apresenta, precisamos tentar explicar a linguagem que o jornalismo adquiriu ao longo dos anos e o que é possível também identificar através da linguagem. Mas antes do *lead*, uma notícia é precedida pelo título e é importante conceituar como titular os textos jornalísticos. Para informar, o jornalismo adquire muitas características que o levam a buscar argumentos que façam com que o leitor busque notícias mais próximas do relato que aconteceu.

2.4 Os títulos da notícia: antes de tudo

Titular uma notícia, resumir em poucos caracteres do acontecimento que será relatado não é uma tarefa simples, ao contrário, é uma tarefa difícil e complexa, já que “os títulos jornalísticos anunciam e resumem as notícias. Despertam o interesse do público e comunicam o que há de mais importante na informação” (FONTCUBERTA, 1999, p. 91). Por mais que o *lead* resuma uma notícia, com a quantidade de informação

que estamos mergulhados, por vezes um título atraí, chama a atenção e faz com que o leitor mais desatento ou curioso invista alguns minutos de sua leitura no conteúdo daquela notícia.

A notícia, logo no começo, conforme Fontcuberta (1999, p. 92), não contavam com título. O título estava apenas naqueles que vendiam, anunciando a imprensa e as notícias. Os títulos começam a surgir mais como etiquetas propriamente ditos: eram simples enunciados, sem verbo, indicando o assunto e contribuindo para a ordenação das páginas e a classificação das notícias. Mas “os títulos, tal como os entendemos hoje, ocupando a largura e a altura das colunas do jornal, são fruto da guerra de Cuba de 1898 e, principalmente, da Primeira Guerra Mundial (GARST e BERNSTEIN, 1982, p. 91 *apud* FONTCUBERTA, 1999, p. 92). Para a autora o título também faz parte da narrativa de uma notícia.

Assim, o resultado de um título depende de diversos fatores, dentre eles o meio de comunicação, da orientação deste meio de comunicação, da localização da página, do texto, do gênero e outros. Como também existem os tipos de títulos, através de uma classificação em quatro fatores, propostos por Alarcos Llorach. Segundo o pesquisador, citado por Fontcuberta (1999, p. 95), os títulos podem ser classificados da seguinte forma:

- Segundo a sua referência: objetivos (se resume o conteúdo da notícia); subjetivos (procuram chamar a atenção).
- Segundo a sua amplitude: grandes ou concentrados.
- Segundo a sua concreção: completos ou explícitos (que captam o essencial da notícia); incompletos ou implícitos (que se limitam a uma parte da notícia). Esse tipo ainda se subclassifica, por seu turno, como: próprios ou normais (utilizam uma evidência lógica); figurativos ou anormais (utilizam figuras literárias).
- Segundo a sua omissão ou elípticos (omitem elementos da frase ou alteram sua ordem): *unimembres* (quando o tema e a tese se unem num todo funcional); *bimembres* (quando o tema e a tese estão separados ou confrontados).

Desses quatro fatores originam alguns tipos de títulos, como: expressivos, apelativos, temáticos ou simplificadores, informativos (FONTCUBERTA, 1999, p. 97). Em seu ensaio, especificadamente feito sob a análise de títulos de jornalismo impressos diários, Joaquim Douglas (1966) traz, mesmo em nossos tempos, reflexões sobre a importância do título em uma notícia e em sua construção.

Segundo Douglas (1966), temos três tipos de títulos, sendo eles: título-assunto (o nome da editoria: geral, editorial, etc, funcionando como elemento de identificação do texto); título-fixo (quando englobam informações do mesmo gênero). Já o título-notícia é o que reconhecemos como o título da notícia, aquele que “procura atingir mais profundamente o leitor, constituindo-se, por si só, na notícia, em sua expressão mais simples” (DOUGLAS, 1966, p. 15). Comparando-o com o *lead*, o autor argumenta que o título se torna um “*super-lead*” pois é a condensação do *lead* de uma notícia.

Na concepção do autor, em sua época, uma das funções do título é anunciar a notícia e o leitor só sentirá interesse em uma notícia se o título instigar o leitor a ler a notícia na sua integralidade, visto que em um jornal impresso, geralmente, torna-se inviável ler todas as notícias de suas páginas. Para o autor é o verbo o elemento que dá força a um título e é através dele que um jornalista pode atingir seu objetivo. Outros pontos como o presente histórico, o uso da voz passiva, evitar a ambiguidade e repetições.

Quanto a estrutura o autor ainda alerta para alguns pontos, explicitando aqui os pontos que ainda podem ser relevantes quando estudamos notícias na internet, como:

- Uso de ponto: evitar o uso de ponto, exceto quando se há abreviações
- Uso de ponto e vírgula: usado quando existem dois pensamentos, equivalente a duas sentenças
- Uso de dois pontos: o uso se dá quando existem duas frases que estão ligadas entre si, é quando a segunda frase é conclusiva ou explicativa em relação a primeira. É empregado, também, quando é citada alguma frase de uma fonte.
- Uso de vírgula: se torna desnecessária e em geral não é utilizada. Admitindo o uso em casos indispensáveis o entendimento.
- Uso do ponto de interrogação: exprime, normalmente, uma dúvida.
- Uso do travessão: não deve ser utilizado, mas se usado não constitui um problema.
- Uso de parênteses: algo inserido no Brasil em 1959 e indicavam tempo e local dos acontecimentos. Porém não devem ser utilizados nos títulos, pois provoca uma interrupção brusca na leitura.
- Uso de aspas: São usadas para identificar citações ou marcar palavras alheias ao idioma e outros casos, como títulos de obras, nomes de navios, de provas esportivas e outros.

- Uso do ponto de exclamação: sua utilização é condenável já que palavras e expressões, presentes no título, devem ter força suficiente para dar ao leitor a ideia exata dos fatos.
- Uso de reticências: Não devem aparecer nos títulos, pode indicar imprecisão ao título ou alguma insinuação. O uso é usado em algumas notícias pitorescas.
- Uso de numerais: Recomendado o uso por trazer uma ideia de precisão.

Assim, um título faz parte do contexto de uma notícia, não é escrito isolado ou mesmo sem pensar na sua repercussão. Depois de entendermos a construção de um título e do *lead* nos mais diversos meios, é preciso situar que a notícia depende, em todos esses meios, da linguagem que é empregada.

2.5 Funções da linguagem jornalística

O jornalismo pode assumir vários formatos, mas sempre atrás deles está a linguagem. Seja num texto impresso, numa reportagem de televisão ou rádio, seja nos sites, a linguagem sempre irá permear todos os meios em que a notícia estiver presente. A partir das palavras (e também de outros elementos) o jornalismo conta um acontecimento, transformando-o em notícia. Em torno da notícia surgem muitas teorias que tentam explicar os mais diversos pontos dentro do jornalismo, como os processos de seleção e dos critérios de noticiabilidade, já expostos neste trabalho. Sendo o jornalismo, segundo Gomes (2000), um fato de língua, torna-se importante expor as características que envolvem a linguagem da notícia, tanto os seus elementos verbais e aqueles não-verbais, ou seja, através de textos ou elementos gráficos é possível repassar alguma informação.

Conforme Beltrão, ao analisar a imprensa informativa no Brasil,

“O exercício do jornalismo, em qualquer das suas funções, está subordinado ao uso da linguagem, pois se baseia na comunicação, ou seja, no ato pelo qual se transmite uma mensagem, de pessoa a outra ou de um grupo a outro. Embora as pessoas possam se comunicar por gestos e sinais, bem com sons mecânicos, as palavras são o principal meio de expressão do homem e só dele” (BELTRÃO, 1969, p. 35).

Beltrão (1969) ainda afirma que o jornalismo, em seu estilo, se caracteriza por cinco qualidades subjetivas: correção, clareza, precisão, harmonia e unidade. Assim, é importante analisar a linguagem jornalística que é empregada nos textos informativos, ou seja, nas notícias.

2.5.1 Elementos iniciais da linguagem jornalística

O jornalismo trabalha com, além de outros elementos, a palavra. E no mundo das letras, podemos observar a enunciação linguística e o discurso empregado no jornalismo. Dentro disso, o enunciado pode ser considerado como o resultado da enunciação e quanto ao dito, este “se identifica o enunciado, como equiparação ao resultado da língua em sua atualização” (GOMES, 2000, p. 59). Por enunciação, podemos entender ela existir quando a mostramos e não dizendo, ou seja, “mostra-se quando falamos pelo fato de falarmos” (GOMES, 2000, p. 60). A relação disto (enunciado e enunciação) é de diferimento, visto que não há separação entre o dito e o dizer.

Gomes nos traz o conceito de *shifters*. Seguindo esta definição, são sinais da enunciação, pois remetem ao coro da língua e aos dispositivos por ela oferecidos, que permitem a inserção do sujeito na fala, no dizer, remetendo-nos às condições de enunciação (GOMES, 2000, p. 61). Dentre os *shifters*, a autora traça alguns exemplos para a aplicação e explicação desses elementos. Pelo *shifters* de pessoa, o exemplo usado é do eu e tu, visto que as pessoas do enunciado e da enunciação não são sujeitos fora da fala, assim como nenhuma pessoa é possível ser proprietária do eu, mas faz a apropriação dele quando assume o ato da fala. Esses papéis, não sendo exclusivos de um ou outro, se tornam “embraiadores”, pessoas que entram na fala e podem se apropriarem de lugares dentro desse sistema.

A linguagem se mostra, assim, fundamental para o jornalismo desde seu surgimento. Percebemos que a linguagem é mais complexa que apenas a existência do *lead* ou mesmo do conceito de pirâmide invertida, visto que a linguística nos mostra tantas vertentes para um texto jornalístico, seja ele uma grande reportagem ou mesmo uma pequena nota de esclarecimento. Mas o texto jornalístico, por mais comum que possa ser, apresenta diversos pontos que podem ser analisados, além da gramática.

Gomes (2000) alerta para alguns possíveis problemas. Dentre eles, a enunciação no jornalismo apresenta alguns elementos que podem ser considerados como problemáticos. O primeiro ponto é a ausência do signo do leitor. O leitor, neste caso, só é referido ou lembrado em seções especiais, sendo esquecido na maioria de outros textos. Outro ponto, ainda segundo Gomes (2000, p. 65), é que assim como o discurso histórico, o discurso jornalístico é assertivo e constatativo, ou seja, o discurso conta o que passou, não o que ainda não aconteceu ou é, de alguma forma, duvidoso. Assertivo e constatativo é, basicamente, a estrutura do discurso da referencialidade, para alcançar o efeito do real.

Ainda no discurso jornalístico, é importante observar a ausência do enunciador, onde aparentemente os fatos falam por si só, sendo esse um dos princípios da objetividade. Porém este feito é inimaginável, visto que no sistema de língua no qual estamos e baseado no que já foi descrito neste capítulo, os lugares constituídos pela língua nos falam de um sistema dado no qual a pessoa vem a realizar (GOMES, 2000, p. 66). A discussão de objetividade e subjetividade, sempre presente nas discussões sobre o jornalismo, dependem de vários fatores determinantes, percebendo que na língua pode haver a intenção da busca da objetividade, mas pode esbarrar, por exemplo, na ideologia ou em uma visão particular de mundo de quem fala.

A busca pela objetividade, no discurso jornalístico, busca outros elementos para apoiar-se, sendo que a impessoalidade não deixa de ser uma delas. Citando o exemplo do jornalismo impresso, Gomes (2000) afirma que um fato é escrito em terceira pessoa, na busca desta impessoalidade, como se não houvesse outros elementos como a inserção de valores e de hierarquização dentro de um texto, assim, a impessoalidade é importante dentro de uma notícia. Gomes (2000) aponta essas características (para a autora presente nos jornais impressos, mas que se adaptam para sites): os fatos serem contados em terceira pessoa, organizando os fatos como se não existisse nenhuma hierarquização ou valores impregnados em determinada notícia. Assim como também, com esse distanciamento, com a impessoalidade, se presume que não existam colocação de valores.

Dentro da construção de uma notícia, além dos elementos verbais, os elementos não-verbais são importantes para analisar de maneira mais específica o texto. Fotografias, imagens, tabelas no jornal impresso, assim como infográficos, no caso dos sites, podem ser considerados elementos não-verbais. Não esquecendo, também, da diagramação, como: box, linhas divisórias, disposição das manchetes e a fonte, mais seu tamanho, empregada na impressão do texto verbal, formam eles próprios uma imagem, um texto não-verbal (GOMES, 2000, p. 85). Assim, esses elementos, por vezes considerados como elementos de apoio ao texto, também constroem em torno de si algum significado: determinado tamanho de fotografia, disposição do texto, número de linhas, uso de retransa e outros elementos que não são verbais, mas falam muito da intenção que determinada notícia quer passar ao seu receptor.

Para Medina (1988), um primeiro elemento da mensagem jornalística é a sua angulação. Seguindo o que relata, uma matéria jornalística parte de uma pauta, sendo que essa pode ser: intencional, procurada ou ocasional (o imprevisto), fazendo com que está pauta tenha a primeira força do processo, a angulação, que se divide em três níveis:

grupal, massa e pessoal. No primeiro caso, a angulação refere-se àqueles grupos de interesse (políticos e econômicos), que está presente no processo, especialmente nos editoriais e nos artigos escolhidos para estamparem um jornal impresso, por exemplo.

Na época, o nível massa passava por crescimento e sobrepondo-se ao nível grupal, percebendo-se isso na “formulação dos textos, nos apelos visuais e linguísticos, na seleção de fotos, a preocupação em corresponder a ‘um gosto médio’ ou, em outros termos, em embalar a informação com ingredientes certos de consumo” (MEDINA, 1988, p. 75). O último nível, o pessoal, a autora alega que pode ter dois lados: um que se dilui no anonimato de um relato e outro que se aflora quando a instituição jornalística, ou mesmo uma redação, tratam de mistificar alguns repórteres ou redatores, transformando-os em modelos de grandes jornalistas.

Nesse primeiro componente da mensagem jornalística, proposto pela autora, ainda existiriam sub-categorias de angulação: informativa (onde entram todos os níveis, mas predomina o nível massa), interpretativa (que também se relaciona com todos, mas se destaca o nível massa), opinativa (domínio do nível grupal, mas pode ser pessoal e, quando sensacionalista, vale-se aos apelos do nível massa).

O segundo elemento da mensagem jornalística, ainda segundo Medina (1988), é o da edição. Neste processo a mensagem chega de forma bruta na redação e é tarefa da edição separar o material, escolher o destino da mensagem. O terceiro elemento é a coleta de dados, segundo a autora, esses dados se mantêm nas mãos de agências internacionais e de recursos próprios, sendo que, no jornalismo brasileiro, “a porcentagem de informações coletadas por intermédio de agências é maior que as reportagens ou notícias produzidas pelos próprios recursos das redações” (MEDINA, 1988, p. 84). Por fim, o último elemento é chamado pela autora como a formulação da mensagem e do código linguístico.

A autora defende que a linguagem jornalística não se identifica com código linguístico, isso por conta que nos jornais impressos, por exemplo, os signos linguísticos representam um espaço significativo, mas inter-relacionando-se com outros signos, como a fotografia e ilustração, fazendo com que a linguagem jornalística seja composta de elementos verbais, de imagens e de relações de espaço gráfico entre uns e outros (MEDINA, 1966,, p. 91). Por isso, determina algumas subcategorias na formulação verbal da linguagem jornalísticas, sendo elas:

- Sequência informativa e ritmo narrativo: a escrita jornalística cresce no seu próprio universo narrativos e ainda ligada à criação literária. Isso corrobora para notícias escritas de forma cronológicas, onde se extrai momentos significativos para comporem essa cronologia, como um sinal de credibilidade. Já uma construção lógica da narrativa noticiosa é aquela onde as informações decorrem de uma forma crescente ou decrescente de importância, o que já afirmamos sobre a pirâmide invertida.

- Relação narrador/fonte: no jornalismo a questão do eu, um indicador de personalidade, localiza-se no narrador que conduz a narrativa com o objetivo de descrever e explicar ao leitor, não no nível de interação, mas de “submissão burocrática”. O autor da narrativa descreve o ambiente, extraíndo só os fatos principais, introduz e explica as fontes, cita falas, situa o leitor através da sua observação pessoal.

- A cena e o real concreto: como exemplo, nesse caso, a autora traz a distinção entre dois tipos de notícia: a notícia direta, formada pelo aquilo que chama de jornalismo informativo e a notícia emotiva, que é uma mistura de espaço subjetivo do romantismo com o espaço externo dos fatos sociais. Na notícia objetiva, “predominam critérios seletivos, o fato é narrado nos seus grandes traços externos e, naturalmente, a angulação da empresa jornalística e de seu grupo determina quais os grandes traços” (MEDINA, 1988, p. 112). Já na notícia subjetiva (o que a autora determina como tendência sensacionalista) onde, quanto mais tensos os fatos, melhor, tendo como exemplo jornais como o Notícias Populares, jornal que teve circulação na cidade de São Paulo.

- Apelos verbais da mensagem: a mensagem jornalística desenvolveu-se, ao longo do tempo, para chamar a atenção e conquistar o leitor para o produto/matéria. Segundo a autora, o primeiro apelo verbal explorado foram os títulos das notícias, o segundo apelo o *lead*. Outro apelo da mensagem surge com a expansão da fotografia, as legendas.

- Universo Lexical: no universo da indústria cultural, mas ainda pertencente ao que conhecemos como jornalismo, em nossos tempos, insiste num vocabulário simples, acessível, de uso atual. Mas a autora levanta algumas hipóteses sobre esse ponto:

“1. O vocabulário da informação jornalística tende a reconstruir os usos coloquiais da realidade da fala; 2. A necessidade de atingir o nível-massa em maior escala leva a uma seleção e vocabulário médio das grandes camadas e

a recusar o léxico de grupos especializados; 3. O contexto significativo sonho/realidade se revela na contradição vocabular – palavras muito concretas, referenciadas a realidades imediatas, envolvidas por diversas formas de conotação que carregam de ambiguidade a proposição referencial” (MEDINA, 1988, p. 127).

Como a linguagem perpassa todos os produtos do jornalismo, no meio digital não é diferente. Cada vez mais sites buscam semelhanças com o jornalismo, seja na linguagem verbal ou não-verbal para fazer o seu relato e o seu discurso ter relevância na sociedade e entre o seu próprio grupo. A linguagem descrita até então, serve para demonstrar que a notícia, a longo do tempo, sempre foi considerada como sendo um relato informativo e sua linguagem deve obedecer isso, independente do meio em que está inserida, a notícia deveria seguir essa linguagem para buscar bem informar a sociedade e assim atingir a objetividade e a reputação de determinado veículo de comunicação ou site da internet perante ao público. Ao mesmo tempo que existem outros gêneros, além do informativo, que utilizam de uma linguagem estruturada, porém com elementos que diferem eles do gênero informativo.

2.5.2 A objetividade e alguns gêneros jornalísticos

A objetividade é inerente de muitas profissões, não sendo diferente com o jornalismo, especialmente pelo produto que se trabalha, ou seja, a notícia. Tuchman (2016) diz que os jornalistas “invocam os procedimentos rituais para neutralizar potenciais críticos e para seguirem rotinas confinadas pelos ‘limites cognitivos da racionalidade’” (TUCHMAN, 2016, p. 112). Para se alcançar a objetividade, além de uma verificação dos fatos, Tuchman (2016) cita quatro procedimentos estratégicos para alcançá-la, sendo eles:

- Apresentação de possibilidades conflituais: quando há a presença de dois pontos de vista, algo que poderá ser problemático quando não se pode (ou consegue), escutar mais lados que podem ter interesse em determinada notícia;
- Apresentação de provas auxiliares: são provas que colaboram com uma afirmação, ou seja, a citação de fatos suplementares que geralmente são aceitos como verdadeiros;

- Uso judicioso das aspas: quando citações de opiniões de outras pessoas são usadas como uma forma de prova suplementar, porém, por vezes, as afirmações são buscadas conforme o que pensa o produtor da notícia;
- Estruturação da informação em uma sequência apropriada: quando a informação mais importante de um acontecimento é supostamente apresentada no começo do texto, assemelhando-se ao conceito da pirâmide invertida, mas o mais importante ou interessante, o que invoca o *news judgement* (perspicácia profissional).

Por fim, a autora relata que a objetividade “refere-se a procedimentos de rotina que podem ser exemplificados como atributos formais (aspas, níveis de significância, precedentes legais, radiografias) e que protege o profissional dos erros e dos seus críticos (TUCHMAN, 2016, p. 131). Já para Nascimento (2009), a objetividade, no jornalismo, seria a priorização da informação (dos acontecimentos do mundo) e para ser um relato jornalístico ele deve portar um valor de verdade que o sustente, que o torne possível, advindo desses termos a credibilidade (NASCIMENTO, 2009, p. 103). Dentre o que a autora define como “um valor de verdade”, cita elementos como planejamento, pesquisa, busca por diferentes pontos de vista a respeito do acontecimento, clareza textual, assim como também o jornalista deve escrever em terceira pessoa, quando o “eu” do jornalista desaparece do texto (NASCIMENTO, 2009, p. 103).

É possível identificar, no texto jornalístico, elementos que o deram, ao longo do tempo, contornos de legitimidade. O uso de fontes permitiu o jornalismo se apoiar em relatos (por vezes oculares, por vezes fontes oficiais), para legitimar uma notícia (o que nem sempre pode ser a verdade). O uso da não adjetivação, compreendido como o uso de palavras como infelizmente ou felizmente, que dão ao texto jornalístico um caráter subjetivo, diferente da objetividade, que é a busca do texto informativo. O *lead*, como por exemplo, busca elementos diretos para informar o leitor, sem o conhecido nariz de cera¹³, anterior a utilização do *lead*. Percebemos, assim como a profissionalização do jornalismo, o texto informativo se alicerçou em elementos para buscar a sua legitimação.

¹³ “O nariz de cera era o texto introdutório, longo e rebuscado, normalmente opinativo, que antecedia a narrativa dos acontecimentos e que visava ambientar ao leitor sobre os fatos que seriam narrados a seguir. Usava uma linguagem prolixa, cheia de preciosismos e pouco objetiva. Outra marca visível do padrão francês no jornalismo brasileiro era o excesso de títulos e uma ausência de lógica na hierarquia do material” (GUIMARAES ET AL. 2006, p. 2)

Mas, de qualquer forma, ainda existem textos que usam da subjetividade como elemento, por vezes confundindo o leitor para a sua opinião. Exemplos desses textos podem ser encontrados nos textos opinativos e interpretativos. O jornalismo brasileiro mostra, ao menos em seus principais jornais impresso, por exemplo, adaptável a noção de objetividade, quanto que editoriais, artigos, crônicas permanecem com traços da subjetividade. Quanto notícias e reportagens, por exemplo, mantêm traços da busca pela objetividade. Mas autores como Chaparro (2003), acreditam que jornalismo constrói seu discurso com informações e opiniões, a partir do momento que um relato não é como aconteceu, mas sim o relato de alguém (no caso jornalista) sobre determinado fato e este alguém pode carregar consigo a sua ideologia ou visão de mundo para a notícia. Para Melo (1994), os textos opinativos, por exemplo, são estruturados e também elaborados pela organização jornalística, de acordo com seus critérios e objetivos.

O jornalismo interpretativo pode ser considerado como sendo aquele que “explica a realidade para situar o leitor de forma contextualizada e tem caráter ‘educativo’, ao oferecer dados, localização histórica, antropológica, filosófica” (CORDENONSSI; MELO, 2008). Esse jornalismo, ainda segundo os autores, pode ser dividido pelos formatos de: dossiê, perfil, enquete e de cronologia. Já no jornalismo informativo, o discurso é necessariamente assertivo (ALSINA, 2009, p. 271). Conforme já descrito, Melo (1994) acredita que o jornalismo informativo é aquele que é estruturado externamente da organização jornalística.

Conforme Melo (2012, p. 22) Se fizermos um breve exercício de análise factual, aí identificaremos os protótipos dos gêneros legitimados contemporaneamente:

- Informativo: relato dos grandes acontecimentos
- Opinativo: denúncias, críticas e libelos
- Interpretativo: mapas, cartas, relatórios
- Utilitário: tabelas e estatísticas de moedas, preços de mercadorias, movimento portuário
- Diversional: informações literárias

Apoiado nos estudos de Luiz Beltrão, Marques de Melo (1985), apresenta três formas que o jornalismo pode ser apresentado:

a) Jornalismo informativo

Notícia

Reportagem

- História de interesse humano
- Informação pela imagem
- b) Jornalismo interpretativo
 - Reportagem em profundidade
- c) Jornalismo opinativo
 - Editorial
 - Artigo
 - Crônica
 - Opinião ilustrada
 - Opinião do leitor

Assim, Melo propõe sua classificação do jornalismo, que segue:

- a) Jornalismo informativo
 - Nota
 - Notícia
 - Reportagem
 - Entrevista
- b) Jornalismo opinativo
 - Editorial
 - Comentário
 - Artigo
 - Resenha
 - Coluna
 - Crônica
 - Caricatura
 - Carta

Nessa classificação, nota seria o relato de acontecimentos que estão acontecendo. Notícia é o relato integral de um fato já eclodido e reportagem é o relato ampliado de um fato que já eclodiu (MELO, 1943, p. 49). A entrevista é o relato que privilegia um ou mais protagonistas de um acontecimento. Quanto aos gêneros opinativos, alguns se assemelham enquanto narração, mas assumem identidades diversas a partir de sua autoria ou ângulo. Sendo opinativos, comentário, artigo e resenha pressupõem uma autoria definida e explícita. O editorial corresponde a opinião da instituição sobre algum

determinado assunto. Coluna, crônica, caricatura e carta temem comum a identificação de autoria, sendo o ângulo proposto por cada um.

Já Cremilda Medina (1988), fazendo referência a vários estudos que abarcam a notícia e o jornalismo, como Luiz Beltrão (1969), Juarez Bahia (1972), José Ortego Costalles (1966), Robert Park (1945), dentre outros, chega ao que chama de um quadro de tendências: jornalismo informativo, interpretativo e opinativo “ou em termos mais adequados – informação, informação ampliada e opinião expressa” (MEDINA, 1988, p. 70).

Por esses motivos, o jornalismo informativo, que carrega com si elementos que visam a objetividade, que visa informar o leitor com o máximo de recursos disponíveis, para o relato do fato ser o mais próximo da realidade. São esses textos, os informativos, que as “*fake news*” tentam se assemelhar e por isso são os escolhidos para a análise deste trabalho.

2.5.3 Organizando a linguagem jornalística

Um discurso jornalístico, ou seja, a construção de uma notícia, dentre outros elementos, se estrutura a partir de uma linguagem, sendo que ela organiza a prática do jornalismo. Seguindo a definição da Gomes (2000), percebemos que a linguagem é responsável por organizar discursivamente a prática jornalística. Para isso é preciso perceber em que termos temos essa função organizadora da linguagem. A autora separa em dois grupos esta organização. O primeiro, no qual denomina de função testemunhal, existe a confirmação, vigilância, desenho do espaço social/hierarquização.

Por **confirmação**, a autora relata que o jornalismo se coloca como confirmação do primeiro pacto fundado na comunidade estabelecida pelo compartilhamento de uma língua. Também, pela concentração de determinados temas, o jornalismo funciona como sendo uma confirmação da aliança social. A palavra que será empregada precisa ser lembrada como forma de atualização de um pacto instituído. A um relato jornalístico é vetado ser escrito em primeira pessoa, mas não tanto em função da objetividade, mas sim por um relato jornalístico falar em nome de todos, não podendo ser individualizado. Podemos perceber essa confirmação sendo reiterada nas páginas de jornais com temas que afirmem o pacto já instituído, ou seja, com a concentração em temas já instituídos na sociedade, temas como economia e política (em geral) ocupam as primeiras páginas dos jornais, as capas de sites noticiosos e os programas de televisão e rádio. É essa repetição,

ou periodicidade, que faz com que o pacto que o jornalismo faz com o seu público seja renovado a cada nova matéria sobre os temas em questão.

O segundo ponto levantado pela autora é o da **vigilância**. Quanto a isso, relata Gomes, que é tarefa do jornalismo observar e denunciar os deslizos do Estado, se postando como um quarto poder, vigilando os outros três poderes (legislativo, executivo e judiciário) que constituem o Estado de Direito, sendo o jornalismo aquele que investiga e denuncia os demais poderes. Ao escrever em terceira pessoa, o jornalismo se porta como um observador, mas mais do que isso, é aquele que vigia e denúncia os escândalos que acontecem nesses poderes. Podemos observar essa vigilância pela quantidade de jornalistas que se direcionam ao centro do poder (como em Brasília, no caso do Brasil) para fazer a cobertura deste tema, visto que todos os três poderes possuem ligações entre si e tem a sua base na Capital do País.

O terceiro ponto da função testemunhal diz respeito ao **desenho do espaço social/hierarquização**. Esse desenho dá uma ordem de importância, coloca valores, pela escolha e priorização de determinada temática. A autora classifica essa ordem em: Estado em exercício/evento que desestabiliza a ordem social; economia -organização para-estatal, feitos científicos – um contar épico; *fait divers* (acepção introduzida por Barthes¹⁴ cobrindo escândalos, curiosidades e bizarrices); esportes, lazer e cultura. Destes termos destacados pela autora, o *fait divers* reforça o quadro social, “dando a tônica de uma inserção de curiosidade que é parte consistente do cotidiano” GOMES, 2000, p. 23). Podemos perceber este caso nos jornais impressos ou mesmo em um telejornal. Exemplificando pela televisão, percebemos assuntos relacionados ao governo ou grupos contra decisões, economia, algum feito científico, deixando para o final deste jornal (ou para as últimas páginas dos jornais) assuntos considerados mais leves (como exporte e lazer) e aqueles inusitados que por vezes seguram a audiência até o fim do telejornal.

O segundo grupo, classificado como o testemunho do testemunho, Gomes separa esse em: por causa de um sentimento, referencialidade/ilusão referencial, efeito de real, credibilidade e verossímil. **Por causa de um sentimento**, a autora explica que neste caso o jornalismo recorre sempre a estratégia da referencialidade. Para ela a lógica do signo é a de construção e nenhuma palavra bastará porque a primeira falhou, assim, todo o

¹⁴ Podemos definir como: uma informação total, ou mais exatamente, imanente; ele contém em si todo seu saber: não é necessário conhecer nada do mundo para consumir um *fait divers*; ele não remete a nada mais, além dele mesmo” (BARTHES, 1966, p.189 *apud* DION, 2007, online).

testemunho vai implicar no testemunho de um testemunho e é para isso que, no jornalismo, se recorre ao efeito da realidade.

Esse efeito da realidade, ou seja, da estratégia da **referencialidade/ilusão referencial** é exposta em citações, o uso de fontes, fotografias, tabelas, que remetem ao real. Esse desenvolvimento de técnicas para autenticar o real contribui para o exercício da referencialidade (GOMES, 2000, p. 25).

Segundo a autora, há também uma oferta de estratégias que promovem um **efeito do real**, que encarnam a referencialidade nos seus procedimentos discursivos. Apoiando-se em Barthes, temos três funções interrogativas que criam o efeito do real, que são:

Índices	Significantes que delineiam o caráter de uma personagem, sua identidade, atmosfera, estado de espírito
Informantes	São significantes que servem para situar no espaço e no tempo
Catálises	Função cronológica pela qual se operam a distensão e a compressão temporal presentes no tempo da narrativa

Quadro 3. Funções interrogativas. Fonte: Adaptado pelo autor de Gomes (2000)

Este “efeito de real” encarna a referencialidade em seu procedimento discursivo, “é o termo empregado por Barthes para designar o resultado das estratégias dos discursos realistas, aqueles que, na busca de testemunho para o seu testemunho, recorrem a uma realidade em cuja construção colaboram” (GOMES, 2000, p. 27).

Percebemos que a verdade pode se sobrepor ao verossímil e a credibilidade. O primeiro tem relação ao efeito real discursivamente construído (como quando no uso de fotografias ou dados escolhidos por veículos de comunicação ou jornalistas), enquanto que o segundo está presente em todas as instâncias da sociedade, e é sua contrapartida na ausência de uma verdade em plenitude. Sendo que, no jornalismo, o jogo da credibilidade se joga sobre o sucesso da referencialidade suposta (GOMES, 2000, p. 30). No jornalismo há a construção de uma verossimilhança, ou seja, uma matéria sobre um escândalo de corrupção irá ilustrada por um político (se for o caso) indo prestar depoimento ou mesmo já sendo preso, isso para ilustrar e ao mesmo testemunhar determinada notícia.

O **sentimento de verdade**, transcrito por palavras, apoiadas em elementos que são inerentes a uma notícia, faz com que um veículo de comunicação contrua sua

reputação perante ao seu público. Um veículo de comunicação precisa manter a relação com seu público e por isso sabe para quem informar e o que seu público gostaria de saber. Nas escolhas que os veículos fazem, podemos citar as pesquisas eleitorais feitas pelos diferentes institutos de pesquisas, no qual cada veículo analisa aquele que acredita ser o melhor ou o melhor para seu público determinado. Ou seja, em qualquer veículo as imagens, tabelas, dados, são recortes feitos para elaborar uma notícia, escolhas dos veículos de comunicação ou mesmo dos jornalistas.

A narrativa presente no texto jornalístico, por mais que procure a objetividade e se apoie em técnicas para isso, ela não é feita livremente pelo jornalista. A escolha dessa narrativa é “orientada pela aparência que a realidade assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua percepção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e pelas rotinas” (TRAQUINA, 2016, p. 235). E mesmo uma notícia elaborada de forma independente, por uma única pessoa, carrega com si os valores pessoais de quem escreve.

A linguagem e a estrutura de uma notícia foram constituídas com o objetivo primordial de transmitir um acontecimento para quem não pode acompanhar, presencialmente, o ocorrido. Também com o objetivo de adquirir relevância e credibilidade para quem lê. A profissionalização do jornalismo fez com que a notícia ganhasse elementos próprios e consigo o seu espaço ao redor do mundo.

A notícia sempre dependeu dos aparatos técnicos disponíveis para a sua divulgação, foi assim com o rádio, a televisão, com os veículos de comunicação de massa. A cada novo surgimento de um aparato técnico, a notícia se modificava. Mas as mudanças mais rápidas, percebidas no jornalismo, ocorreram com a popularização da internet e as diversas formas que ele se adaptou (e continua se adaptando) a este “novo” meio. Na internet, em especial em sites que publicam conteúdo com o mínimo de texto, as regras para um texto informativo devem permanecer as mesmas, visto que o rigor, que a exatidão e os outros elementos que foram trazidos até então são inerentes do jornalismo em qualquer meio em que ele estiver. Porém com a facilidade de publicar, na internet, por vezes apenas um elemento é usado para legitimar determinado texto como sendo informativo, quando na verdade este texto é polarizado, utiliza mais elementos de outros gêneros, buscando uma falsa ideia de legitimidade e de credibilidade perante a um público que pode ser mais inocente e desprovido de informações e por esses motivos acreditar em textos subjetivos como sendo textos informativos.

2.5.4 Ordenando as informações em uma notícia

Uma notícia começa a ser estruturada partindo de seu título que, por si só, já é uma forma de selecionar e direcionar o leitor para passar o que se pensa. Tendo a consciência de que as realidades são múltiplas e simultâneas, temos que perceber que a língua é linear e sequencial (LAGE, 2001, p. 94). Assim, um texto é uma construção e sendo assim, obedece algumas sequências para ordenar as informações que chegam até o receptor de determinada notícia.

Para construir um texto, “é necessário selecionar os dados e ainda ordená-los, o que envolve a consideração de importância ou interesse” (LAGE, 2001, p. 94). Fica evidente que tanto na construção da pirâmide, do *lead* ou mesmo do título, a importância ou interesse sempre aparecem como um critério importante dentro da notícia. Porém Lage cita outros itens que devem ser considerados na hora de ordenar as informações numa notícia. São eles: proximidade, atualidade, identificação, intensidade, ineditismo, oportunidade. O autor alerta que esses itens, em primeiro lugar, influem os veículos de comunicação segundo a ordem de interesse de classes ou de grupos dominantes e posteriormente daquele responsável por elaborar a notícia.

Esses itens servem para classificar as notícias que uma sociedade recebe e por qual motivo se interessam por elas.

Pela **proximidade**, Lage alega que o homem se interessa por aquilo que dele está próximo, isso pode ser exemplificado com uma audiência mais positiva se o conteúdo veiculado for local, conteúdo que as pessoas se identifiquem por estar próximo do seu ambiente. Já a **atualidade** é a necessidade que o homem tem por aqueles fatos que estão mais próximos no tempo. A **identificação social** é aquele item que a identificação se dá de baixo para cima, numa sociedade dividida em classes. O item de **intensidade** pode ser definido como aquele que tendo dois eventos, o que atrair o maior número de envolvidos é o que será mais notável. O **ineditismo** refere-se aqueles eventos com certa raridade, que por ser raro desperta o interesse. A identificação humana vem a se referir aquelas pessoas notáveis que a notícia concretiza como um ideal humano a não mais pelos seus feitos (como atletas e artistas).

Para Nascimento (2009), existem orientações importantes para a redação de um texto jornalístico. Para ela são os seguintes: uso de parágrafos curtos, dividir os parágrafos em períodos, utilizar palavras de uso corrente (para comunicar ao maior número de leitores), buscar uma síntese linguística, preferir a ordem direta da frase, escrever o significado das siglas que aparecem no texto, utilizar formas discursivas em primeira

pessoa, sempre que possível buscar mais de um olhar sobre o fato, uso das aspas para entrevistados, dentre outras orientações que podem estar presentes na organização jornalística, visto que algumas possuem os seus próprios manuais de redação.

Neste capítulo, procuramos esclarecer a notícia quanto a sua estrutura, tipos e sua linguagem. É importante buscar os elementos aqui apresentados para analisarmos o que entendemos como notícia e como ela é elaborada. Ficando definido os elementos essenciais para uma notícia e esclarecendo que ela é feita através de muitas escolhas, de muitos elementos (verbais e não-verbais), que buscam atingir o seu público de uma maneira sempre eficiente. Procuramos evidenciar também os títulos das notícias, que também dizem muito sobre uma notícia.

2.6 O discurso jornalístico e a credibilidade

As palavras, a linguagem, conforme já descrito neste trabalho, fazem com que uma informação seja transformada em um relato noticioso, ou seja, na notícia. Essa notícia é o produto feito no jornalismo e esse, por consequência, pode ser considerado um discurso e por isso um gênero em particular (BENETTI, 2008, p. 14). Dentre alguns fatores que tratam deste discurso (e para que ele aconteça) é preciso que ambos os lados (aqui considerados como emissor e receptor, ou jornalista e leitor), devem reconhecer as permissões e restrições do sistema de formação do jornalismo (BENETTI, 2008, p. 19).

Por isso, devemos considerar esse acordo, que segundo define Charudeau (2007), como sendo um contrato de comunicação. Segundo o autor, tanto emissor como receptor de uma informação devem reconhecer alguma restrição:

“O necessário reconhecimento recíproco das restrições da situação pelos parceiros da troca linguageira nos leva a dizer que estes estão ligados por uma espécie de acordo prévio sobre os dados desse quadro de referência. Eles se encontram na situação de dever subscrever, antes de qualquer intenção e estratégia particular, a um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: um contrato de comunicação. Este resulta das características próprias à situação de troca, os dados externos, e das características discursivas decorrentes, os dados internos” (CHARAUDEAU, 2007, p. 68).

Nos estudos jornalismo ao longo do tempo, podemos separar as notícias em dois grupos, segundo a sua concepção: aquelas que dizem ser o espelho da realidade, ou como janela (TUCHMAN, 1983) e outro que afirma que a notícia é a construção da realidade. Enquanto a primeira se apoia na objetividade como um elemento chave na atividade jornalística, a segunda nos afirma que a notícia está permanentemente definindo e

redefinindo, construindo e reconstituindo fenômenos sociais (VIZEU, 2004, p. 111). Assim, vemos que a verdade no jornalismo nunca foi um termo fechado ou definido por um único conceito. O jornalismo, por exemplo, usa técnicas para tentar levar ao seu receptor o relato mais próximo do que aconteceu, porém nunca será a verdade, visto que é levada para o outro através de um terceiro elemento (nestes casos, o jornalista). E a credibilidade é, desde os primórdios, atrelada ao jornalismo.

Creditamos ao jornalismo a credibilidade por diversos fatores. Seja por um processo reconhecimento do indivíduo, do veículo de comunicação, adquiridos ao longo do tempo ou por casos que levaram a ter alguma credibilidade perante a sociedade. Sendo dirigido a audiência, o jornalismo busca nela um apoio para sua credibilidade e depois de adquirida, é difícil imaginar que determinado veículo ou pessoa, mentiria sobre determinada informação veiculada. Porém existem julgamentos dos mais variados, feitos pelas pessoas, que pesam na hora de conceber credibilidade a um determinado discurso.

“Neste sentido, aspectos superficiais, como o modo de vestir do narrador, a cor da pele, orientação sexual ou a diagramação de um jornal, podem afetar diretamente a aferição do nível de credibilidade. Embora não sejam indicadores confiáveis na atribuição de credibilidade de pessoas e discursos no sentido de sua veracidade, são frequentemente usados em situações de comunicação. A pobreza pode ser um indicador negativo de credibilidade, assim como a riqueza pode ser um indicador positivo” (LISBOA, 2012, p. 19).

Podem também existir critérios para chegarmos a uma notícia com credibilidade no jornalismo. Serra (2003), recorre ao Livros de Estilos para definir os critérios para se chegar a credibilidade, para ele tanto jornalistas como veículos de comunicação devem obedecer a princípios deontológicos e técnicos. Assim, podemos definir alguns critérios para a credibilidade:

“i) produção de uma informação de “qualidade” - entendendo-se por tal uma informação isenta de “erros e imprecisões”, devidamente confirmada, originada em fontes de absoluta confiança, assente no “princípio do contraditório”, correspondendo à “verdade dos factos” – e, como tal, distinguindo claramente entre factos e opiniões -, “rigorosa” e “profunda”, “independente” – nomeadamente de interesses políticos e económicos, nomeadamente publicitários - e tão atual quanto possível; ii) correção pronta e adequada das falhas; iii) reconhecimento do direito de resposta; iv) relação transparente com os outros órgãos de comunicação social, traduzida na recusa do plágio e na devida atribuição das notícias aos seus autores; v) utilização de um estilo rigoroso, implicando a observância das regras ortográficas e gramaticais e a paridade de convenções e códigos de escrita” (SERRA, 2003, p. 4).

Além desses critérios retirados do Livro de Estilo, Serra aponta para mais um critério, ao que o autor chama de responsabilidade de cada jornalista, ou seja, a assinatura de jornalistas em suas notícias e a garantia da veracidade das informações ali presentes. A maioria dos estudos de credibilidade ligados ao jornalismo, surgiram enquanto os meios para a divulgação de notícias eram prioritariamente analógicos. Com a chegada da internet, ficou a cargo do leitor decidir se uma notícia tem credibilidade em si.

Na história do webjornalismo e nas suas fases, conforme já descrito neste trabalho, temos no começo a transposição do que conhecíamos como jornal impresso para a tela de um computador, fazendo com que a credibilidade de um veículo de comunicação (já presente em outros meios, como o jornal impresso) fosse também levada para as suas versões na internet. Porém começam a surgir veículos nativos da internet. Com mais recursos e espaço para a publicação, a credibilidade na internet está, também, ligada a uma linguagem não verbal.

Conforme o estudo de Serra (2006), os consumidores se preocupavam mais com os aspectos visuais de determinado site, como o layout, a tipografia, cores usadas, dentre outros. Já para especialistas, era a qualidade da informação que é importante para a credibilidade em sites da internet. Pensando do ponto de vista do leitor, Serra alerta para os aspectos mais importantes para ele quando procura informação em algum site: atualização da informação, exatidão da informação, que o site pertença a uma organização já reconhecida, facilidade de navegação, imparcialidade e equilíbrio, rapidez de download, atribuição de algum título ao site.

Percebemos que o estudo, realizado quando a internet ainda estava penetrando na sociedade mundial e os recursos ainda eram limitados, revela que os critérios utilizados pelos leitores permanecem quase os mesmos que a credibilidade dos veículos de comunicação já existentes em outros meios (como o jornal impresso ou televisão). A diferença apontada no estudo é que os leitores da internet querem uma notícia “para já”, mas com a informação exata, completa e imparcial.

Com a facilidade de criar um site na internet e a mudança do comportamento do público na internet, surgem dezenas de sites, por vezes amadores, que também se dizem informativos. Nesses ambientes, por muitas vezes, outros conceitos para a credibilidade podem estar em jogo. Assim, com o surgimento de novas plataformas, aplicativos e mídias sociais, podem gerar desconfiança nos leitores, enganar e propagar notícias sem exatidão ou mesmo falsas. Os conceitos de credibilidade jornalística podem ser revistos, visto que com a mudança dos algoritmos de mídias sociais, por vezes facilitando a

visibilidade de determinada informação¹⁵, podemos vir a confiar mais em informações repassadas por amigos ou parentes, não pela credibilidade de um site, jornalista ou notícia, mas por aquela credibilidade ou reputação que empregamos na pessoa que está compartilhando uma notícia (por exemplo).

E isso passa por uma constante transformação. Em comunicado do Facebook de 16 de maio de 2019¹⁶, a plataforma alerta que o objetivo do *feed* de notícias é conectar as pessoas às postagens que consideram mais importantes, com a intenção de não levar qualidade, mas uma suposta qualidade nos conteúdos entregues aos usuários. Isso significou que a garantia da plataforma é para que as pessoas vejam “o que desejam ver”, seja postagens de familiares e amigos ou artigos e vídeos de notícias das páginas que seguimos. E isso seria possível com base na interação com amigos e amigos de amigos. A segunda atualização, divulgada no final do mesmo mês, promete conectar melhor pessoas às páginas e grupos, fazendo isso através de pesquisas. Pesquisas que, numa atualização de 5 de agosto de 2019, serão feitas para fotos e vídeos. Isso demonstra que os algoritmos podem influenciar naquilo que vemos e temos acesso mais fácil, fazendo com que a reputação possa ser elevada dependendo dos nossos caminhos em determinadas plataformas, como o exemplo do Facebook.

Podemos perceber que nesses novos ambientes pode existir uma auto-regulação para a reputação, feita dos próprios atores que fazem parte deste meio. Conforme Christofolletti e Laux (2008), referindo-se aos blogs e sites pessoas na internet,

“a reputação torna-se resultado de uma construção coletiva, na qual pessoas comuns – mas muitas delas – opinam, criticam, sugerem, contestam um blog, diferente do modelo em que a reputação é atribuída por um único canal, fruto de apenas um julgamento. Assim, os novos sistemas de reputação se distanciam dos já existentes, nos quais a autoridade emerge de uma representatividade, por exemplo. Nos sistemas já existentes, o intelectual, o especialista, o administrador, a organização dita os critérios de reputabilidade. Nos novos sistemas, cada pessoa se torna um elo que contribui e acrescenta para a indicação global de uma reputabilidade, de uma credibilidade” (CHRISTOFOLETTI & LAUX, 2007, p. 44).

Mesmo com todas as formas que o jornalismo busca para se chegar ao ideal da credibilidade, existem formas possíveis de falsear uma notícia, por exemplo. Ao tratar do falseamento de notícias e o encobrimento de informações, Ciro Marcondes Filho (1986)

¹⁵ Disponível em: <https://about.fb.com/news/2019/05/more-personalized-experiences/> Acesso em: 10 dez. 2019.

¹⁶ Idem.

revela que antes de uma notícia chegar ao receptor final, pode ocorrer o que chama de “manipulação” jornalística. Segundo o autor, entre o acontecimento objetivo e a sua apresentação ao público receptor surgem várias formas de intervenção que podem alterar o caráter do acontecimento e o possível efeito que elas podem obter. Esse processo, entendido como falseamento pelo autor, pode não acontecer de forma intencional, visto que ele faz parte da própria forma do jornalista estruturar seu mundo, uma visão dominante, mas assim como também as regras de redação, onde fatos entram como puros e saem enviesados. Dessa forma, o autor caracteriza três formas de falseamento ou encobrimento de notícias: a visão fragmentada e personalizada dos processos sociais, o uso da técnica e da linguística e a sonegação de informações indesejadas (FILHO, 1986, p. 40).

“O uso de formas linguísticas, ou seja, o uso de tom oficial, de formulações anônimas tipo ‘fontes bem informadas’, ‘porta-voz oficial’, da forma passiva neutralizante, do tempo do tempo condicional operam no sentido de favorecer um comportamento receptivo. A transmissão noticiosa que usa tais figuras de linguagem tenta passar imagens neutras, oficiais, sérias e indiscutíveis com o mesmo tom dos comunicados do governo que, se não correspondem à verdade, pelo menos possuem um tom direto, restritivo, imperativo” (FILHO, 1986, p. 48).

Torna-se fundamental entender o papel de destaque das pessoas na credibilidade que empregamos a uma notícia ou mesmo a um site da internet. Isso é facilitado, conforme já relatado neste trabalho, no repasse de notícias por parentes, amigos ou pessoas próximas, acreditando na sua reputação (por serem pessoas próximas) e consequentemente nas notícias por elas compartilhadas. Com tudo isso, percebemos que os veículos de comunicação que hoje conhecemos não são grandes somente pelo número de visualizações, pela sua triagem, pela quantidade de rádios e televisores ligados ou, mais recentemente, pelo número de pessoas que seguem os perfis desses veículos em mídias sociais. A credibilidade é construída ao longo do tempo, cria uma relação de confiabilidade e também de familiaridade com o seu público. O indivíduo sabe em quem confiar e tem motivos para isso, legitimando a maiorias das notícias que são veiculadas por algum veículo de comunicação ou assinada por um determinado jornalista.

Percebemos que durante o percurso histórico da notícia ela passou por diversos estudos e teorias. A natural evolução da tecnologia foi um dos pontos de partida para conhecermos uma estrutura de notícia que foi replicada por décadas ao jornalismo impresso, passando pelos textos para televisão e para o rádio. A fotografia surge para dar imagem ao texto escrito e por vezes, sem dizer nada, também informar. O jornalismo

passou a ter elementos próprios, uma linguagem e estrutura próprias que o permitiram até mesmo ser chamado de um quarto poder, um poder fiscalizador do executivo, legislativo e do judiciário. Ao mesmo tempo que passa a tentar ser objetivo, passa a se importar com a credibilidade, também surge espaço para muitas pessoas e grupos de interesse publicarem suas notícias.

Esses grupos, assim como veículos de comunicação já com longa história em outros meios, encontram na internet um espaço apropriado para publicarem e circularem seus conteúdos, suas histórias ou mesmo seu lado de uma informação. O jornalismo levou anos para a sua profissionalização, tempo que foi reduzido com a internet, visto que a imitação de elementos informativos em sites são usados, por vezes, para notícias com aparência de informativa, mas na verdade sevem para outros fins, como polarizar o discurso para um lado ou mesmo para espalhar alguns fenômenos que podem ser exemplificados como desinformação.

3 SER OU NÃO SER? O QUE PARECE SER NOTÍCIA

Tornou-se popular, especialmente em mídias sociais, chamar um conteúdo falso quando há, ao menos, algum elemento que o faça-o ter essa desconfiança. Esse conteúdo pode ser uma publicação feita direto em uma mídia social, uma imagem que contenha texto, link para uma possível notícia ou outros elementos que possam vir a ser usados com o intuito de enganar e não informar. Se formos traduzir, literalmente, o termo empregado para a definição destes casos encontraríamos o termo “*fake news*” traduzido para “notícias falsas”, mas uma imagem com um pequeno texto é notícia? É por este motivo que definimos, no primeiro capítulo, o que consideramos ser a notícia e agora torna-se importante entender, ou ao menos darmos pistas do que é este fenômeno e de como ele pode se espalhar, cada vez mais, mesmo sendo totalmente falso.

Neste capítulo iremos abordar o termo “*fake news*”, a partir de sua possível criação, em 2016, até o seu possível desuso como termo possível de definir informações falsas na internet. É preciso também entender, que este fenômeno encontra na internet um ambiente propício para se espalhar, visto que a formação de câmara de eco e de filtros-bolha é possibilitada pelos usuários e pelos algoritmos e, geralmente, os assuntos alvos do fenômeno são ligados a política e a políticos, mostrando que as “*fake news*” podem,

além de tudo, fazer com que a polarização seja cada vez mais evidente na sociedade e especialmente na internet.

Por vezes popularmente chamadas de “*fake news*”, desinformação ou mesmo boato, precisamos, neste momento do trabalho, definir estes termos para tentarmos entender como a elaboração dessas notícias (assim como o ambiente criado para elas na internet) são feitas para tentar iludir o leitor de que determinado assunto seja “verdadeiro”. As eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, em 2016, continuam gerando discussões sobre algo que permeia todos aqueles que firmam um contrato com determinada mídia social, fato relatado por E. Cunha et al, no qual os estudos apontam para o crescimento da pesquisa do termo “*fake news*” em mecanismos de busca a partir de novembro de 2016:

“Embora o conceito de artigos de notícias destinados a enganar os leitores não seja de modo algum novo, parece existir uma relação entre a própria expressão “notícias falsas” com a eleição presidencial de 2016 nos Estados Unidos da América: Davies, usando dados do NOW Corpus, mostra que “quase não há menção de 'notícias falsas' até a primeira semana de novembro [2016] (...) e depois explode de 11 a 20 de novembro, e ficou muito alto desde então”. O autor acrescenta que a razão “por que as pessoas de repente começaram a falar sobre algo que realmente não tinha sido mencionado muito até aquele momento” foi “as eleições dos EUA, que aconteceram em 9 de novembro de 2016” (E. CUNHA et al. 2018, p. 2)¹⁷.

Antes disso, segundo a pesquisa, o termo de busca “*fake news*”, era mais utilizado no mundo oriental, mas de forma genérica, ou seja, também ocorre a mudança no sentido das buscas feitas com o termo “*fake news*”. Após novembro de 2016 as buscas se voltam mais ao fator político e partidário do que remetiam as pesquisas realizadas antes desse período, que se relacionavam mais a artigos, a reportagens e histórias, sendo elas mais ligadas ao contexto, onde o foco era o ambiente que ocorriam, sendo agora o termo ligado ao conteúdo que ele carrega consigo.

Assim, podemos considerar este o caso que colocou em prática e deu visibilidade a termos já conhecidos nos estudos em comunicação, como as câmaras de eco (SUNSTEIN, 2001) e bolha dos filtros (PARISER, 2011) e o crescimento do que se convencionou chamar de “*fake news*”. Também foi o caso em que mais uma vez alguns

¹⁷ Tradução do autor para: Even though the concept of news articles aimed to mislead readers is by no means new, it seems to exist a relationship between the very expression “fake news” with the 2016 presidential election in the United States of America: Davies [8], using data from the NOW Corpus, shows that “there is almost no mention of ‘fake news’ until the first week of November [2016] (...) and then it explodes in Nov 11-20, and has stayed very high since then”. The author adds that the reason “why people all of the sudden started talking about something that had really not been mentioned much at all until that time” was “the US elections, which were held on November 9, 2016”.

conceitos da comunicação, como o selecionador das notícias e o formador de opinião (ou líder de opinião) foram confrontados. O surgimento da internet, prometida como um possível futuro das democracias, ajuda a sociedade, ao mesmo tempo em que existem malefícios. Há o benefício da redução de custos para se contar histórias, um acesso mais democrático as mais diversas opiniões, uma imensidade de possibilidades para bem informar a população. Porém existe, por alguns lados, a ideia de usar a informação para enganar ou ludibriar parte da sociedade.

3.1 As desordens informativas

Vários são os motivos para o desencadeamento das “*fake news*”. Estamos, e sempre estivemos, mas hoje em maior quantidade, expostos a boatos, rumores, teorias e notícias fabricadas para gerar mais repercussão. Os boatos de boca em boca sempre existiram na sociedade, mas foi com a internet e mais recentemente as mídias sociais, que estes espaços se tornaram propícios as notícias falsas em larga escala. O motivo financeiro em busca de cliques se mostra importante, mas os motivos políticos podem ser iguais ou mais poderosos para se criar “*fake news*”. Por conta dos algoritmos, as mídias sociais, por vezes, são projetadas para a priorização de postagens atraentes e não confiáveis (SHAO et al., 2017), por vezes privilegiando a interação com pessoas mais próximas em plataformas de mídia social.

As informações que são recebidas por amigos ou pessoas próximas, tendem a ser mais confiáveis (como na vida “off-line”), porém na internet é possível repassar uma informação para um número grande de amigos de uma só vez (FRIGGERI et al., 2014, p. 101). Mas com a enxurrada de conteúdo que é produzido a todo o minuto, faz com que os chamados *bots*¹⁸ também sobrecarreguem nossas linhas do tempo, fazendo com a confiança seja maior naquilo que acreditamos ser real, por conta da reputação empregada por nós aos nossos contatos sociais, geralmente aqueles mais próximos.

Existem inúmeras facilidades para o número cada vez mais frequente de “*fake news*”, Allcott e Gentzkow (2017) citam algumas razões para o crescimento e propagação delas. A primeira razão é a facilidade de criar conteúdo na web, incluindo a facilidade da publicidade nesses espaços. Um segundo ponto é que as mídias sociais se tornam um

¹⁸ Os robôs, ou, como são conhecidos, os bots, são um tipo específico de programa de computador que realiza tarefas de forma autônoma, a partir de algoritmos. Disponível em: <<http://www.internetlab.org.br/wp-content/uploads/2018/07/Relat%C3%B3rio-Bots-ou-n%C3%A3o.pdf>> Acesso em: 20 dez. 2019.

espaço adequado para a disseminação de “*fake news*”, visto que seu uso aumentou muito. Em terceiro, nos Estados Unidos, a queda na confiança e da segurança na mídia de massa. É preciso excluir algumas situações que podem ser confundidas com “*fake news*”: erros de comunicação, rumores, teorias da conspiração, sátiras, declarações falsas de políticos, relatórios inclinados ou enganosos.

Os autores ainda sugerem como é o processo de produção dessas “*fake news*”. Segundo eles, existem sites estabelecidos especialmente para este fim, que usam denominações semelhantes a sites já existentes. Já outros são sites de sátiras que podem ser usadas como factuais e ainda outros que misturam as duas coisas, por vezes com alguma inclinação partidária. Os sites que costumam propagar (ou criar) “*fake news*” costumam geralmente ter uma curta duração, visto que são alvos constantes de empresas para serem retirados do ar, assim como os mecanismos de checagem fazem com que a duração deles possa ter um tempo curto e limitado na internet.

Segundo o estudo, pode haver duas motivações para as “*fake news*”: o primeiro é a receita publicitária, onde os cliques geram algum retorno financeiro. A segunda é uma motivação ideológica, para o favorecendo de algum político ou corrente ideológica (ALLCOTT, GENTZLOW, 2017, p. 217). O debate de “*fake news*” gira muito em torno desta segunda motivação, já que ambos os lados (no Brasil definidos, hoje, como viés pró-Lula ou pró-Bolsonaro), tentam captar os leitores através do seu posicionamento ideológico, pois mesmo sendo notícias falsas, indo ao encontro do que determinada pessoa pensa, essa notícia começa a circular e por vezes chegar como sendo verdadeira a um leitor mais desatento.

O surgimento, criação e o espalhamento de “*fake news*” podem vir a polarizar o discurso e tentar modificar a opinião pública. Ela surge, por vezes, da falta de notícias autênticas, informações sem confirmação e verificação, que circulam rapidamente no ambiente online. Por circular rapidamente, as notícias podem confundir o certo e o errado e remodelar, profundamente, a opinião pública e quando feitas intencionalmente, podem gerar algum tipo de tumulto (ZHAO et al., 2018). A rapidez da circulação e da recirculação de informações falsas podem gerar este tumulto e o principal desafio a ser enfrentado é bloquear essas notícias logo no seu começo. Um desafio duplo, visto que sites que propagam “*fake news*” tendem a ter curta duração, sendo complicado resgatar a sua origem, ficando apenas uma notícia circulando em outros ambientes.

Ficando evidente nos estudos realizados até o momento, o termo de “*fake news*” foi amplamente popularizado após 2016. Mais voltado a propagação de informações

falsas em mídias sociais, o termo desenvolveu um significado próprio, sendo mais próximo da definição de ser um conteúdo que determinados leitores podem não gostar ou mesmo não concordar, conforme o oitavo relatório da *House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee*. Ainda conforme o relatório, realizado de 2017 a 2019, lembrando as recomendações enviadas ao Governo Inglês no quinto relatório e acatado pelo mesmo, o termo desinformação refere-se a “criação deliberada e o compartilhamento de informações falsas ou manipuladas que são destinadas a enganar e induzir o público ao erro, seja para causar danos, ganhos políticos, pessoais ou financeiros” (*House of Commons Digital*, 2019, p. 7)¹⁹. Por isso existem outros termos (e tantos outros surgindo) para definir as notícias falsas feitas e compartilhadas na internet. Wardle e Derakhshan (2018), atentam para o uso de outros termos para se referir a notícias falsas. Os autores, no capítulo dois do relatório, recomendam a utilização dos termos “*misinformation*” e “*disinformation*” (WARDLE & DERAKHSHAN, 2018, p. 43). Segundo os autores, o primeiro termo está ligado a notícias falsas que são divulgadas por pessoas que acreditam que aquilo é verdade, enquanto o segundo termo é a informação falsa e a pessoa que divulga sabe que é falsa, sendo uma mentira intencional. Um terceiro termo pode ser definido como “*mal-information*”, aquela informação que é baseada em uma verdade, porém é usada para causar dano a uma pessoa, organização ou país.

Edson Tandoc (2019), um dos primeiros pesquisadores a investigar o fenômeno de “*fake news*”, retorna em 2019 para uma revisão de suas primeiras pesquisas ao redor do mundo, visto que o tema se tornou altamente popular na academia. Segundo o autor, notícias falsas podem manchar reputações, arruinar negócios e um discurso que pode influenciar decisões políticas. Fala também que estudos comprovam que o discurso da mídia sobre notícias falsas pode diminuir a confiança do público na mídia em geral. Mas alerta que o pior pode ainda estar por vir, o que começaremos a chamar como “*deep fakes*”, ou seja, falsificações profundas, através do uso da inteligência artificial, de áudios e vídeos. Depois de uma série de estudos, o autor traz a definição de “*fake news*” como sendo notícias com conteúdo inteiramente fabricado ou partidário que é entregue ao usuário como factual. Para Tandoc (2019) “*fake news*” é um tipo específico de

¹⁹ Tradução do autor para: the deliberate creation and sharing of false and/or manipulated information that is intended to deceive and mislead audiences, either for the purposes of causing harm, or for political, personal or financial gain.

desinformação: “é a falsa, destina-se a enganar as pessoas e o faz tentando parecer notícias reais”²⁰ (TANDOC, 2019, p. 2).

Tandoc argumenta que, por mais que “*fake news*” passem a imitar notícias reais, notícias falsas acabam por prejudicar a credibilidade e a legitimidade que o público associou, historicamente, linguagem, formato e sensação de notícias reais (TANDOC, 2019, p. 3). Mas pode ficar claro a carência de normas e processos para se chegar a precisão e a credibilidade das informações. Dentre as características de uma “*fake news*”, a maioria dos artigos publicados nos sites “empregava níveis moderados de sensacionalismo, *clickbait*, conteúdo enganoso e preconceito partidário”²¹ (MOURÃO & ROBERTSON, 2019, p. 14 *apud* TANDOC, 2019, p. 5) e este último gerou mais engajamento nas mídias sociais.

Ao falar de “*false information*”, Kumar e Shah (2018), relatam os benefícios trazidos com a internet, como por exemplo o jornalismo cidadão (ou como podemos definir de jornalismo participativo e colaborativo) e o impacto de notícias verdadeiras, mas também daquelas falsas. Segundo o estudo dos autores, torna-se importante pesquisar sobre essas notícias no momento em que as pessoas recebem mais notícias por suas mídias sociais do que das fontes de mídia tradicionais. Os autores classificam as falsas informações, conforme a sua intenção como desinformação, essa podendo ser de dois tipos: uma sem a intenção de desinformar e outro que é criada com o objetivo claro de enganar o leitor. Ambas se tornam negativas, mas a desinformação com a intenção de enganar é mais problemática, já que seu objetivo é malicioso.

Assim como se tornou popular, o termo “*fake news*” também recebe críticas de alguns autores, que acreditam em outros termos para definir o que seriam as notícias falsas. Como por exemplo, Zuckerman²², assim como outros autores, rejeita o termo *fake news*. Para ele, o termo adotado e popularizado nas eleições presidenciais dos Estados Unidos da América, em 2016, é um termo vago e ambíguo que abrange tudo: falsos equilíbrios (notícias reais, mas que não merecem a atenção), propaganda (discurso armado para apoiar um partido) e *disinformatzya* (informação destinada a semear dúvidas e aumentar a desconfiança do leitor). Essas diferenças entre os termos apresentados, se

²⁰ Tradução do autor para: It is false, it is intended for deceive people, and it does so by trying to look like real news.

²¹ Tradução do autor para: employed moderate levels of sensationalism, clickbait, misleading content and partisan bias.

²² Disponível em: <http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/> Acesso em: 12 dez. 2019.

tornam importantes para definirmos que o termo desinformação, no momento, se torna mais apropriado para este trabalho.

Quando Kumar e Shah (2018) citam o termo de “*false information*”, classificam alguns tipos dessas falsas informações. Quanto a sua intenção, as informações podem ser classificadas em: *misinformation* e *disinformation*. O primeiro termo está mais ligado a disseminação de uma informação sem a intenção de enganar e isso inclui alguma deturpação, falta de compreensão, de atenção dos atores e esses podem disseminar informação incorreta para terceiros, assim como esses atores (leitores) podem interpretar e ter uma percepção diferente de uma mesma informação. O segundo termo é quando uma informação é espalhada com a intenção de enganar. O engajamento de um número grande de pessoas em uma desinformação, pode influenciar a opinião pública ou direcionar o tráfego online para ganhar dinheiro com anúncios.

O outro tipo de classificação é baseado no conhecimento. Segundo essa classificação as falsas informações podem ser classificadas como baseadas em opiniões ou em fatos. O primeiro pode criar falsas informações, querendo ou não, com a potencialidade para influenciar opiniões e as decisões de quem está lendo, criando opiniões falsas. Já as falsas informações baseadas em fatos envolvem informações que se contradizem, fabricam ou combinam informações de um único valor, com o objetivo de ficar mais difícil para o leitor identificar e distinguir o falso do verdadeiro. Nesse último cenário estão as notícias falsas, os boatos e as fraudes fabricadas. Os autores alertam características que são possíveis de serem identificadas para distinguir as falsas informações daquelas verdadeiras. Essas características são baseadas em: conteúdo textual, tempo, classificações, estrutura gráfica, criador, propriedades e muito mais (KUMAR, SHAH, 2018, p. 13). Percebemos que existe características nas quais é possível identificar as notícias como falsas ou verdadeiras.

Os estudos sobre o termo ainda se mostram um campo fértil para a comunicação. Assim, Träsel (2019) começa a propor o termo “pseudojornalismo”, que seria mais apropriado que “notícia falsa”, que designaria textos, áudios, imagens ou vídeos que mimetizem formatos jornalísticos na tentativa de enganar o público. O autor que argumenta que, especialmente, notícia falsa não significa má fé, não sendo um conteúdo falso, mas falsificado.

Ao percebemos outros termos, além do popularizado como “*fake news*”, são importantes para entendermos como funcionam as notícias falsas e talvez outros termos sejam mais adequados para a definição do que é uma notícia falsa, ou mesmo a pesquisa

de outros termos para definirmos aquelas notícias que tentam, de alguma forma, se vestir com características do jornalismo (em seu gênero informativo) para tentar influenciar o pensamento de pessoas e grupos. Essas notícias podem ser de assuntos de menor importância (como sobre famosos ou celebridades) ou de assuntos que mexem na vida das pessoas, como política e eleições.

3.2 A Desinformação: um pouco da história do uso do termo

A desinformação nunca foi algo novo dentro do jornalismo. Historicamente foi um termo que surge em meio a batalhas de guerra, de confrontos, de estratégia. Desde então o termo vem se modificando e tomando outras formas. Em especial no jornalismo, o termo começa a adquirir novas conceituações e novos estudos, muito por conta das mídias sociais e da possibilidade mais facilitada da produção de conteúdo por todos e não somente por veículos de comunicação. Neste capítulo abordaremos a questão da desinformação e algumas outras vertentes que foram possibilitadas pelo avanço da tecnologia, conforme já descrito um pouco anteriormente, além de buscar um pouco da história do termo desinformação.

Segundo Durandin (1993) o termo desinformação é uma tradução literal vindo do termo russo “*dezinformación*”, denominando campanhas que alguns países capitalistas faziam contra a antiga URSS. Mas é com a chegada dos dicionários que o termo começa a ser difundido. Ojegov, em 1949, define a desinformação como a ação de induzir ao erro mediante o uso de informações falsas. Já a “*Grande Encyclopédie soviétique*”, de 1952, define a desinformação como sendo a difusão (pela imprensa, rádio, entre outros) de notícias falsas, com o objetivo de confundir a opinião pública. Essa última definição ainda trazia o viés capitalista da intenção de confundir, visto o clima de guerra existente naquela época.

Depois de muitos anos, em 1984, se define o verbo informar como aquele que induz o erro a um povo com o objetivo de debilitar o adversário e por extensão, desorientar a opinião pública. Podendo desinformar leitores, ouvintes ou telespectadores sem que estes possam se dar conta, sendo a ocultação um dos elementos mais utilizados para desinformar (DURANDIN, 1993, p. 24). Se tornou comum generalizar termos para o mesmo intuito, como por exemplo confundir a desinformação com a mentira. Percebendo, desde então, que o termo desinformação sempre foi generalizado, abarcando vários outros termos dentro de si.

Segundo Durandin (1993), a mentira toma contornos diferentes se comparado com o que definimos como desinformação. Enquanto a primeira relata algo que, verdadeiramente, é mentira tratado com uma verdade, o segundo tem por objetivo tentar prejudicar o interlocutor na compreensão de uma determinada mensagem.

“Por razões da mentira entendemos o propósito que o emissor tenta alcançar recorrendo mais à mentira do que a não dizer a verdade. [...] A desinformação é feita com interesse e, muitas vezes, visa prejudicar o interlocutor (ou um terceiro, através da intermediação do interlocutor)” (DURANDIN, 1993, p. 55)²³.

Foram os militares, segundo Volkoff (2004), que distinguiram o que seria informação de informe (no sentido de notícia, esclarecimento). O primeiro termo seria aquilo que é recolhido em estado bruto e o segundo passaria por uma tripla peneira: avaliação da fonte, avaliação da informação e a verificação da informação (VOLKOFF, 2004, p. 8). E quanto a isso, o autor ainda afirma que existem três problemas quando falamos de informação. Primeiro que a informação nunca é 100% verdadeira, mesmo sem que o informador tenha más intenções. Segundo que a objetividade não existe e que qualquer pretensão da busca por ela poderá ser suspeita. Por último, qualquer testemunha tem a sua própria impressão sobre o acontecimento que tenha presenciado.

Por fim, o autor propõe três elementos que definem, para ele, o que seria a desinformação: manipulação da opinião pública; processos ocultos; fins políticos (internos ou externos), fazendo a definição de que a desinformação é uma manipulação da opinião pública para fins políticos através de informação trabalhada por processos ocultos” (VOLKOFF, 2004, p. 19). Ambas definições utilizadas até aqui para definir a desinformação não carregam em si os novos ambientes que foram possibilitados com o surgimento da internet. Mais do que isso, ambas as definições sequer imaginavam o estouro das mídias sociais na sociedade pós ano de 2016 (quando o termo “*fake news*” começa a fazer parte do dia a dia de muitas pessoas e veículos de comunicação).

Alegando que rumores, teorias da conspiração e informações fabricadas não são algo exatamente novo, Wardle & Derakhshan (2017) afirmam que há muito tempo a mídia divulga histórias enganosas, assim como políticos em suas campanhas eleitorais. Porém, hoje a desinformação pode ser um problema maior por conta da polarização em

²³ Tradução do autor: Por motivos de la mentira entendemos el fin que el emisor intenta alcanzar recurriendo antes bien a la mentira que no a decir la verdad. [...] La desinformación se hace en interés y apunta, muy a menudo, a perjudicar al interlocutor (o bien a un tercero, por intermediación del interlocutor).

que estamos expostos (influenciada pelas câmaras de eco e dos filtros-bolha). Os autores rejeitam o termo “*fake news*”:

“Primeiro, é totalmente inadequado descrever os fenômenos complexos da poluição da informação. O termo [fake News] também começou a ser apropriado por políticos de todo o mundo para descrever organizações de notícias cuja cobertura consideram desagradável. Desta forma, está se tornando um mecanismo pelo qual os poderosos podem reprimir, restringir, minar e contornar a liberdade de imprensa”²⁴ (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017, p. 5).

Os autores propõem uma estrutura conceitual para analisar o que eles chamam de distúrbio da informação e identificam três diferentes tipos, conforme imagem a seguir:

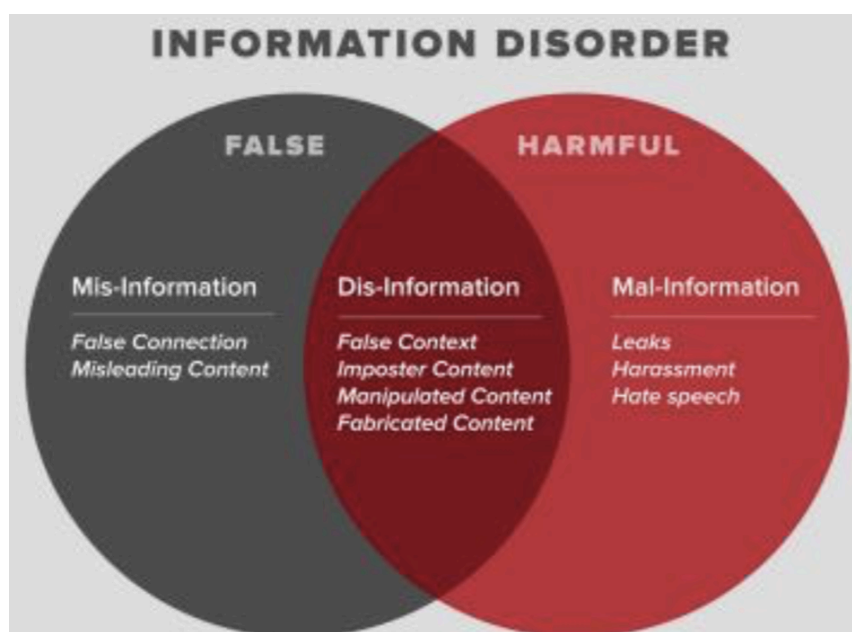


Figura 2. *Information Disorder*. Fonte: (WARDLE & DERAKHSHAN, 2017, p. 5).

Na imagem acima, *Mis-information* está relacionada a informação falsa compartilhada, porém sem dano significativo a alguém ou a alguma instituição. Por *dis-information*, podemos considerar as informações falsas que servem para, quando compartilhadas, causar danos. Por fim, *mal-information* é aquela informação verdadeira, mas compartilhada para gerar algum tipo de dano. Além disso, é preciso analisar separadamente os elementos (agente, as mensagens e os interpretes) e também as fases (criação, produção e distribuição) do distúrbio da informação.

Quanto as fases, os agentes são aqueles que criam, produziram e também distribuíram. A mensagem refere-se ao tipo de mensagem, ao seu formato e suas

²⁴ Tradução do autor para: First, it is woefully inadequate to describe the complex phenomena of information pollution. The term has also begun to be appropriated by politicians around the world to describe news organisations whose coverage they find disagreeable. In this way, it's becoming a mechanism by which the powerful can clamp down upon, restrict, undermine and circumvent the free press

características. Já o intérprete refere-se a mensagem recebida por alguém e como ela interpretou e o que fez com essa informação.

Mais especificamente, podemos definir em sete tipos de notícia que podem se encaixar dos três tipos já explicados neste capítulo, ainda conforme a definição de Wardle & Derakhshan (2017, p. 48):

- Sátira ou paródia: cada vez mais as pessoas recebem notícias em seus *feeds* de notícias em mídias sociais e pode acontecer a confusão quando uma informação não é bem compreendida (no Brasil, por exemplo, o Sensacionalista²⁵);
- Conexão falsa: acontece quando um título, imagem ou legenda não condizem com o conteúdo, são os chamados *clickbait*, feitos para atrair leitores, especialmente quando compartilhados em mídias sociais, usando elementos visuais e legendas que não são apoiadas pelo texto em si;
- Conteúdo enganoso: quando há o uso enganoso de informações para enquadrar determinados problemas ou indivíduos de alguma forma. Exemplos podem ser mostrados como montagem ou corte de imagens;
- Contexto falso: nisso determinada informação é retirada de contexto, circulando fora do seu contexto original. Um exemplo disso são fotos de desastres naturais ou tragédias humanas;
- Conteúdo impostor: quando um conteúdo circula com logotipo de algum veículo de comunicação ou assinatura de alguma pessoa, quando nenhuma dessas fez, realmente, o conteúdo;
- Conteúdo manipulado: quando um conteúdo que é genuíno é manipulado para enganar;
- Conteúdo fabricado: geralmente em formato de texto, um conteúdo é falso. Exemplos são os “sites de notícias”, mas pode ser refletida em gráficos criados com dados incorretos.

Dentre tantos tipos de informações falsas na qual todo mundo está cercado, destacar esses tipos, neste trabalho, é fundamental para categorizar essas notícias que circulam, especialmente, na internet. É importante, da mesma forma, lembrar que esses tipos de informações falsas dependem das fases de criação, produção e distribuição (e

²⁵ Site disponível em: <https://www.sensacionalista.com.br/> Acesso em: 12 dez. 2019.

especialmente esta última). Os tipos aqui tratados aqui esboçam um panorama inicial dos casos encontrados, nos últimos anos, ao redor do mundo.

É preciso ter em mente as mudanças que proporcionaram o termo desinformação ser importante atualmente. Wardle & Derakhshan (2017) citam quatro mudanças importantes: tecnologia de edição e publicação acessível, barata, facilitando a criação e distribuição de conteúdo por qualquer pessoa; o consumo de informação torna-se público com as mídias sociais; velocidade com que a informação é disseminada, por conta dos celulares; as informações são transmitidas em tempo real entre colegas de confiança, sendo esta informação menos provável de ser contestada.

Com tudo relatado até aqui neste capítulo, podemos perceber que o termo “*fake news*”, tornando-se popularizado como qualquer notícia (ou mesmo uma imagem com texto, um meme) que não necessariamente traga uma notícia falsa, mas que alcance seu objetivo de atingir alguém ou alguma instituição, sendo comum falar em “*fake news*” quando determinada notícia não agrada a algum lado, sendo um termo mais próximo ao partidarismo e eleições, por exemplo. Quanto a desinformação, há esforços e caracterizações para os diferentes tipos de falsas notícias propagadas na internet, assim como também existe uma análise ampla (analisando não somente a notícia), mas sua estrutura, texto, linguagem, imagens e tantas vertentes em que existam elementos usados para desinformar. São vários elementos do jornalismo que as “*news*” utilizam para repassar “*fake*”, sendo possível identificar na linguagem as diferenças presentes nesses textos.

Não sendo algo novo, por vezes confundido com rumores, boatos e outros termos que tentam definir o universo amplo e controverso das notícias falsas, é preciso fazer a distinção, ou ao menos trazer para a discussão, desses termos. Por vezes boato ou rumor (sinônimos na maioria dos casos da literatura existente), por si só, são considerados mentiras, quando na verdade esses termos não são, obrigatoriamente, falsos ou mentirosos.

3.3 O (nada) antigo boato

O “mais antigo mídia do mundo” (afirmação que dá título a seu livro sobre o assunto), é assim que Kapferer (1993) define, claramente, os boatos. Eles estão em todos os lugares, surgiram antes mesmo dos veículos de comunicação de massa e não desaparecem depois de sua criação. Segundo o autor, os primeiros boatos que se tem registro são norte-americanos, especialmente no período da Segunda Guerra Mundial. O

autor, amparado em estudos de Allport e Postman (1945), Knapp e Peterson (1944) e Gist (1951), define o boato como sendo uma informação que:

“Ele traz elementos novos sobre uma pessoa ou um acontecimento ligado à atualidade. Dessa forma ele se distingue de lenda que, em geral, se refere a um fato passado. Em segundo lugar, o boato está destinado a ser aumentado. Não se espalha um boato com a única intenção de divertir ou de estimular a imaginação [...], o boato procura convencer” (KAPFERER, 1993, p. 5).

Nas definições em que o autor se alicerça, enxerga alguns problemas, como considerar que todo boato sendo falso, mas alerta que um boato pode incomodar por se revelar verdadeiro, podendo provar que um boato nem sempre é algo infundado. A confiança é algo vital e importante na vida social das pessoas e a verificação é da mesma forma importante para a lógica de uma informação. Nisso, o autor relata que supomos que uma notícia lida em um jornal é verificada (KAPFERER, 1947, p. 7), mesmo sem nenhuma prova real disso, mas um leitor acredita nela por passar por processos instituídos no jornalismo, como a apuração, edição, entre outros elementos que o jornalismo consolidou durante as últimas décadas em todo mundo. As relações humanas, de confiança, também passam pelos boatos, visto que ele se espalha principalmente por conta das testemunhas oculares de um acontecimento, por amigos, colegas ou parentes, não precisando serem testemunhas oculares, mas amigos dessas testemunhas, na qual a proximidade é algo relevante para saber da procedência de uma determinada informação.

A definição de Shibutani, segundo o autor, é a mais conhecida quando se fala de boatos. Segundo a definição, boatos são notícias improvisadas (nome de um de seus mais importantes trabalhos), que resultam de um processo de discussão coletiva (KAPFERER, 1993, p. 10), sendo um processo simultâneo de dispersão da informação da informação e um processo de interpretação e de comentários. Passando pela definição de Shibutani, o autor reafirma uma definição específica para o boato: todos os boatos não se originam de um acontecimento a ser explicado, alguns criam literalmente o fato, não havendo nenhuma razão para que eles sejam chamados de boatos. Por fim, o autor retoma a dizer que um boato não é necessariamente algo falso, mas é não oficial e, por vezes, ele contesta a realidade oficial propondo outras realidades. O boato é, por consequência, uma informação paralela aos veículos de comunicação, logo não controlada. Os falsos boatos são os preços a pagar por rumores que são fundamentados (KAPFERER, 1993, p. 242). O autor alerta que o principal ponto dos boatos é que eles somente são verdadeiros porque as pessoas acreditam que assim deve ser.

Os boatos podem acontecer em qualquer lugar, sempre presente onde há comunicação e a interação social entre pessoas. Antigamente o boca a boca, as conversas, as relações de amizade, de trabalho, vários eram os locais e os atores envolvidos. Com a internet e seu consequente rompimento com barreiras geográficas, aproximando cada vez mais as pessoas, os boatos passam também a se espalhar. O relacionamento interpessoal, de amizades, está alicerçado na confiança, dentre outros fatores. Por isso “quase sempre, acreditar no que as outras pessoas dizem funciona para nós, alimenta as relações sociais, fortifica nossas opiniões anteriores e não resulta num desastre óbvio – mesmo que a convicção esteja absolutamente errada” (DIFONZO, 2009, p. 17). Temos a tendência, como humanos, de confiar nos outros, e seria uma tarefa impossível verificarmos todas as notícias que chegam até nós e a aceitação de um boato depende, principalmente, daquilo que acreditamos.

DiFonzo (2009), aponta para alguns tipos de boatos. Dentre eles estão: boatos alvissareiros, revanchistas, alarmistas, empresariais, de propaganda, médicos, de desastres naturais. Com efeito, alguns boatos podem despertar a desconfiança e os boatos revanchistas (especialmente), tendem a polarizar dois grupos distintos, já que eles “levam a difusão de duas ‘realidades diferentes’ e aumentam a desconfiança entre os grupos” (DIFONZO, 2009, p. 23). Por fim, o autor define boato como sendo “afirmações sobre informações não verificadas que circulam em relação a assuntos que as pessoas consideram importantes; surgem em situações de ambiguidade, ameaça real ou potencial; e são usados por pessoas que tentam compreender ou gerenciar o risco” (DIFONZO, 2009, p. 43). Explicando essa definição, o autor alega que primeiro os boatos consistem em afirmações (formadas por verbo e substantivo); segundo, eles consistem em afirmações que circulam entre pessoas (ou seja, em grupo), terceiro, os boatos são afirmações que são postas em circulação por indivíduos considerarem de interesse para falantes e ouvintes.

O quarto e último ponto, considerado o mais importante por DiFonzo (2009) é que essas informações que são colocadas em circulação não são verificadas. Para ser uma informação verificável recebe um “carimbo” de aprovação. Porém uma informação verificada não significa ser verdadeira, já que por verificado, segundo o autor, é que alguém garante sua correspondência com a realidade objetiva. Os boatos diferem das notícias, pois essa última normalmente deve ser verificada. Sendo os boatos informações não verificadas, essas informações, geralmente, são importantes ou de interesse. O principal ponto para o surgimento dos boatos são situações ambíguas ou que significam

uma ameaça real ou potencial. Nessa situação, as circunstâncias nos quais os “significados são incertos, as dúvidas não são resolvidas, falta informação o/ou não há linhas de comunicação” (DIFONZO, 2009, p. 46).

A fofoca (por vezes confundida com boato) difere-se do boato por ser confirmado, enquanto o boato não. Enquanto os boatos giram em torno de preocupações maiores, no entendimento coletivo ou ameaças maiores, a fofoca gira em torno de temas mais banais (como o caso de fofocas com celebridades) e orbitam ao redor da construção, mudança ou preservação das redes sociais (DIFONZO, 2009, p. 73). Um boato pode vir a se espalhar por diversas razões, mas talvez a principal delas é que

“as pessoas acreditam em boatos seja porque eles estão em consonância com os sentimentos, ideias, atitudes, estereótipos, preconceitos, opiniões ou conduta dos ouvintes. Portanto, boatos condizentes parecem plausíveis – o ouvinte está em uma condição psicológica favorável à aceitação do boato” (DIFONZO, 2009, p. 135).

Assim, acrescentamos que assim como uma escolha pessoal, um boato pode ser espalhado dentro de um grupo, dependendo dos seus interesses, para legitimar um discurso que vá ao encontro de seus anseios. Para se espalhar é necessário, também, uma certa reputação ou credibilidade. Ainda segundo DiFonzo (2009), acreditamos em notícias jornalísticas porque, de um modo geral, não costumam errar e isso se transfere também para a crença nos boatos, visto que um emissor de um boato que sempre estiver errado, faz com que pessoas ou grupos deixariam de acreditar nesta “fonte”.

Também buscando entender os boatos, Cass Sunstein (2010), corroborando com o que já afirmara Kapferer (1993), afirma que “os boatos são tão antigos quanto a história humana, mas com o surgimento da internet hoje se tornaram onipresentes. A bem da verdade, agora estamos nadando no meio deles” (SUNSTEIN, 2010, p. 3). E se mostra preocupado, especialmente, com aqueles boatos falsos que podem ameaçar carreiras, políticas, autoridades públicas e por vezes a própria democracia. E espalhar esses boatos, na internet, se tornou mais fácil, especialmente quando se trata de um boato falso e ter o seu efeito prolongado (dependendo de sua importância). O autor alerta para a inexistência de um conceito clássico de boato, visto a imprecisão de qualquer definição. Para ele, grosso modo, boato é

“a alegação de fatos – sobre pessoas, grupos, acontecimentos e instituições – que ainda não foram comprovados, embora passem de uma pessoa para outra e, portanto, tenham credibilidade não porque se conheçam as evidências

diretas para corroborá-los, mas porque parece que outras pessoas acreditam neles” (SUNSTEIN, 2010, p. 7).

Ainda sim o envolvimento coletivo, de grupos, se mostra importante para a circulação de um boato, visto que alguns grupos estão predispostos a acreditar em certos boatos porque se mostram compatíveis com seus interesses próprios (SUNSTEIN, 2010, p. 7). O medo e a esperança, segundo o autor, podem fazer com que muitos de nós acreditemos (ou não) em boatos falsos. Nos textos utilizados para este trabalho, surge a termo rumor, porém sempre como sinônimo de boato. Tanto que a tradução de Sunstein (2014), de *On Rumores*, assume em português o termo boato. Corroborando com essa definição, encontramos na Enciclopédia Intercom, encontramos o seguinte sobre os rumores:

“O termo rumor é utilizado no campo da comunicação, no geral, para designar o boato – a notícia que corre de boca em boca, de origem desconhecida. É a explanação de fatos, numa distorção intencional ou não de sua realidade (ANDRADE, 1996). Conforme Iasbeck (2000), os rumores e boatos são ondas noticiosas disformes, que circulam ao sabor das contribuições coletivas” (STRELOW, 2010, p. 1090).

Ainda segunda a autora, esses rumores podem se manifestar em situações de crise ou de falta de informação. Percebemos, conforme a citação e elementos acima, que rumor e boato se equivalem, preferindo para este artigo o uso do termo boato. Percebemos que por ser o “mais antigo mídia do mundo” que pode ter a sua origem junto com a fala, visto que o boca em boca faz parte da sociedade há muito tempo, o boato passa por todos os tipos de mídia que tivemos até hoje. A internet congrega todos os tipos de mídia e na medida que a vida começou a estar cada vez mais digital, os boatos também estão inseridos neste meio. Eles passam, cada vez mais, a serem estruturados com o intuito de, muitas vezes, distorcerem uma possível realidade.

Chaparro (1994) considera o boato parte da dinâmica política do acontecimento, sendo um processo que pode ser controlado por fontes, que estão seguras do seu objetivo. Para o autor o boato está mais próximo do jornalismo que o rumor, pois relaciona-se com a atualidade, fazendo circular informações, sendo rumor um sinônimo pobre de boato. Assim sendo,

“O boato motiva pautas, esconde ou expõe fatos, amplia ou reduz a dimensão dos acontecimentos, altera-lhes o significado, atrai ou repele a curiosidade dos repórteres, motiva ou inibe perguntas, direciona reportagens, gera ou elimina manchetes, produz desmentidos ou confirmações – e ao provocar tais efeitos (sinal de que interage eficazmente com a cultura dos meios), pode determinar ou modificar as intenções das mensagens jornalísticas, adequando-se aos interesses a que está vinculado” (CHAPARRO, 1994, p. 64).

Todos os termos tratados neste capítulo, ou a maioria deles, ganharam maior relevância na internet. Os boatos, que já faziam parte de um sistema de comunicação, podem agora até mesmo se enquadrariam nas “*fake news*”. A desinformação pode ser mais ligada ao que conhecemos como notícia, visto que consegue ter uma definição de conceitos e categorias que podem incluir mais categorias de notícias criadas para enganar, mas não só isso. Uma notícia falsa não precisa, necessariamente, ter todos os elementos falsificados. Antes os assuntos tratados como falsos eram amenos, abrangiam celebridades e assuntos que não mobilizavam ou mudavam a vida das pessoas. A internet muda isso, quando os assuntos possíveis de serem falsificados são relacionados com a política e mexerem na vida da sociedade.

Essas “notícias” podem ter o intuito de fazer com que os assuntos fiquem polarizados entre “A” sendo bom, verdadeiro, real e “B” sendo o ruim, o errado, o falso (ou vice-versa). Percebemos a dificuldade em definir esses termos, mas o capítulo buscou trazer a discussão os termos que são, em partes, relacionados com as notícias. Esses fenômenos se acentuam na internet, como já relatamos, e isso se deve, em certa parte, por dois outros fenômenos que ganham uma proporção grande na internet e também nas mídias sociais, são as câmaras de eco e os filtros-bolha.

3.4 As Câmaras de Eco

No começo da década de 1990, onde as pesquisas e o avanço da internet começam a ser notados em todo mundo, começam a surgir previsões, em revistas, do que este novo mecanismo seria capaz de fazer.

“Os futuristas e tecno-otimistas da Califórnia que escreviam aquelas páginas estavam inteiramente convictos de que uma revolução inevitável e irresistível chegaria a qualquer momento, uma revolução que nivelaria a sociedade, desbancaria as elites e traria uma espécie de utopia global libertadora” (PARISER, 2012, p. 9).

Porém a previsão dessas páginas, como podemos ver hoje, esbarra em problemas que dificultam a internet ser uma utopia global libertadora. Com isso, Sunstein (2001) afirma que é fácil encontrarmos pessoas que compartilham da nossa visão, o que faz nós auto afirmarmos dentro de uma determinada situação, especialmente na política, foco dos estudos do pesquisador. Fazendo um contraponto com aqueles veículos que consideram

o receptor passivo de uma informação, o autor faz a comparação de que com a internet seria possível encontrar indivíduos com a mesma opinião, onde promoveria a liberdade. Enquanto muitas pessoas buscam a internet com o intuito de expandir horizontes, muitas pessoas utilizam para se manterem cercadas de seus interesses e próprios preconceitos, fazendo reafirmar as suas visões de mundo, excluindo aqueles que pensam de forma diferente. Segundo Sunstein, esse sistema pode ser “um sistema de “condomínios fechados” é tão prejudicial para o ciberespaço quanto para o mundo real” (SUNSTEIN, 2001, p. 2)²⁶. Ainda conforme o autor, a internet pode ser um lugar benéfico para encontrar informações em forma de tópicos especializados ou pontos de vistas em comum com aquilo que acreditamos, reafirmando pensamento já existentes.

Desta forma, é preciso compreender que as máquinas e os algoritmos são peças importantes para compreendermos como recebemos mais informação daquilo que temos mais afinidade ou o que mais queremos saber/ver. Os algoritmos podem contribuir para restringir algum conteúdo, isolando alguns indivíduos de algum conteúdo que possa vir a desafiar a sua crença, eles fazem com que as recomendações personalizadas sejam feitas com base em cliques, marcações e compartilhamentos feitos anteriormente. Os algoritmos podem fazer com que o indivíduo receba um conjunto mais fragmentado de fontes de notícias, ou seja, pode fazer com que afaste desses indivíduos os veículos tradicionais de notícias, levando-os para fontes relacionadas as suas preferências (NEUCHUSTHAI; LEWIS, 2018, p. 300).

Nesse contexto, pensando na polarização de grupo em que estamos expostos, na visão dos chamados veículos de comunicação de massa, “se os programas de rádio ou televisão mostrarem pontos de vista “pró” e “contra”, expressos por pessoas que não confiam uns nos outros e atacam os motivos uns dos outros, a polarização política será intensificada, pois os espectadores tendem a se identificar com um lado e a caricaturar a visão oposta”²⁷ (SUNSTEIN, 2001). Isso mostra que esses programas podem confirmar uma opinião sobre um determinado assunto ou mesmo caricaturar uma opinião oposta, mantendo uma polarização, sendo esse um perigo para o futuro da democracia e não permitem a discussão, sendo que na internet o ambiente se torna mais ativo. Neste trabalho, podemos definir a polarização de grupo como aquela que “se refere ao fato de

²⁶ Tradução do autor para: a system of “gated communities” is as unhealthy for cyberspace as it is for the real world

²⁷ Tradução do autor para: if radio or television programs show “pro” and “con” views expressed by people who distrust one another and attack each other’s motives, political polarization will be intensified, as viewers tend to identify with one side and caricature the opposing view

que, quando pessoas de ideias afins se juntam, muitas vezes acabam pensando em uma visão mais radical do que pensavam antes de conversar umas com as outras” (SUNSTEIN, 2010, p. 11).

A internet tornou a comunicação, de modo geral, melhor. Um espaço onde todos podem ser emissores e receptores: todos podem construir, dizer, escrever, falar e serem ouvidos, vistos e lidos (RECUERO, 2000, online), ao menos essa definição que se tinha quando a internet estava se desenvolvendo. Com o tempo, percebemos problemas nesta definição. Dentre esses problemas, podemos citar a possível formação de grupos homogêneos, que somente ampliam uma visão já existente nestes grupos, criam-se diários individuais que podem ser de interesses e de preconceitos. A formação de grupos homogêneos traz consigo alguns problemas, como a versão mais extrema de um fato. Sunstein (2018), cita como exemplo o *Daily Me*, onde um pacote de assuntos de interesse seria feito pelo próprio usuário, contornando os veículos de comunicação tradicionais. Com uma opinião formada sobre um determinado tema, pessoas que participam de determinado grupo, tendem a reforçar sua opinião e, com isso, os grupos se direcionam mais ao extremo do que ao centro de uma discussão. Esse fechamento em grupos é prejudicial tanto dentro da internet como na vida real dessas pessoas. Expostos a mesma opinião que já temos de determinado assunto, torna-se impossível imaginarmos que floresça uma “república” (SUNSTEIN, 2001, p. 2) sem uma diversidade de informações.

Tudo isso colabora para sustentar uma polarização em nossa sociedade. Para Sunstein (2001) existem duas explicações para a polarização de grupos, que envolvem dois diferentes mecanismos. O primeiro é baseado em argumentos persuasivos, onde os indivíduos respondem aos argumentos de outros, com alguma disposição inicial em grupos, onde será mais inclinado a essa opinião. O segundo é relacionado com a influência social, onde uma pessoa que tem uma opinião radical sobre um tema, confrontado com pessoas que tem o mesmo pensamento, pode-se se tornar mais radical sobre o assunto. Neste segundo mecanismo, para manter o autoconceito e a reputação perante a um grupo, pode-se mover de sua posição declarada. A visão de que estamos expostas a opiniões que confirmam o que pensamos é chamada de câmara de eco (SUNSTEIN, 2001).

As câmaras de eco podem ser traduzidas nos espaços que conhecemos dos blogs, que podem exercer um poder de polarizar qualquer tipo de questão. Podemos dizer que os blogs seriam a exemplificação do conceito de Sunstein. Mas não somente os espaços oferecidos por uma informação postada em um blog, o espaço para a interação, por vezes,

reúne pessoas com o mesmo pensamento (GILBERT, BERGSTROM, KARAHALIOS, 2009). O público nesses espaços não divergem em seu pensamento principal, podemos também associar esses espaços de interação com os espaços que temos para o comentário nas mídias sociais, visto que é possível, e popular, compartilhar links de notícias nesses espaços para a circulação de uma informação.

Segundo o conceito de Sunstein (2018), os próprios seres humanos se mostram com tendência a “*homophily*”, ou seja, com uma forte tendência a para se conectar a pessoas que são iguais a elas mesmas., podendo assim serem “rebanhos” (SUNSTEIN, 2018, p. 2). É nesse ambiente de saber mais do que já se tem convicção, segundo o autor, que muitas das supostas notícias são falsas. E os algoritmos corroboram para cada vez mais pessoas ficarem sem exposição de uma opinião contrária. Sites como o Google e mídias sociais, como o Facebook, são responsáveis pela curadoria de conteúdo que passa pelas pessoas durante o dia e aprendem o que vamos querer saber ou gostar. Assim, podemos perceber que as câmaras de eco podem ser formadas pelo interesse das pessoas em buscar mais sobre um tema, mas esse interesse, captado por algoritmos, faz um usuário receber determinadas informações que não deseja, mas que também está de acordo com o que pensa, agora não baseado em sua busca, mas entregue pelos algoritmos.

Ao buscar saber mais e querer se relacionar com aquilo que pensa, estando dentro de uma câmara de eco a possibilidade de acreditar em algo não verdadeiro é bastante grande. Uma notícia com um só lado, aquele que agrada ao indivíduo, pode ser replicado inúmeras vezes para que o discurso vigente seja aquele no qual este indivíduo tenha maior afinidade, seja ele falso ou polarizado. Porém o conceito de câmara de eco não anula outros, como o dos filtros-bolha, que veremos a seguir. Assim, o conceito das câmaras de eco está ligado as noções de polarização a qual podemos estar expostos. E conviver em grupos, neste caso polarizados, pode fazer com que as pessoas se importem com o que os outros falam ou agem, confiando nas opiniões emitidas por terceiros. Por muitas vezes pessoas com uma opinião não definida de determinado assunto, passam a acreditar no que outras pessoas influentes acreditam.

3.5 Dentro dos filtros-bolha

Foi a partir do dia 4 de dezembro de 2009²⁸, que chega até nós o que conhecemos como a era da personalização. O avanço constante da internet transferiu para ela uma gama de serviços anteriormente disponíveis isoladamente e de forma analógica. Encontrar um conteúdo agora estava a poucos cliques e os buscadores contribuíram para essa popularização. Para a sociedade, de modo geral, os buscadores da internet eram imparciais, porém eles se mostram parciais, se adaptam a visão de cada um, sendo que a internet se torna um espelho do interesse de cada indivíduo.

Já mencionadas a facilidade que a internet e também as mídias sociais trouxeram para a sociedade, as câmaras de eco que estamos expostos, temos também outro termo que chamamos de filtros-bolha. Cunhado por Eli Pariser (2011), o termo se popularizou após mudanças constantes em algoritmos de mídias sociais. Retomando a discussão do que seria o futuro da internet no começo dos anos 2000, que seria da democratização no acesso a informações, Pariser confronta isso com o caso de duas pessoas em pesquisas feitas em locais diferente, com os mesmos termos e obtém resultados diferentes.

“A nova geração de filtros on-line examina aquilo de que aparentemente gostamos – as coisas que fazemos, ou as coisas das quais as pessoas parecidas conosco gostam – e tenta fazer extrapolações. São mecanismos de previsão que criam e refinam constantemente uma teoria sobre quem somos e sobre o que vamos fazer ou desejar a seguir: juntos, esses mecanismos criam um universo de informações exclusivo para cada um de nós – o que passei a chamar de bolha dos filtros – que altera fundamentalmente o modo como nos deparamos com ideias e informações” (PARISER, 2011, p. 14).

É assim que Pariser traz o conceito da “bolha de filtros” (ou filtros-bolha). Aprofundando a reflexão feita pelo autor, as nossas buscas, o nosso mural nas mídias sociais, páginas iniciais de sites de compras estão personalizadas para nossas pesquisas, baseadas em nossos rastros, em nossos cliques, em nossas opções de navegação. Porém, essa personalização não está aos olhos de quem navega. Retomando o exemplo que o autor cita de pesquisas iguais em lugares diferentes, podemos perceber que somos aquilo que clicamos. Tudo isso, quando inseridos dentro de nossas bolhas, faz com que vejamos conteúdos que algum algoritmo (seja de um site qualquer, de compras, de mídias sociais) considera importante naquele momento. Isso pode privar de opiniões contrárias, reforço de ideias já definidas. Para esses problemas, o autor cita algumas possíveis soluções, como a mudança de hábito ao navegar e a aprendizagem de algoritmos.

²⁸ Segundo Pariser (2011), foi neste dia que o Google postou em seu blog corporativo uma mensagem, poucos parágrafos de textos perdidos em meio a um resumo semanal que trazia os termos mais pesquisados e uma atualização de software de finanças do Google (PARISER, 2011, p. 7).

Mas antes dos algoritmos e da personalização, Negroponte (1995) previu que no futuro a internet possibilitaria a todos nós recebermos informação que só interessaria a nós mesmos, referia-se que a personalização seria uma tarefa feita por qualquer pessoa individualmente. Seria o que o autor chama de “pós-informação” (NEGROPONTE, 1995, p. 158). Essa “pós-informação” seria mais voltada a um indivíduo receber informações que dizem respeito a si mesmo, notícias de alguma cidade, de uma pessoa não tão famosa ou mais sobre a previsão do tempo de alguma cidade, ou seja, o “público” (antes uma massa de pessoas) poderá ser isoladamente uma única pessoa. O que Negroponte previu em 1995, se concretiza com os avançados algoritmos e personalização a qual estamos cada vez mais expostos.

Percebemos que na câmara de eco, os indivíduos são expostos a opiniões na qual concordem ou tendem a concordar, enquanto a bolha dos filtros traz a personalização como diferencial, mas em troca fica com os rastros, aumentando a visibilidade de conteúdo que já é conhecido, sendo que para isso atuam fortemente os algoritmos dos mecanismos de busca, por exemplo. Em ambos os casos a segregação da informação é uma séria preocupação, visto que seria impossível pensar uma democracia sem eleitores críticos (FLAXMAN, GOEL, RAO, 2016, p. 299). Existem pesquisas que questionam ambos os termos tratados aqui. Para eles existem opções que são possíveis para os indivíduos conviverem fora de uma bolha ou da formação de uma câmara. O próximo subcapítulo será destinado para trazer algumas dessas opiniões.

3.6 As câmaras e as bolhas existem?

Existem pesquisas que criticam, em alguns pontos, a formação das câmaras de eco e a filtros-bolha. Ainda alvo de pesquisas recentes, os dois temas são pesquisados com o intuito de expor o que seriam esses dois termos, como já relatado neste trabalho, mas também existem estudos que contrapõem ou ao menos tentam explicar que pode haver outros lados para esses dois termos. Dentre as pesquisas, é possível observar que nenhuma pesquisa excluem as ideias centrais, mas questionam alguns pontos.

Como exemplo, Guess et. Al (2018), analisando o contexto norte americano, aliado a uma observação empírica daquela realidade, concluem que a formação das câmaras de eco se torna mais influenciável em redes sociais off-line, pois num ambiente com família ou amigos, torna-se mais difícil uma opinião diferente de uma determinada realidade. Ainda sim, os autores analisam o fator comportamental das pessoas frente a notícias. Em um universo com milhões de informações, os autores confirmam que há

evidências que as pessoas procurem conteúdo no qual estão ideologicamente alinhadas, mas que esse universo de informação é pequeno se comparado a um universo de notícias diversificadas e centristas (notícias que, aparentemente, não carregam em si nenhuma conotação ou motivação política aparente). Mas ainda sim há a preocupação que as câmaras de eco (assim como a exposição seletiva) podem servir para que a mídia partidária espalhe a “*misinformation*” e aumente a animosidade entre as pessoas.

Torna-se evidente que as câmaras de eco estão presentes tanto em nossas vidas online como em off-line e podem polarizar nossos discursos. Geschke et al.(2018) também alertam para essa polarização, mas com algumas ressalvas. Para os autores, na polarização online pode acontecer uma certa heterogeneidade de usuários, que pode expor uma visão diferente, algo difícil na comunicação off-line. Ao afirmarem este ponto de vista, os autores trazem dados da pesquisa feita por Vaccari et al. (2016), onde no Twitter, mesmo sendo usado frequentemente para as pessoas se relacionarem com quem tem uma ideologia similar, pode ser usado como uma mídia social onde frequentemente há interação com uma ideologia de oposição.

Também existem pesquisadores que, através de estudos, tentam comprovar que a câmara de eco e os filtros-bolha possa não ser motivo para a polarização do discurso, alegando que é possível fugir dessas duas tendências. Assim como os estudos que criticam a formação das câmaras de eco, os críticos dos filtros-bolha relatam, conforme Bentley et al. (2019), que muitas pessoas recebem notícias de outras tendências, diferentes das suas. Segundo a pesquisa, 47% dos participantes receberam algum tipo de notícia fora do seu viés. Mas os resultados ainda não excluem os filtros-bolha, por exemplo, apenas considera que eles podem não ser tão forte como se afirmara.

Ainda segundo Bentley et al. (2019), o modo de buscar a informação na internet mudou desde a sua popularização. Apesar do crescente número de mídias sociais e de outras plataformas de compartilhamento de notícias, 20% das pessoas acessaram notícias através de pesquisas feitas por pesquisas online, enquanto as mídias sociais representam 16% desses resultados. Segundo o apontamento da pesquisa, os artigos mais tendenciosos são espalhados por mídias sociais e e-mail, enquanto as notícias provenientes dos resultados de pesquisas são menos tendenciosas. Um dado importante, revelado pela pesquisa, é o período de consumo de notícias pelos pesquisados. Enquanto um jornal impresso retinha a atenção pelo turno da manhã, a internet conseguiu com que o consumo de notícias permaneça alto durante todo o dia, com picos a noite e no horário do meio-dia. Mesmo afirmando que é possível que os filtros-bolha não existam em plenitude, a

pesquisa mostra que apenas 7,7% dos pesquisados procuram fontes de notícias com ponto de vista diferentes.

A pesquisa considera os resultados animadores, quando há a percepção de que mesmo sendo um número relativamente pequeno (correspondendo a 7,7% dos pesquisados), existe a possibilidade de uma “fuga” dos filtros-bolha, quando esse percentual de pessoas busca ou recebe notícias com um viés diferente daquele que pensam. Mas o percentual de 48% dos participantes que recebem notícias com um viés que confirma a sua posição, ainda mostra filtros-bolha. A pesquisa esclarece alguns problemas, como sendo feito excluindo os usuários que consomem notícias por dispositivos móveis. Por fim, a pesquisa conclui que os usuários estão buscando, de alguma forma, fugir dos filtros-bolha e da polarização que ela pode carregar consigo e alega que este comportamento pode ser incentivado por meio de novos recursos pelos principais portais de notícias.

Outro ponto de divergência entre aqueles que acreditam que estamos imersos em filtros-bolha e aqueles que acreditam que esse efeito não é tão alarmante quanto o previsto é de que uma exposição seletiva de notícias existia antes mesmo da internet, das mídias sociais e da facilidade da criação de sites e consequentemente de histórias, sendo que as notícias sempre passaram por um guardião (WHITE, 1950), porém sendo até então um papel desempenhado por humanos, ou seja, por jornalistas inseridos dentro dos veículos de comunicação e também subordinados a políticas editoriais (além de sua própria avaliação).

Fazendo um resgate histórico de pesquisas sobre a exposição seletiva de notícias, Nechusthai e Lewis (2019), chegam a conclusão de que a polarização no consumo de notícias e a escolha de se manter dentro de filtros-bolha pode ser uma preferência pessoal, ser o resultado de suas escolhas individuais, tanto quanto o resultado algorítmico. Porém, acreditam que os algoritmos podem contribuir com a polarização, através de pesquisas e dos *feeds* de mídias sociais. A pesquisa dos autores, que relaciona o papel do antes selecionador de notícias ao papel de seleção que hoje é feito máquinas e pelos algoritmos, sugere que é difícil definir se essa seleção de notícias é catastrófica ou perfeita, eles sugerem que essa seleção ficaria num meio termo.

Para Moeller e Helberger (2018), o indivíduo pode dar pistas de que gostaria de ter acesso a notícias diferentes do “mais do mesmo”, apresentando notícias mais diversas ou diferentes. Para as autoras, ainda sim o sistema de recomendação algorítmica pode criar ou causar a preferência por algum tema, corroborando com a câmara de eco e com

filtros-bolha, mas através de uma diversidade esboçada por determinado indivíduo, é possível ter acesso a outros temas. O problema dos filtros-bolha pode ser maior no momento em que de um lado há pessoas que fazem parte do debate político e de outras pessoas que buscam saber mais do mesmo, cujo as recomendações raramente irão fugir do que já pensam. As autoras pensam que é necessário novas formas de curadoria e de filtragem de notícias e o desafio dos meios de comunicação seria a filtragem algorítmica para uma diversidade de informações.

Alegando que na internet cria um ambiente de escolha para os indivíduos, Dubois & Blank (2018) acreditam que isso pode resultar em dois diferentes fatores: os indivíduos serem expostos a informações e perspectivas diferentes ou imersos em uma câmara de eco. Segundo as autoras, é preciso analisar além do Twitter para a formação de câmaras de eco, visto que o ambiente na internet é maior que uma única mídia social. Segundo as autoras, existe uma variedade de visões e de fontes de informação na internet (MESSING & WESTWOOD, 2012), e se torna limitado pesquisa em uma só mídia social. Segundo a pesquisa das autoras, “olhando para todo o ambiente multimídia, encontramos poucas evidências de uma câmara de eco. Isso se aplica mesmo a pessoas que não estão interessadas em política. Assim, a possibilidade de estar em uma câmara de eco parece exagerada”²⁹ (DUBOIS, BLANK, 2018, p. 740). Porém as autoras alertam que há um grupo de pessoas que não se interessa por política e expostas a uma baixa diversidade de mídia, fazem com que a formação de uma câmara de eco seja possível.

Para Bruns (2017) as câmaras de eco e os filtros-bolha tem em si uma ligação: uma câmara de eco forte e já estabelecida é mais fácil a ocorrência dos filtros-bolha. Através de seu estudo, Bruns alega que, no Twitter, pode haver condições insuficientes para a formação de câmaras de eco. Segundo ele, a formação de grupos e subgrupos não limita um usuário específico se conectar com outro em determinada rede. Em sua análise, o autor afirma que “há uma oportunidade considerável para um novo conteúdo entrar num grupo e torná-lo visível para os seus membros, desde que seus membros façam nota em suas *timelines*”³⁰ (BRUNS, 2017, p. 7). Assim, defende o autor, até mesmo o fechado pode ter conexão com outros.

²⁹ Tradução do autor para: Looking at the entire multi-media environment, we find little evidence of an echo chamber. This applies even to people who are not interested in politics. Thus, the possibility of being in an echo chamber seems overstated.

³⁰ Tradução do autor para: there is considerable opportunity for new content to enter the cluster and become visible to its members, provided that those members do in fact take note of the tweets that appear in their timelines.

Segundo Bruns, para a formação de uma câmara de eco ou de filtros-bolha, os *clusters* (grupos) teriam de estar muito desconectados do resto da rede, o que não aconteceu com a *Australian Twittersphere* (Twittersfera Australiana), que foi o seu objeto de estudo. Já para os filtros-folha, analisando os *replies* do Twitter, o autor verifica que os membros de um cluster preferem esse tipo de interação entre si. Já o *retweet* pode ser usado para a recirculação de conteúdo externo. Mas analisando *clusters* políticos, Bruns (2017) alega que estes divergem do exposto anteriormente, quando usam o *retweet* para aumentar a bolha, mas ainda sim permanecem permeáveis a ligações externas. Por fim, o autor afirma que há poucas evidências para a formação de câmaras de eco ou de filtros-bolha exclusivas e bem desenvolvidas. Porém, não exclui a possibilidade de filtros-bolha individuais, com escolhas do usuário.

Em estudo mais recente, focado também no Twitter, Shore, Baek e Dallarocas (2019) chegam a conclusão de que os usuários mais ativos tendem a ser menos polarizados, postando mais politicamente conteúdo moderado do que leem (SHORE, BAEK & DALLAROCAS, 2019, p. 16). Ainda segundo o estudo, apenas 1% dos usuários que participaram da pesquisa, foram realmente polarizados, conforme pesquisas realizadas anteriormente. Definindo a maioria dos usuários do Twitter como sendo “usuários típicos”, que não pertencem a uma única comunidade, as postagens tendem a ir mais ao centro do que algum lado (direita ou esquerda, no caso do estudo). Já os usuários em que o interesse primário envolve política e notícias seguem um grupo mais diversificado de usuários, mas tendem a publicar conteúdo menos diversificado, o que força uma polarização, mas: “lendo através de um espectro político, mas postando conteúdo com o seu lado”³¹ (SHORE, BAEK, DALLAROCAS & 2019, p. 16). Por fim, o estudo afirma que os usuários no Twitter, ao saberem que o envolvimento com determinado conteúdo, tendem a escolher se envolver ou não com este conteúdo, mesmo tendo um verdadeiro interesse nele.

Os usuários se tornam-se em busca da informação ou de histórias que deseja ouvir ou saber mais. Deste modo, não esperamos mais pelas notícias, como assistir ao noticiário no final do dia, ao invés disso, estamos cada vez verificando notícias para descobrir mais sobre histórias que estamos curiosos a descobrir mais, buscando notícias mais pelas suas histórias do que pelo veículo de comunicação (KOVACH &

³¹ Tradução do autor para: reading across the political spectrum but posting only content aligned with one's own side.

ROSENSTIEL, 2010, p. 173). Assim, o consumo de notícias se torna um processo mais proativo.

Mesmo antes da internet, existem estudos que relatam formas de se informar melhor e possivelmente sair de uma formação de câmara de eco. Voltando-se ao exemplo do noticiário político, Chaparro (1994) afirma que o interesse das fontes é de usarem em proveito próprio os meios e os processos jornalísticos. Por isso,

“Para compreender os significados do quê, do porquê e do como estão escritos os noticiários políticos, o cidadão leitor vê-se obrigado a assinar mais de um jornal e, se for exigente, algumas revistas, para confrontos e complementações. Ou, então, a fazer exercícios especulativos em busca de subtextos, pela associação de falas, fatos e análises” (CHAPARRO, 1994, p. 61).

Enquanto que, com a internet, é preciso uma dieta informacional equilibrado, assim como uma dieta nutricional aonde o muito é ruim e o pouco também. Observando a semelhança de uma dieta nutricional com aquilo que fazemos com a notícia, Clay Johnson (2012) propõe uma dieta da informação. Johnson alerta para o que as pessoas gostam de receber informações que afirmem suas posições e a confirmação de nossas crenças, o que contribui para a formação de comunidades mais fortes (JOHNSON, 2012, L. 263). Buscar o equilíbrio é um desafio constante, já que “as respostas certas – a informação saudável – competem lado a lado com as respostas que podemos querer ouvir, mas que talvez não sejam verdadeiras. Apenas pessoas de educação nutricional elevada podem facilmente perceber a diferença” (JOHNSON, 2012, L. 494).

Ao mesmo tempo em que Johnson afirma que precisamos de uma dieta de informação equilibrada, Kovach & Rosenstiel (2010), veem oito dimensões ou funções que o consumidor de notícias exige do jornalismo, e essas oito dimensões definem a ideia do jornalismo como serviço ou diálogo, conforme o quadro abaixo:

Autenticador	Exigir da imprensa que ajude a autenticar quais fatos são verdadeiros e confiáveis, mesmo sabendo que jornalistas já não são os únicos provedores.
<i>Sense Maker</i>	O jornalismo é adequado para desempenhar o papel de criador de sentido, ou seja, colocar informações em contexto e buscar conexões, para que os

	leitores possam decidir o que as notícias significam para nós.
Investigador	Os jornalistas devem continuar a atuar como investigadores públicos, o que é chamado de papel fiscalizador.
Testemunha	O jornalismo deve, por vezes, simplesmente aparecer e testemunhar eventos. Há coisas, em qualquer comunidade, que devem ser observadas, monitoradas e examinadas.
Autorizador	A imprensa deve fornecer aos cidadãos para alcançar uma nova maneira de conhecer. Isso pode ser exemplificado como parte do público fazendo parte do processo das notícias e não apenas uma audiência.
Agregador Inteligente	A necessidade de um agregador inteligente, na web, que patrulhe em nosso nome e vá além do que os algoritmos nos oferecem. A organização de notícias do futuro deve vasculhar o cenário das informações.
Organizador de Fórum	Jornalistas devem criar espaços para criar conversas e discursos para os cidadãos participarem ativamente.
Modelo	A imprensa antiga servirá de modelo para aqueles que quiserem se tornar jornalistas cidadãos, já que as pessoas procurarão jornalistas para ver como o trabalho é feito.

Quadro 4. Oito dimensões ou funções que se exige do jornalismo. Fonte: o autor, adaptado de KOVACH & ROSENSTIEL, 2010.

Há vários fatores que levam instituições jornalísticas, blogueiros e outros produtores de informação a entregar às pessoas o que elas desejam, mas a principal é, ainda segundo Johnson (2012), o fator financeiro, visto que o público gosta mais de ouvir suas crenças confirmadas do que os fatos.

Assim, há autores que afirmam que a polarização, como resultado das câmaras de eco e dos filtros-bolha, pode não ser alarmante como propunham pesquisas feitas anteriormente. Porém, nenhuma delas afirma, categoricamente, que não estamos mais propensos a um conteúdo ao invés de outro. A principal crítica, dentre os autores aqui mencionados, é que estudos afirmando a polarização por câmaras de eco e de filtros-bolha na internet concentram suas pesquisas em uma plataforma de mídia (por vezes o Twitter ou o Google Notícias), excluindo o universo total dos mecanismos que a internet proporciona. Mas os indícios das câmaras de eco e dos filtros-bolha permanece na internet, assim como na vida “off-line”, visto a polarização do discurso vista nas eleições presidenciais nos Estados Unidos (em 2016) e no Brasil (em 2018). Percebe-se que as pessoas preferem receber informações que confirmem seu viés do que lidar com conteúdo, mesmo que verdadeiro, de um viés diferente (ou contraditório).

Esses dois fenômenos, e suas críticas, são importantes para tentarmos entender o fenômeno que tomou (e toma) conta das mídias sociais: a desinformação e outras vertentes que se relacionam com “notícias falsas” na internet, as quais abordaremos no próximo capítulo deste trabalho. Mas antes precisamos entender a polarização, que é o resultado da câmara de eco e também dos filtros-bolha. Apesar das críticas feitas a esses dois termos, eles ainda são importantes para entendermos alguns fenômenos, como o caso da polarização.

3.7 Em busca da verdade

Conforme já dito nesta dissertação, a verdade nunca foi um conceito certo e definido, podendo existir uma verdade vermelha e outra verdade azul. Porém, como seres humanos, dotados de crenças que são construídas ao longo de nossas vidas, tendemos a misturar nossa compreensão dos fatos com nossas crenças subjetivas, sendo difícil separar “nossos valores, inferências, medos e preconceitos sobre o mundo a partir de nossas respostas”³² (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010, p. 30) quando somos confrontados com perguntas que, através de nossas crenças, já temos possíveis respostas.

³² Tradução do autor para: It is difficult to separate our values, inferences, fears, and prejudices about the world from our answers to such questions.

Assim, os autores fazem uma proposta de uma verificação de notícias, que não só abrange o campo do jornalismo e das notícias, mas sim em todo reino do empirismo, sendo elas:

1 - Que tipo de conteúdo estou encontrando? 2 - As informações estão completas; e se não, o que está faltando? 3 - Quem ou quais são as fontes, e por que devo acreditar nisso? 4 - Que evidência é apresentada e como foi testada ou examinada? 5 - O que pode ser uma explicação ou compreensão alternativa? 6 - Estou aprendendo o que preciso?³³ (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010, p. 30)

Os autores utilizam o termo verdade como ela sendo “uma afirmação do que é mais provável em proporção as evidências disponíveis no momento”³⁴, mas essa verdade pode mudar ao longo do tempo. Para os autores (KOVACH & ROSENSTIEL, 2001), a verdade no jornalismo pode ser considerada como aquele primeiro e mais confuso dos princípios do jornalismo, mesmo sendo unânime, ainda sim é confuso. Para os autores, naquela época, depois de entrevistas realizadas, afirmam que todos os cidadãos e as sociedades dependem de um relato exato e fiel dos acontecimentos “para poderem desenvolver procedimentos e processo que lhes permitam alcançar o que poderá ser designado como verdade funcional” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2011, p. 42) e isso acontece não somente no jornalismo, mas em todas as áreas. Porém as verdades podem ser revistas, mesmo quando já nos regem.

Assim, o “jornalismo pode – e deve – procurar a verdade num sentido que nos permita agir quotidianamente” (KOVACH & ROSENSTIEL, 2001, p. 42). Ao se questionarem se o jornalista deve limitar-se a simples exatidão dos fatos, respondem que um jornalismo construído apenas com base nisso não chega no seu objetivo. Dentre os fatores descritos para isso estão a de que exatidão pode constituir algum tipo de distorção. A exatidão não basta, já que o jornalismo precisa apurar os fatos e dar sentido a eles, mas ela é considerada um dos alicerces do jornalismo.

Por fim, os autores entendem a verdade jornalística como um processo e consideram um erro pular etapas na produção jornalística, sendo preciso primeiro mostrar o que acontecer para, no passo seguinte, passar uma fase interpretativa. No primeiro

³³ Tradução do autor para: 1 – What kind of content am I encountering? 2 - Is the information complete; and if not, what is missing? 3 – Who or what are the sources, and why should I believe them? 4 – What evidence is presented, and how was it tested or vetted? 5 – What might be an alternative explanation or understanding? 6 – Am I learning what I need to?

³⁴ Definição conforme o trabalho de *Howie Schneider's*.

passo, segundo os autores, é necessário eliminar rumores, insinuações, o insignificante e concentrar-se no que é importante e verdadeiro numa história.

3.8 As notícias de segunda mão

Nem todas as notícias a que temos acesso são elaboradas por jornalistas que estiveram num determinado acontecimento. As vezes esses casos são a maioria da página inicial de um site de notícias. A redução de custos, o avanço da tecnologia, o inesperado e as agências de notícias são alguns dos fatores que contribuem para uma notícia ser replicada sem a presença de um jornalista desse site, por exemplo.

Um exemplo citado por Kovach & Rosenstiel (2010), é a história do jornalista Homer Bigart na Guerra do Vietnã, os autores alertam para o que o jornalista considerava importante: para ele os jornalistas tem a responsabilidade de descobrir os fatos para si mesmo e não aceitar a palavra de outras pessoas de segunda mão (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010, p. 26). Assim, cada vez mais as notícias que recebemos são de segunda ou terceira mão, com jornalistas mantidos longe das fontes originais, fazendo com que os consumidores se tornem seus próprios editores e por vezes seus próprios jornalistas, ficando em jogo a questão se aquilo que o receptor escolher é mesmo algo verdadeiro, falso ou meramente uma interpretação de uma notícia.

Isso acontece especialmente nos casos de sites locais, que por sua abrangência, buscam outros tipos de fontes para a postagem de conteúdo. Aplica-se também a sites que surgem na internet com o objetivo de postagem muitas informações durante o dia, mesmo sem ter uma redação definida e poucos (ou nenhum) jornalista para a cobertura de eventos e acontecimentos.

Tendo como objetivo analisar, no caso, as notícias de segunda mão no impedimento da então presidente Dilma, Nunomura (2018), afirma que, entre os jornais analisados,

“A escolha semântica dos títulos e a seleção da imagem fazem toda diferença para um jornalismo que se acomoda em reproduzir a fala de outros veículos. É também por meio deles que se podem notar as estratégias de construção simbólica adotadas pelo discurso midiático” (NUNOMURA, 2018, p. 150).

A tese defendida por Nunomura conclui que, “no pouco espaço que têm para oferecer ao leitor o maior número de notícias possíveis, os jornais locais se acomodaram em trazer conteúdos políticos de segunda mão” (NUNOMURA, 2018, p. 221), isso também podendo ser reproduzido para sites que não possuem redação, endereço físico e

pelo seu tamanho de produção podem se equivaler aos jornais locais (lembrando que no estudo efetuado por Nunomura, os jornais eram impressos (em sua maioria) e já com longa história, redação e reputação dentro de cada uma das comunidades).

Percebemos que não somente sites considerados “pequenos” utilizam de notícias de segunda mão, mas sites de jornais, por exemplo, usam de agências de notícias para noticiar acontecimentos específicos. O que pode vir a diferenciar essas notícias são o seu caráter explícito ou não que ela é uma notícia de segunda mão. Sendo de agência de notícias, é costumeiro trazer o nome da agência. Quando há dados tirados parcialmente de algum texto, confere-se “com informações de”, entre outras possibilidades, outros porém apenas reproduzem algum conteúdo como se fosse próprio, mudando algum aspecto que possa ser interessante ao seu público, como o título, que pode ser fundamental quando falamos em compartilhamento de uma notícia em plataforma de mídias sociais.

Dessa forma, a revisão que Tandoc (2019) faz do termo *fake news* consegue se encaixar no que se propõe esse trabalho. Utilizando o que foi discutido até o momento, definimos para este trabalho como sendo *fake news* artigos que são publicados em sites (esses com endereço que remetem ao jornalismo, com termos news, revista, jornal, entre outros), que contenham algum tipo de conteúdo enganoso e especialmente preconceito partidário, se encaixando na definição de desinformação. Com efeito, podemos afirmar que o boato é algo paralelo ao que definimos como notícia, uma informação não confirmada.

Podemos notar, ao longo desse capítulo, que a desinformação não é algo novo, mas que tomou novas proporções quando usuários tiveram a possibilidade de gerar conteúdo e, com a polarização política, a internet se tornou um campo onde a verdade pode ser colocada em cheque e a mentira ser considerada verdade. Mas mais do que isso, as formas de desinformar tomaram a forma do jornalismo para afetar a vida das pessoas. A política é um dos campos mais afetados por isso. Por decidirem os rumos de um País, notícias que buscam desinformar e deslegitimar um lado, podem se tornar prejudicial a toda uma sociedade.

4 PROPOSTA METODOLÓGICA

Retomando o nosso problema de pesquisa, apresentado na introdução deste trabalho, “como sites da internet estruturam suas notícias, apropriando formato, critérios, e linguagem típicos do jornalismo, de modo a passar informações falsas ou manipuladas como notícias?”, aqui trazemos uma proposta metodológica para que esse questionamento seja respondido e também analisado.

Como o descrito ao longo da fundamentação teórica deste trabalho, o que chamamos de notícia é modificado ao longo do tempo, influenciado por diversos fatores. No estágio atual em que se encontra, faz termos as mais diversas possibilidades de notícias. Estar bem informado, dentro de uma sociedade que busca estar cada vez mais interconectada as diversas possibilidades que a internet trouxe para a sociedade poderiam contribuir para isso, especialmente com a facilidade da criação de sites e neles a possibilidade de inserir texto, imagens e outras alternativas que são possibilitadas, dependendo qual plataforma de criação é usada. E ao mesmo tempo que a internet

contribuiu para uma maior quantidade de informação, também pode vir a servir para que grupos de interesse possam buscar esses espaços para espalhar um discurso que não é um relato próximo da realidade ou do acontecimento que deveria ser relatado e sim espalhar notícias parciais e relatos inverídicos, com os mais variados objetivos.

No Brasil, vários sites buscam comprovar a veracidade das informações que circulam na internet. Como exemplo, podemos citar o Monitor do Debate Público³⁵, Credibilidade³⁶, Comprova³⁷, E-Farsas³⁸, Lupa³⁹ dentre outros que buscam, seja no formato mais acadêmico ou mais técnico, desvendar algumas possíveis notícias falsas, que que também ficou popularmente conhecido como checagem de informações. Mas ao analisar as checagens feitas por esses sites, percebe-se a grande quantidade de informações verificadas de mídias sociais, como Facebook, Twitter e WhatsApp.

Desta forma, foram selecionados cinco sites, sendo eles: Plantão Brasil, Falando Verdades, Revista Fórum, Pleno News e Jornal da Cidade Online. Os sites foram escolhidos por critérios de: aparecerem em sites de checagem de notícias falsas, fazerem o uso de notícia (ou seja, de mensagem textual), terem uma periodicidade de notícias relevantes, usarem o nome (e consequentemente o seu endereço) fazendo referência ao jornalismo ou a notícia e que contenham elementos que mostrem ser um site com a possibilidade de ser produtor de “*fake news*”, como títulos que mostrem serem tendenciosos. Foram escolhidos cinco sites especialmente por entrarem nos critérios, visto que muitos sites começam a apostar no conteúdo em vídeo ou mantêm seu nome com relação explícita a política. O número de sites justifica-se por para buscar um equilíbrio entre lados com tendências políticas opostas. Corroborando para a escolha dos sites, o estudo de Sena & Luvizotto (2019), mostra lista de sites com possível divulgação de *fake news*, além de notícia de Aos Fatos⁴⁰, que indica os sites “noticiosos” mais populares em grupos de WhatsApp por espalharem possíveis *fake news*. Assim, o objeto de pesquisa são sites com que tendem a espalhar *fake news*.

Vimos no decorrer do trabalho que o termo de “*fake news*” foi expandido cada vez mais após a eleição norte-americana de 2016 e posteriormente várias pesquisas buscaram outros termos, alegando que o termo foi banalizado, especialmente por

³⁵ Disponível em: <https://www.monitordigital.org/> Acesso em: 19 dez. 2019.

³⁶ Disponível em: <https://www.credibilidade.org/> Acesso em: 19 dez. 2019.

³⁷ Disponível em: <https://projeto comprova.com.br/> Acesso em: 19 dez. 2019.

³⁸ Disponível em: <http://www.e-farsas.com/> Acesso em: 19 dez. 2019.

³⁹ Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/> Acesso em: 19 dez. 2019.

⁴⁰ Disponível em: <https://aosfatos.org/noticias/sites-de-fake-news-foram-os-mais-populares-em-grupos-de-whatsapp-nas-eleicoes/> Acesso em: 19 dez. 2019.

políticos, quando alguma notícia vai contra a sua imagem (mesmo sendo verdadeira)⁴¹, levando o termo a um possível descrédito. Conforme explicamos nos capítulos anteriores, neste trabalho, compreenderemos “*fake news*” no sentido exposto por Tandoc (2019).

Tandoc (2019) faz uma revisão do termo, levando em consideração os estudos já realizados anteriormente. Para o autor, mesmo muitos países excluindo ou orientando que o termo “*fake news*” não seja usado, ele considera que as “*fake news*” seriam uma forma de “*disinformation*”, segundo a classificação levantado por Wardle & Derakhshan (2018). Ainda segundo Tandoc (2019), o que distingue “*fake news*” das outras formas, é que este conteúdo busca imitar notícias. Numa referência a várias notícias, especialmente quanto a características das mensagens divulgadas em sites, o autor expõe que sites que podem ter “*fake news*” contam com características como um nível de sensacionalismo, busca por cliques, conteúdo enganoso e preconceito partidário, sendo que esse último é aquele com mais engajamento na internet. Há também a percepção de que artigos de notícias falsas tendem a ser mais inovadores que as notícias reais e que “*fake news*” podem inspirar nojo ou surpresa. Entendemos, assim, que o termo de “*fake news*” carrega com si outros elementos além da falsidade, como o uso de um preconceito partidário que, usando elementos que parecem buscar informar, buscam na verdade defender ou atingir um personagem, político ou partido político. Este foi o conceito utilizado para definir as *fake news* nos sites analisados.

Ainda justificando a escolha dos sites para a análise, percebemos que a notícia do site de checagem Aos Fatos⁴², traz dois dos sites escolhidos como sendo os mais populares, em grupos do Facebook, por espalharem “*fake news*”, sendo eles os sites do Plantão Brasil e do Jornal da Cidade Online. Além disso, percebemos que a o site Falando Verdades reproduziu uma possível notícia falsa divulgada também pela Revista Fórum⁴³, outros dois sites a serem analisados. Essa notícia induz, com base no *tweet* de uma jornalista, tendo como fonte a assessoria do então deputado Jair Bolsonaro, que o parlamentar estaria no Rio de Janeiro no dia da morte da vereadora Marielle Franco.

Na semana escolhida, do dia 11 ao dia 15 de novembro de 2019, algumas pautas foram destaque, como a desativação das contas em redes sociais de Carlos Bolsonaro,

⁴¹ Como exemplo, o Presidente Jair Bolsonaro acusa o jornal Folha de São Paulo de ser a maior “*fake news*” do Brasil. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/folha-e-a-maior-fake-news-do-brasil-diz-bolsonaro-a-manifestantes.shtml>> Acesso em: 23 nov. 2019.

⁴² Ver nota 40.

⁴³ Disponível em: <<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-comprou-passagens-para-o-rio-no-dia-do-assassinato-de-marielle-franco/>> Acesso em: 22 dez. 2019.

vereador e filho do Presidente Jair Bolsonaro e ser a semana seguinte da soltura do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Desta forma, esses sites foram escolhidos porque possuem uma estrutura semelhante a sites de jornais e veículos de comunicação que mantêm sites ativos há mais de uma década e já construíram em torno de si reputação e credibilidade, assim também como o uso de endereço de sites semelhantes ou relacionados com os termos “notícias”, “site”, “jornal” ou política, na maioria dos casos. Sendo assim, os sites escolhidos são aqueles que tem a sua principal editoria destinada a assuntos políticos, e que se dividem em dois lados: pró-Bolsonaro (apoiadores do atual presidente) e aqueles pró-Lula (ex-Presidente que teve a sua soltura na sexta-feira anterior ao período de coleta de dados), dois lados políticos diferentes que foram ao segundo turno nas eleições de 2018⁴⁴ (sendo que o indeferimento da candidatura de Lula fez com que Fernando Haddad fosse candidato pelo Partido dos Trabalhadores (PT)).

Assim como existe a facilidade de criação desses sites, fácil também é sua exclusão dos servidores e seu consequente desaparecimento. Com isso, para essa dissertação, buscamos analisar notícias semelhantes de sites que represente dois lados diferentes e buscando, também, que esta notícia tenha repercussão em veículos de comunicação já instituídos no jornalismo brasileiro ao longo do tempo. Para isso, com tudo que até então foi relatado neste no decorrer desta dissertação, serão analisados os elementos que esses sites usam na sua estrutura, sejam esses elementos verbais (o texto em si) ou aqueles não-verbais (como uso de imagens ou vídeos, por exemplo), além de elementos que dizem respeito a forma (como o endereço utilizado, cores, espaço para comentários dentre outros).

Além das eleições, caso em que o uso de todas as formas de comunicação são utilizadas para a obtenção de votos, outros momentos são importantes para grupos políticos (ou com identificação com algum candidato) reafirmarem seu ponto de vista ou mesmo deslegitimar algum lado. A partir disso, observamos que a internet se tornou um ambiente polarizado, onde qualquer evento ou acontecimento torna-se importante para esses lados e isso também reflete em sites que tendem a espalhar desinformação. Como o objeto de pesquisa desta dissertação são os sites, deixa-se de lado a desinformação nas mídias sociais ou plataformas, tendo como base que eles comportam mais os recursos daquilo que entendemos como webjornalismo.

⁴⁴ Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2018/apuracao/presidente.ghtml> Acesso em: 15 dez. 2019.

Desta forma, levando em conta a periodicidade de postagens nos sites, escolhemos sites que exprimem posicionamento no viés entendido como apoiadores do atual Presidente Jair Bolsonaro (pró-Bolsonaro, dois sites) x apoiadores do ex-Presidente Lula (pró-Lula, três sites) no Brasil. A semana analisada compreende os dias 11 a 15 de novembro de 2019, sendo que período se justifica por conta de ser na semana seguinte a soltura do ex-presidente Lula⁴⁵ e terem como destaque na mídia tradicional, assuntos como a saída de Carlos Bolsonaro das redes sociais⁴⁶. Foram escolhidas três notícias de cada site, em especial aquelas que ganharam repercussão na mídia nacional e que contém, especialmente no seu título, como por exemplo o fato de não ser totalmente informativo, alguma tendência dessa notícia ser manipulada ou mesmo falsa. Foram escolhidas três notícias de cada site para analisar eventos diferentes ao decorrer da semana e poder chegar a um número que tragam ao corpus da pesquisa um resultado relevante ao fim da análise.

Para este trabalho, assim, selecionamos os seguintes sites, que continham *fake news*, para analisar:

- Plantão Brasil – Site traz em seu cabeçalho uma alusão a Bandeira Nacional, há guias para assuntos específicos, porém não se encontram dados do site, tais como localização da sede, desde quando atua, quais princípios que o site leva em suas publicações.
- Revista Fórum – A Revista traz um espaço para “Quem somos nós”, que explica o surgimento da Revista, inspirada no Fórum Social Mundial, em 2001, mas desde 2014 atua somente na versão digital. Segundo o site da Revista: “traz, diariamente, matérias, reportagens e entrevistas que buscam uma visão de mundo diferente da presente nos grandes meios de comunicação tradicionais. Hoje é uma das maiores audiências no segmento jornalístico nacional”⁴⁷.
- Falando Verdades – O site traz sua página inicial somente com lista de notícias, o mesmo acontecendo com as poucas guias que o site traz. Não é possível identificar quem e sobre o que é o site, tampouco seus princípios de publicação.

⁴⁵ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/ex-presidente-lula-e-solto-apos-580-dias-pres-na-policia-federal-em-curitiba.shtml>> Acesso em: 12 dez. 2019.

⁴⁶ Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/11/contas-de-carlos-bolsonaro-somem-das-redes-sociais.shtml>> Acesso em: 13 dez. 2019.

⁴⁷ Disponível em: <https://revistaforum.com.br/sobre-a-revista/>. Acesso em 12 dez. 2019.

- Pleno News – Site apresenta endereço fixo, além de uma aba “Quem somos”. Segundo a publicação, é um site lançado no ano de 2017 e “se propõe a ser uma referência segura de conteúdo, principalmente no momento de profusão das *fake news*”⁴⁸. Ainda afirmam que contam com equipe própria de jornalismo e faz parte do Grupo MK de Comunicação.

- Jornal da Cidade Online – Site conta com o nome de um jornalista responsável. Segundo o campo “Institucional” do site, o Jornal tem origem na tradição de um semanário que circulava na cidade de Campo Grande (MS), mas a partir de 2007 somente no formato online e atualmente a equipe, segundo o site, está localizada no Rio Grande do Sul.

Na breve descrição acima, retiradas dos próprios sites, é possível notar que alguns sites buscam formas tradicionais (alguns vindos de outros formatos) de se apresentarem ao público. Mesmo aqueles que não contam descrição de princípios, se existe equipe de jornalistas ou mesmo sede, contam com uma estrutura que, ao leitor mais desatento, pode parecer ser confiável, como o uso de cores, de guias e outros fatores que serão descritos a seguir nesta dissertação. É preciso notar que a maioria dos sites não contam com uma estrutura completa, podendo comprometer a credibilidade do site, sendo esse também um critério de seleção dos sites. Ao chegar aos sites escolhidos, já em suas páginas iniciais é possível identificar algum tipo de posicionamento, indicando um viés de posicionamento político.

O quadro a seguir demonstra o número total de postagens feitas por esses sites. Como não é possível analisar todas as matérias, para esta dissertação, escolhemos o número de 15 notícias. As matérias foram escolhidas de acordo com os seguintes critérios: Deveriam fugir do texto explicitamente opinativo, tratar sobre a política nacional (visto que conflitos internacionais, como na Bolívia, foram destaque na semana), ter, em seu conteúdo, “*fake news*” relacionadas a eventos que ganharam repercussão nos veículos de comunicação jornalísticos que já são tradicionais no Brasil.

Site	Endereço	Nº Postagens	Viés	Postagens falsas ou manipuladas

⁴⁸ Disponível em: <https://pleno.news/quem-somos>. Acesso em 12 dez. 2019.

Plantão Brasil	https://www.plantaobrasil.net/default.asp	65	Pró-Lula	10
Revista Fórum	https://revistaforum.com.br/	229	Pró-Lula	39
Falando Verdades	https://falandoverdades.com.br/	29	Pró- Lula	14
Pleno News	https://pleno.news/	108	Pró- Bolsonaro	43
Jornal da Cidade Online	https://www.jornaldacidadeonline.com.br/	73	Pró- Bolsonaro	34

Quadro 5. Sites escolhidos para a análise. Fonte: o autor.

O quadro acima demonstra o número total de postagens de cada site no período compreendido de 11 a 15 de novembro de 2019, porém selecionamos apenas três notícias de cada site. Desta forma, ao total foram publicadas um total 504 notícias que se encontravam na lista de notícias na semana já referida, mas o número de notícias com potencial de terem elementos falsos ou manipulados contabiliza em 140. Como dissemos, as notícias que foram escolhidas observando elementos que caracterizam seu conteúdo como “*fake news*”.

4.1 Método de Análise

Para estudar o objeto desta pesquisa, trabalharemos com a análise do conteúdo (BARDIN, 2016). A análise de conteúdo será utilizada, principalmente, para a categorização dos elementos das notícias e dos sites escolhidos. A categorização “é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto por diferenciação e, em seguida, por reagrupamento segundo gênero (analogia), com os critérios previamente definidos” (BARDIN, 2016, p. 157). Ainda segundo a autora, um bom conjunto de categorias deve seguir algumas qualidades, que são: a exclusão mútua (cada elementos não pode existir em mais de uma divisão), a homogeneidade (num mesmo conjunto categorial só se pode funcionar com um registro e com uma dimensão da análise), a

pertinência (quando está adaptada ao material de análise escolhido, e quando pertence ao quadro teórico definido), a objetividade e a fidelidade (os materiais devem ser codificados da mesma maneira, mesmo quando submetidas a várias análises), a produtividade (um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis).

Para a análise deste trabalho, buscamos primeiramente observar os site quanto a sua estrutura, fazendo uma análise de suas cores, cabeçalho e elementos que fazem parte de todas as notícias.

Quanto a estrutura do site:

- Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros;
- Cores utilizadas;
- Opções para o compartilhamento de textos;
- Uso de *Google AdSense*, propagandas, doações ou assinatura do site.

Os elementos propostos a serem analisados remetem ao uso da linguagem não-verbal, ou seja, o uso de cores, a estrutura para hiperlinks, mecanismos de recomendação e de compartilhamento da notícia, assim como elementos que possam ser específicos de determinado site, como o uso de propagandas ou pop-ups. Esses elementos podem servir para um site lembrar sites noticiosos já reconhecidos.

Já as matérias foram analisadas de acordo com os critérios a seguir:

- Uso de *lead* ou retransa;
- Situar o leitor da situação;
- Uso de fontes;
- Linguagem em terceira pessoa;
- Tamanho de parágrafos;
- Não adjetivação;
- Buscar fugir do texto opinativo;
- Matérias assinadas ou não;
- Uso de hiperlinks para ligações externas;
- Uso de imagens ou material gráfico próprio;
- Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas.

Relacionada com a linguagem, torna-se importante ver o uso do *lead*, (FONTCUBERTA, 1999; FRANCO, 2008), que serve para conduzir a notícia no

primeiro parágrafo, para analisar se os elementos conseguem ser utilizados com o intuito de situar o leitor, analisar o uso do título (DOUGLAS, 1966) e de que forma ele é estruturado. É preciso verificar a credibilidade através do uso de fontes (assim como também indicar fontes de outros sites) (GOMES, 2000; TUCHMAN, 2016; NASCIMENTO, 2009; CHAPARRO, 2003; CHARAUDEAU, 2007; BENETTI, 2008) ou testemunhas oculares que estavam no local do acontecimento. O uso de hiperlinks (para a confirmação e mais informações), aspecto do webjornalismo (CANAVILHAS, 2006, 2001; CANAVILHAS, BACCIN & SATUF, 2017; BARBOSA & TORRES, 2013; MIELNICZUK, 2003), imagens próprias ou de outras formas podem servir para confirmar o acontecimento. A linguagem não-verbal (GOMES, 2000), caracterizada neste momento por uso de imagens, materiais gráficos, vídeos e outras formas, também servem para dar sentido a linguagem e para quem ler determinada notícia. Por serem considerados (ou parecerem) como sites jornalísticos, esses sites podem buscar o uso de assinatura de possíveis jornalistas para a notícia agregar para si determinada credibilidade.

Desta forma, podemos classificar nossas matérias segundo o que definimos em nosso referencial teórico, como os valores-notícias presentes em cada notícia selecionada, além dos elementos de um texto que tem a sua função informativa (que é inerente do jornalismo).

5. ANÁLISE

Para a análise dos dados coletados, cada site será observado separadamente, começando com a sua estrutura geral, ou seja, o começo de cada análise será destinado a ao site conforme ele se apresenta em sua estrutura, ou seja, cores, recursos, opções de compartilhamento e dados que podem ser relevantes para este trabalho. Desta forma os dados estão separados por cada site e serão mostrados os dados do site e, posteriormente, as três notícias de cada site, sendo possível identificar, nesses casos, os elementos da mensagem de cada uma das notícias. Por último, cada notícia que for analisada, além do quadro para apontar os elementos utilizados, será acompanhada de uma captura de tela de toda a notícia, começando do cabeçalho até o possível comentário ou mesmo quando começam as propagandas, dependendo do caso específico.

5.1 Dados

5.1.1 Plantão Brasil



Figura 3. Captura de tela do cabeçalho da página inicial do site Plantão Brasil.

Confirmando o clima de polarização instituído no Brasil, as notícias observadas durante a semana giram em torno da política nacional. Dentre o total de 65 postagens, se incluem nos critérios de serem notícias relacionadas a política nacional, para uma possível análise 11 notícias. Assim, para começo de análise, conseguimos traçar o seguinte quadro das funcionalidades gerais e a estrutura do site:

Plantão Brasil	
Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros	O site, em seu endereço traz a palavra “Plantão News”, que remete diretamente a uma notícia de última hora, factual. Traz no cabeçalho um logotipo que remete a Bandeira Nacional (inclusive em suas cores), link para as mídias sociais e um capo de busca. Usa as guias: Brasil, Denúncias, Economia, Mundo, Opinião, Pesquisas. “PIG”, Poder e Política.
Cores utilizadas	A cor predominante é o azul em diversos tons, assim como sites de veículos e comunicação como Folha de São Paulo, O Globo e O Estado de São Paulo.
Opções para o compartilhamento de textos	Essa opção é oferecida ao usuário logo no começo da notícia, podendo também ter acesso ao número de pessoas que fizeram o compartilhamento no Twitter, Facebook, Google+ e uma aba com o total de compartilhamento utilizando aquelas ferramentas.
Uso de Google AdSense, propagandas, doações ou assinatura do site	Faz o uso de diversas propagandas do Google AdSense, além de um banner para doar ao site, “APOIE O PLANTÃO BRASIL”.

Quadro 6. Análise do site Plantão Brasil quanto a sua estrutura. Fonte: o autor.

O site conta com diversas possibilidades de propaganda, espaço para a doação e para o compartilhamento de suas notícias. Porém não há uma forma institucionalizada de jornalismo (com redação, jornalista responsável por uma notícia), antes pelo contrario, há um posicionamento (ao final de cada matéria) informando que são contra Bolsonaro e a

direita fascista, incentivando os leitores a se inscreverem em seu canal do Youtube⁴⁹ e lá ele esclarece que o site foi criado em 2013, para espalhar notícias que saiam em nota de rodapé ou fontes da mídia tradicional (mas não sendo destaque), alegando que eram notícias verdadeiras. No vídeo de apresentação⁵⁰, Thiago dos Reis, diz que não é jornalista, mas cursou um ano de jornalismo e um ano de marketing, mas hoje cuida de uma empresa. O canal conta com 143 mil inscritos e ao menos dois vídeos produzidos por semana.

Desta forma, selecionamos três notícias desse site para serem analisadas. Essas notícias passaram pelo critério de: serem notícias que ganharam algum tipo de espaço na mídia tradicional, fogem de textos explicitamente de opinião ou assinados.

Notícia 1 – 11 de novembro de 2019 – 16h28min

“Bolsonaro está apavorado com Lula Livre e ameaça prendê-lo”⁵¹

O *lead* da notícia traz informações como o dia e o motivo do possível uso da Lei de Segurança Nacional contra o ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva, porém sem mais detalhes e sem complementar as perguntas que são inerentes ao *lead*. Nos próximos três parágrafos a notícia abre aspas ao presidente, tiradas do site O Antagonista⁵², apenas encerrando a matéria com um parágrafo com uma fala do ex-Presidente enquanto discursava após sua soltura.

A declaração do Presidente realmente aconteceu, concedida em entrevista exclusiva ao site Antagonista no Palácio da Alvorada. Ao fim da matéria, a contagem de visualizações da notícia (8.553), a notícia traz como “Fonte” o site Brasil247. Conferimos a essa notícia de segunda mão (ou terceira mão, já que o site Brasil247 recorre ao site O Antagonista), porém a mudança de título se torna diferencial, já que na notícia do Brasil247 o título é o seguinte: “Bolsonaro ameaça usar Lei de Segurança Nacional contra

⁴⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC3-JLGJpMKwymQoRFJMkgSg> Acesso em 12 dez. 2019.

⁵⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=117&v=TGNRqtHwSGc Acesso em 12 dez. 2019.

⁵¹ Disponível em: <https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106404> Acesso em 11 dez. 2019.

⁵² Disponível em: <https://www.oantagonista.com/brasil/exclusivo-a-lei-de-seguranca-nacional-esta-ai-para-ser-usada-diz-bolsonaro-sobre-lula/> Acesso em: 12 dez. 2019.

Lula”⁵³, enquanto que o título de nossa análise refere-se a um possível pavor do atual Presidente a liberdade de Lula.

Por mais que traga em seu nome “Plantão”, o que remete a notícias factuais, ao leitor que for navegar pela página pode perceber o posicionamento deste site, visto que antes mesmo de terminar a notícia (com a indicação de fonte), existem dois pontos que chamam a atenção. O primeiro traz o seguinte: “Se você quer ajudar na luta contra Bolsonaro e a direita fascista, inscreva-se no canal do Plantão Brasil no YouTube”, enquanto que o segundo ponto que mostra um posicionamento do site é: “**O Plantão Brasil** é um site independente. Se você quer ajudar na luta contra o golpismo e por um Brasil melhor, **compartilhe com seus amigos e em grupos de Facebook e WhatsApp**. Quanto mais gente tiver acesso às informações, menos poder terá a manipulação da mídia golpista”. O uso do negrito mostra o interesse do site em ter suas notícias veiculadas nesses dois canais, onde o título é algo importante, sendo que a notícia pode não ser lida, mas repassada por conta do que diz em sua chamada.

Enquanto a mensagem da notícia, podemos estruturar no seguinte quadro:

Plantão Brasil	
Uso de <i>lead</i> ou retransca	Limitado.
Situar o leitor da situação	Não situa o leitor.
Uso de fontes	Não utiliza nenhuma fonte ocular e de nenhum outro tipo.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso, mas utiliza de aspas na maioria do texto.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	O título do texto traz “apavorado”, adjetivando o Presidente.
Buscar fugir do texto opinativo	Não existe nenhum traço no texto, fora o título que remetem a uma possível opinião.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, mas indicação de seguir um perfil no Twitter (possivelmente do responsável)

⁵³ Disponível em: <https://www.brasil247.com/brasil/bolsonaro-ameaca-usar-lei-de-seguranca-nacional-contralula> Acesso em: 12 dez. 2019.

Uso de hiperlinks para ligações externas	Mesmo sendo de segunda mão, não há nenhum link para a matéria em que foram retiradas as informações.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens dos personagens que ilustram a notícia.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Faz propaganda de um vídeo, porém de outro assunto.
Notícia de segunda mão	Sim.

Quadro 7. Análise da notícia 1 do site Plantão Brasil. Fonte: o autor.

Após a análise da notícia 1, podemos observar esses elementos na notícia original, conforme a captura total da notícia, que segue:

11/11/2019 16:28

Bolsonaro está apavorado com Lula Livre e ameaça prendê-lo

[Twitter](#) 0
 [Facebook](#) 0
 [Google+](#) 0
 [Total](#) 0



Jair Bolsonaro ameaçou nesta segunda-feira, 11, utilizar a Lei de Segurança Nacional contra o ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, que, após ganhar liberdade, promete rodar o País denunciando o desmonte do estado e a perda da soberania nacional promovida pelo governo Bolsonaro.

"Temos uma Lei de Segurança Nacional que está aí para ser usada. Alguns acham que os pronunciamentos, as falas desse elemento, que por ora está solto, infringem a lei. Agora, nós acionaremos a Justiça quando tivermos mais do que certeza de que ele está nesse discurso para atingir os seus objetivos", disse Bolsonaro em entrevista ao site O Antagonista.

"Você pode ver no Chile, o presidente Piñera demitiu todos seus ministros, pediu perdão e continua a mesma coisa. Na Argentina, não houve nenhum badernaço, porque já era uma tendência a turma da Cristina voltar ao poder como voltou. Então, acredito que não tenha problema. Agora tem que se preparar porque, na América do Sul, o Brasil é a cereja do bolo", acrescentou Bolsonaro.

Para Bolsonaro, a situação ficará complicada se o Brasil "entrar em convulsão". "Você pode ver no dia de ontem, agora você tem o Foro (Grupo) de Puebla, mudou de nome o Foro São Paulo, esteve reunido na Argentina. Estava lá o Mercadante, Dilma Rousseff, e gente da América do Sul toda, por meio da Argentina, (para) continuar com essa política de grande pátria bolivariana, ou uma só a América do Sul. Mas o objetivo é sempre o mesmo", afirmou.

Em discurso emocionado no Sindicato dos Metalúrgicos, em São Bernardo do Campo, um dia após deixar a prisão, Lula faz críticas pesadas ao governo Bolsonaro e chama a militância para a luta: "a gente não pode ter medo"

[Clique aqui para entrar no grupo de WhatsApp e receber imagens, vídeos e notícias contra Bolsonaro e o fascismo.](#)

[Seguir @RealThiagoReis](#)

APOIE O PLANTÃO BRASIL - Clique aqui!

Se você quer ajudar na luta contra Bolsonaro e a direita fascista, inscreva-se no canal do Plantão Brasil no YouTube.



VÍDEO: VAZA JATO de hoje é uma BOMBA, detalhes da delação de Cunha que Sergio Moro enterrou:



O Plantão Brasil é um site independente. Se você quer ajudar na luta contra o golpismo e por um Brasil melhor, [compartilhe com seus amigos e em grupos de Facebook e WhatsApp](#). Quanto mais gente tiver acesso às informações, menos poder terá a manipulação da mídia golpista.

8553 visitas - Fonte: Brasil247

Figura 4. Captura de tela da notícia 1 do site Plantão Brasil.

Notícia 2 – 12 de novembro de 2019 – 18h29min

“Derrota de Moro e bolsonaristas: Maia põe fim à palhaçada da segunda instância”

A notícia traz um *lead* em que fala que o Presidente da Câmara, Rodrigo Maia, se opõe sobre qualquer nova constituinte. Porém o hoje não traz consigo data, não situando o leitor e a declaração não abarcaria somente a segunda instância, mas sim uma constituinte. A notícia do Plantão Brasil traz quatro parágrafos, derivados da notícia de primeira mão do UOL⁵⁴ que conta com oito parágrafos e consegue situar o leitor do que está por acontecer.

Percebemos que o site utilizou apenas as declarações que interessavam ao possível público receptor desta notícia, visto que não há contexto e nem os próximos passos de uma possível constituinte.

Plantão Brasil	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Limitado.
Situar o leitor da situação	Não situa o leitor.
Uso de fontes	Não utiliza nenhuma fonte ocular e de nenhum outro tipo.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso, mas utiliza de aspas na maioria do texto.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	O título do texto traz “palhaçada”, reforçando uma opinião.
Buscar fugir do texto opinativo	Não existe nenhum traço no texto, fora o título que remetem a uma possível opinião.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, mas indicação de seguir um perfil no Twitter (possivelmente do responsável)

⁵⁴ Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/politica/ultimas-noticias/2019/11/12/maia-se-opoe-a-alcolumbre-e-diz-e-contrario-a-possivel-nova-constituente.htm> Acesso em 12 dez. 2019.

Uso de hiperlinks para ligações externas	Mesmo sendo de segunda mão, não há nenhum link para a matéria em que foram retiradas as informações.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens dos personagens que ilustram a notícia.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Faz propaganda de um vídeo, porém de outro assunto.
Notícia de segunda mão	Sim.

Quadro 8. Análise da notícia 2 do site Plantão Brasil. Fonte: o autor.

Depois de toda a matéria, existem a contagem de visualizações de todas as notícias. A segunda notícia chegou na marca de 247.938 cliques, um número elevado se comparado com a primeira notícia analisada nesta dissertação.

12/11/2019 18:29

Derrota de Moro e bolsonaristas: Maia põe fim à palhaçada da segunda instância

Twitter 0 Facebook 0 Google+ 0 Total 0



O presidente da Câmara, Rodrigo Maia (DEM-RJ), disse hoje que se opõe a qualquer debate sobre a realização de uma nova Constituinte no país. Essa ideia foi aventada pelo chefe do Senado e do Congresso, Davi Alcolumbre (DEM-AP), após ser questionado se o Parlamento daria prioridade à pauta da prisão em segunda instância.



Seu Mac pode usar o Catalina? [@x](#)

Anúncio Guia fácil para atualizar para o macOS Catalina. Siga estas 3 dicas...

CleanMyMac X

[Abrir](#)

Na visão do congressista, convocar uma Assembleia Constituinte poderia acarretar em "restrições de liberdade". "Não é o melhor caminho. Uma mudança constitucional pode ser instrumento inclusive de restrições de liberdade. Temos uma Constituição que tem coisas boas e ruins. Coisas que precisam ser modificadas e coisas que precisam ser preservadas."



Invenção Japonesa Genial Permite-lhe Falar Instantaneamente 43... [@x](#)

Anúncio get-enence.com

[Abrir](#)

A Constituinte é o órgão colegiado cujo objetivo é redigir ou reformar um texto constitucional. No Brasil, a Assembleia que resultou na Carta Magna de 1988 foi o marco da redemocratização.

Maia ressaltou que respeita a posição de Alcolumbre, mas que não vê "brecha" para um movimento desse tipo. "Discordo desse assunto. O Brasil tem uma Constituição que é jovem ainda. A gente tem dificuldade para encontrar até na Constituição uma brecha para esse assunto."

Clique aqui para entrar no grupo de WhatsApp e receber imagens, vídeos e notícias contra Bolsonaro e o fascismo.

[Seguir @RealThiagoReis](#)

APOIE O PLANTÃO BRASIL - Clique aqui!

Se você quer ajudar na luta contra Bolsonaro e a direita fascista, inscreva-se no canal do Plantão Brasil no YouTube.



VÍDEO: VAZA JATO de hoje é uma BOMBA, detalhes da delação de Cunha que Sergio Moro enterrou:



O Plantão Brasil é um site independente. Se você quer ajudar na luta contra o golpismo e por um Brasil melhor, **compartilhe com seus amigos e em grupos de Facebook e WhatsApp**. Quanto mais gente tiver acesso às informações, menos poder terá a manipulação da mídia golpista.

247938 visitas - Fonte: Uol

Figura 5. Captura de tela da notícia 2 do site Plantão Brasil.

Notícia 3 – 12 de novembro de 2019 – 09h05min

“Carlos Bolsonaro apaga todas as redes sociais; está apavorado com a CPI das Fake News”

Na terça-feira, dia 12 de novembro, Carlos Bolsonaro (um dos filhos do Presidente) que é um dos responsáveis pelas mídias sociais do Presidente, deletou suas contas em diversas mídias, retornando menos de um mês, mas sem dar nenhuma explicação do fato. Mesmo remetendo a uma notícia já publicada pelo site Brasil247⁵⁵, existem diferenças que podem explicar a preferência de um usuário compartilhar uma notícia. Isso fica claro quando observamos os títulos de ambos os sites. Enquanto o site que serve de fonte traz no título “Alvo da CPI das fake news, Carlos Bolsonaro apaga suas contas nas redes sociais”, a notícia do site analisado inverte e coloca em seu título algum tipo de opinião: “Carlos apaga todas as redes sociais; está apavorado com a CPI das Fake News”.

O site utiliza todos os recursos do site de origem, não emitindo nenhuma opinião, modificando apenas o título, o que pode ser algo pequeno, mas que se torna importante pois é ele que ganha o maior destaque quando alguma notícia é compartilhada nas mídias sociais ou mesmo em troca de mensagens.

Plantão Brasil	
Uso de <i>lead</i> ou retransa	Possui <i>lead</i> .
Situar o leitor da situação	Situa o leitor.
Uso de fontes	Não utiliza nenhuma fonte ocular e de nenhum outro tipo.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	O título do texto traz “apavorado”, reforçando uma opinião.

⁵⁵ Disponível em: <https://www.brasil247.com/midia/carlos-bolsonaro-apaga-todos-os-seus-perfis-nas-redes-sociais> Acesso em 12 dez. 2019.

Buscar fugir do texto opinativo	Não existe nenhum traço no texto, fora o título que remetem a uma possível opinião.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, mas indicação de seguir um perfil no Twitter (possivelmente do responsável)
Uso de hiperlinks para ligações externas	Mesmo sendo de segunda mão, não há nenhum link para a matéria em que foram retiradas as informações.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens de Carlos, diferente do site de primeira mão.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Faz propaganda de um vídeo, porém de outro assunto.
Notícia de segunda mão	Sim.

Quadro 9. Análise da notícia 3 do site Plantão Brasil. Fonte: o autor.

Por fim, percebemos que o site Plantão Brasil, nas notícias analisadas e na grande maioria do total de notícias coletadas no período, faz o uso de notícias de diversos sites, alguns informativos, como do portal UOL, e outros mais ligados ao campo político da direita (O Antagonista) e a maioria do site Brasil247 (considerado um site de apoio ao ex-Presidente Lula).

Percebemos que as notícias analisadas não se caracterizam como falsas, mas podem levar a uma desordem de informação, especialmente referente aos títulos. Como a maioria são de notícias de segunda mão, os fatos já são de conhecimento das pessoas, porém a abordagem, feita especialmente através do título, pode mudar a concepção de que a notícia inicial foi produzida. Por não possuir redação ou mesmo jornalista responsável, a única alteração se torna mesmo a mudança de título ou algumas frases da opinião do proprietário.

12/11/2019 09:05

Carlos Bolsonaro apaga todas as redes sociais; está apavorado com a CPI das Fake News

Twitter 0 Facebook 0 Google+ 0 Total 0



Um dos principais alvos da CPI das Fake News, Carlos Bolsonaro, o 02, articulador da presença do pai e do governo nas redes sociais, apagou na manhã desta terça-feira (12) todas as suas contas nas redes sociais. Não houve explicação oficial até agora. O perfil @CarlosBolsonaro não existe mais no Twitter.

PORTO SEGURO
saíndo de Porto Alegre

R\$609

Confira

Licenciado de seu mandato na Câmara Municipal do Rio de Janeiro, Carlucho, como Carlos é conhecido, vinha se dedicando à atividade de digital influencer nas redes sociais, criando diversos problemas para o pai, Jair Bolsonaro.

Além de seus perfis nas redes e da influência sobre a comunicação digital do governo Bolsonaro, Carlos é responsável por vários dos tweets que são postados no perfil de Jair Bolsonaro -em geral, os mais agressivos contra a esquerda e a oposição.

PORTO SEGURO
saíndo de Porto Alegre

R\$609

Confira

Ele é um dos líderes da ala mais radical do bolsonarismo, aliado do escritor-astrólogo Olavo de Carvalho.

Clique aqui para entrar no grupo de WhatsApp e receber imagens, vídeos e notícias contra Bolsonaro e o fascismo.

Seguir @RealThiagoReis

APOIE O PLANTÃO BRASIL - Clique aqui!

Se você quer ajudar na luta contra Bolsonaro e a direita fascista, inscreva-se no canal do Plantão Brasil no YouTube.



VÍDEO: VAZA JATO de hoje é uma BOMBA, detalhes da delação de Cunha que Sergio Moro enterrou:



O Plantão Brasil é um site independente. Se você quer ajudar na luta contra o golpismo e por um Brasil melhor, **compartilhe com seus amigos e em grupos de Facebook e WhatsApp**. Quanto mais gente tiver acesso às informações, menos poder terá a manipulação da mídia golpista.

94977 visitas - Fonte: Brasil247

Figura 6. Captura de tela da notícia 3 do site Plantão Brasil.

5.1.2 Revista Fórum

Seguindo os sites escolhidos para a análise nesta dissertação, a Revista Fórum foi considerada como um site que tende a ser do viés pró-Lula. Isso se explica pela sua origem, no Fórum Social Mundial, ligado historicamente a ala do campo político da esquerda no Brasil. Diferente do site analisado anteriormente, conseguimos observar na revista menos notícias de segunda mão e muitas notícias assinadas “Da Redação”.

Há sites de notícias, como o caso do site de notícias ligado ao Grupo Globo “G1” que tem em sua cor principal o uso do vermelho, assim como o site da Revista Exame, mas não são maioria. Porém cor vermelha é predominante na Revista Fórum.



Figura 7. Captura de tela do cabeçalho do site da Revista Fórum

Em sua página inicial há poucas guias com assuntos, sendo possível observar algumas abas dentro das guias principais. Logo no cabeçalho é possível identificar o apelo que o site faz em busca de apoiadores para se manter online e fazendo uma produção jornalística.

Revista Fórum	
Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros	Um cabeçalho limpo, apenas com o nome da Revista em vermelho, link para as mídias sociais, “quem somos”. Há poucas editorias principais, mas que segmentam em: Política, Brasil, Movimentos, Direitos, Global, LGBTI, Mulher, Cultura, Podcasts, Blogs e Colunistas.

Cores utilizadas	O site se mantém limpo nas cores, utilizando apenas as cores branco e vermelho.
Opções para o compartilhamento de textos	Essa opção é oferecida ao usuário logo no começo da notícia, e o compartilhamento pode ser feito através do Twitter, do Facebook e também para o WhatsApp.
Uso de Google AdSense, propagandas, doações ou assinatura do site	Faz o uso de diversos espaços para propagandas do Google AdSense, além de um banner para doar ao site, na forma de ser um apoiador ou um #SÓCIOFÓRUM, no começo de cada notícia postada.

Quadro 10. Análise do site Plantão Brasil quanto a sua estrutura.

O número de publicações feitas pelo site se mostra superior aos outros sites analisados nesta dissertação. Ao total, do dia 11 ao dia 15 de novembro, foram 229 publicações, sendo que destas, 38 tratavam de política nacional e não tinham como base um texto de opinião. Do mesmo modo, foram escolhidas três matérias que podem gerar alguma desordem informativa para os leitores.

Notícia 1 – 11 de novembro de 2019 – 21h22min

“Descontrolado, Eduardo Bolsonaro diz que vai virar governador e ataca PT”

Segundo o Jornal O Globo⁵⁶, em matéria publicada no mesmo dia, originalmente as 19h28min, traz a informação de que o parlamentar Eduardo Bolsonaro afirmou que “será eleito”, em debate na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ), naquela tarde. Porém, notamos que a notícia veiculada pela Revista Fórum não faz menção ao O Globo, sendo uma matéria de “redação”, porém as falas da CCJ diferem do texto de O Globo.

⁵⁶ Disponível pelo link: <https://oglobo.globo.com/brasil/apos-embate-com-pt-eduardo-bolsonaro-diz-que-sera-eleito-governador-24075267> Acesso em: 12 dez. 2019.

A Revista traz no título a palavra “virar” e utiliza de um retransa para informar ao leitor onde a declaração foi feita e qual a comparação feita pela parlamentar. Porém o *lead* apenas repete informação que já foi dada na retransa, apenas acrescentando que “o descontrole da ala bolsonarista do Congresso desde que Lula foi solto é cada vez mais notório”. Ao mesmo tempo que a soltura do ex-Presidente aconteceu apenas um final de semana antes do debate na CCJ, ou seja, o “cada vez mais notório” traz consigo um possível sentimento de opinião.

Revista Fórum	
Uso de <i>lead</i> ou retransa	Sim.
Situar o leitor da situação	O uso da retransa faz a leitura ser mais completa.
Uso de fontes	Não utiliza nenhuma fonte ocular, aspas de declarações feitas na CCJ.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso, mas utiliza de aspas na maioria do texto.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	No título traz a palavra “virar” e no primeiro parágrafo utiliza uma percepção pessoal.
Buscar fugir do texto opinativo	No <i>lead</i> há uma opinião pessoal.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, por “Redação”.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Mesmo sendo de segunda mão, não há nenhum link para a matéria em que foram retiradas as informações.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens dos personagens que ilustram a notícia.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Faz propaganda de um vídeo, porém de outro assunto.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 11. Análise da notícia 1 do site Revista Fórum. Fonte: o autor.




Assuntos ▾
Podcasts
Blogs ▾
Colunistas ▾
Seja um apoiador

Anúncio fechado por Google

Não exibir mais este anúncio
Anúncio? Por quê? ⓘ

SEJA #SÓCIOFÓRUM
Apoie o jornalismo livre e independente

HOME
POLÍTICA

11 DE NOVEMBRO DE 2019, 21H22

Descontrolado, Eduardo Bolsonaro diz que vai virar governador e ataca PT

Declaração foi feita na Comissão de Constituição e Justiça; o filho do presidente também acusou o Partido dos Trabalhadores de ser responsável pela morte do ex-prefeito de Santo André, Celso Daniel



Foto: Luis Macedo/Câmara dos Deputados

Por Redação





O descontrolo da ala bolsonarista do Congresso desde que Lula foi solto é cada vez mais notório. O filho do presidente da República, Eduardo Bolsonaro, fez um discurso raivoso na Comissão de Constituição e Justiça (CCJ) da Câmara nesta segunda-feira (11), no qual afirmou que será governador e acusou o PT de ser responsável pela morte do ex-prefeito de Santo André, Celso Daniel.

O que provocou a ira de Eduardo foi a fala da deputada Érika Kokay (PT-DF), que perguntou onde está Fabrício Queiroz, ex-assessor do senador Flávio Bolsonaro (PSL-RJ) na Assembleia do Rio de Janeiro, envolvido em movimentações financeiras "suspeitas", entres outros delitos.

"Falou anteriormente aqui a deputada que virou ré na semana passada por rachadinha. Está querendo falar de Queiroz. O PT é o partido que mandou matar Celso Daniel. Todo mundo sabe disso". Segundo a Polícia Civil de São Paulo, a morte do prefeito de Santo André tratou-se de crime comum.

O discurso de Bolsonaro causou indignação dos petistas que disseram que vão processá-lo pela declaração. "Pode mandar. Só enche a minha bola. Cuidado que eu vou ser eleito governador. Fizeram isso com Jair Bolsonaro e não funcionou. Obrigado, PT. Quanto mais vagabundo estiver me acusando na Justiça, melhor para mim", disparou.

Segundo a Constituição Federal, enquanto o seu pai, Jair Bolsonaro, for presidente ele não pode ter cargo majoritário.

Figura 8. Captura de tela da notícia 1 do site Revista Fórum.

Notícia 2 – 11 de novembro de 2019 – 22h29min

“Em novo ataque, Bolsonaro vai cobrar INNS de desempregados”

No dia 11 de novembro o Presidente anuncia uma medida provisória com novas formas de contribuição para a previdência social. As alíquotas para quem está sob o prazo de seguro-desemprego (até seis meses após perder o emprego) podem variar de 7,5% até 8% sobre o salário, porém esse tempo de contribuição continuará contando para uma futura aposentadoria e seus cálculos. Isso segundo notícia publicada no mesmo dia pelo site do UOL⁵⁷.

O título da notícia da Revista Fórum pode ser real, visto que aqueles que fazem uso do seguro-desemprego estão desempregados, porém deixa entender, sem explicar de imediato, que essa cobrança será feita daqueles que tem algo a receber. Na retransa é possível observar que o site da Revista Fórum traz a informação que a contrapartida do Governo seria de isentar patrões de impostos trabalhistas, podendo aí já estar um posicionamento da publicação.

O *lead* não informa diretamente sobre o fato, mas traz dados do desemprego e da possível obrigatoriedade cobrança de INSS de quem está sob o efeito do seguro-desemprego. Ao longo do texto, a publicação esclarece que se trata do programa Emprego Verde Amarelo.

Revista Fórum	
Uso de <i>lead</i> ou retransa	Uso do <i>lead</i> para contrapor o título, <i>lead</i> mais opinativo.
Situar o leitor da situação	Situa o leitor a partir do segundo parágrafo.
Uso de fontes	Não utiliza nenhuma fonte e nem referência a nenhuma outra notícia.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	Não adjetiva explicitamente.

⁵⁷ Disponível pelo link: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2019/11/11/quem-recebe-seguro-desemprego-pagara-75-de-inss.htm> Acesso em: 12 dez. 2019.

Buscar fugir do texto opinativo	No <i>lead</i> há uma opinião pessoal, além de dados além da informação principal.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, por “Redação”.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não há o uso de ligações externas.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagem para ilustrar a notícia.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não utiliza.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 12. Análise da notícia 2 do site Revista Fórum. Fonte: o autor.

A estrutura dessa notícia se assemelha a uma notícia factual e no decorrer esclarece o real sentido da medida provisória assinada pelo Governo. Mas o título e o primeiro parágrafo, costumeiramente o que mais é lido em uma notícia, pode levar o leitor a uma confusão, visto que o termo desempregado remete àquelas pessoas sem nenhum tipo de renda que estão no mercado de trabalho.




Assuntos ▾ Podcasts Blogs ▾ Colunistas ▾

Seja um apoiador



SEJA #SÓCIOFÓRUM Apoie o jornalismo livre e independente

HOME POLÍTICA

11 DE NOVEMBRO DE 2019, 22H29

Em novo ataque, Bolsonaro vai cobrar INSS de desempregados

Em contrapartida, o presidente tenta isentar patrões de impostos trabalhistas



Foto: Reprodução

Por Redação





O Brasil registra atualmente mais de 13 milhões de desempregados. E dessa massa de pessoas sem trabalho formal que pode vir mais uma forma de arrecadação do governo federal. Jair Bolsonaro pretende instituir que pessoas que estão recebendo seguro-desemprego sejam obrigadas a contribuir com o INSS.

O programa Emprego Verde e Amarelo, lançado nesta segunda-feira (11), seria viabilizado através dessa contribuição feita pelos desempregados. Por outro lado, os empresários estão sendo beneficiados pela redução de alíquotas trabalhistas.

Atualmente, o trabalhador que é demitido sem justa causa recebe o seguro sem a cobrança do INSS, já que o valor do seguro é inferior à renda total do trabalhador. Mas pela proposta do governo federal, haveria um desconto no valor recebido de 7,5% da contribuição.

A meta com a medida é arrecadar R\$ 12 bilhões em cinco anos. O programa lançado para incentivar postos de trabalho terá investimento no mesmo período de R\$ 10 bilhões.

Figura 9. Captura de tela da notícia 2 do site Revista Fórum.

Notícia 3 – 12 de novembro de 2019 – 10h16min

“Cadê o Carluxo? Sumiço de perfis nas redes sociais gera especulações e teorias da conspiração”

Como já relatado nesta análise, o fato de grande repercussão no começo da semana analisada foi a exclusão, temporária, do perfil de Carlos Bolsonaro de todas as redes sociais em que o filho número dois do Presidente da República. A grande repercussão ficou por conta do silêncio e pelo parlamentar (que é vereador eleito pelo Rio de Janeiro) ser um dos responsáveis pelo perfil oficial do pai nas redes sociais.

Não havendo nenhuma certeza dos reais motivos dessa atitude, a Revista Fórum traz no título a pergunta onde estaria “Carluxo”, apelido conferido a Carlos. E nisso instiga o leitor a tentar desvendar o que teria acontecido com o vereador, já que não houve nenhum comunicado oficial. O título e a retranca utilizados na notícia fazem referência somente ao apelido, deixando apenas para o *lead* as informações complementares. A palavra “teria” remete as possíveis teorias criadas, especialmente por nomes importantes ligados a política Nacional.

Revista Fórum	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Uso do <i>lead</i> e retranca.
Situar o leitor da situação	Situa o leitor já a partir da retranca
Uso de fontes	Utiliza fontes de Tweets feitos por figuras políticas.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	Não adjetiva explicitamente, porém utiliza a maior parte do texto o apelido e o “ <i>digital influencer</i> ” como possibilidade de adjetivação.
Buscar fugir do texto opinativo	Não uma emissão clara de opinião durante a notícia.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada, por “Redação”.

Uso de hiperlinks para ligações externas	Não há o uso de ligações externas, mas uma referência a um colunista da revista Veja.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagem para ilustrar a notícia.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Utiliza o próprio link de tweets feitos por, especialmente, personalidades políticas.
Notícia de segunda mão	Não, porém utiliza a notícia publicada por colunista da revista Veja.

Quadro 13. Análise da notícia 3 do site Revista Fórum. Fonte: o autor.

O *lead* da matéria apenas levanta questões sobre a saída de Carlos Bolsonaro das redes sociais. O restante da notícia traz como destaque que Carlos poderia ter excluído seu perfil pois poderia ser preso ao prestar esclarecimento na CPI das Fake News, segundo o presidente do colegiado. Essa informação carece de fontes, especialmente que a única menção a possível prisão de Carlos seria no caso de mentira, veiculada em setembro por poucos veículos de comunicação⁵⁸. Segundo a publicação do Correio da Amazônia a prisão poderia acontecer se houvesse alguma mentira durante o depoimento que seria dado a CPI.

A notícia utiliza a única possível fonte, divulgada pelo colunista Lauro Jardim, da revista *Veja*⁵⁹, que alega que a saída de Carlos das redes sociais seria um mês sabático e que estaria irritado com coisas que estavam acontecendo. O uso de fontes políticas foi usado em grande número, para tentar especular o que realmente aconteceu.

⁵⁸ Disponível em: <https://correiodaamazonia.com/carlos-bolsonaro-pode-ser-preso-se-mentir-para-cpi-das-fake-news/> Acesso em: 12 dez. 2019.

⁵⁹ Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/irritado-carlos-bolsonaro-sai-das-redes-sociais-por-pelo-menos-um-mes.html> Acesso em: 12 dez. 2019.

Cadê o Carluxo? Sumiço de perfis nas redes sociais gera especulações e teorias da conspiração

Carluxo, no entanto, teria resolvido tirar um mês "sabático" das redes sociais por estar entediado e muito irritado com a repercussão de suas publicações



Carlos Bolsonaro (Reprodução)

Por Redação



Ao apagar os perfis nas redes sociais sem deixar rastro na manhã desta terça-feira (12), o vereador licenciado e principal *digital influencer* do clã presidencial, Carlos Bolsonaro (PSC-RJ) deixou seguidores órfãos e levantou uma série de especulações.

Prestes a ser convocado para prestar esclarecimentos da Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) das Fake News – de onde pode sair preso, segundo o próprio presidente do colegiado –, Carluxo teria se entediado e estaria muito irritado com a repercussão de suas publicações, segundo a coluna de Lauro Jardim, no jornal o Globo, citando um interlocutor que falou em um mês "sabático" das redes.



No entanto, nas redes, os seguidores buscam informações sobre o paradeiro de Carlos e levantam as habituais teorias da conspiração criadas pelo influencer.

"Será que o Supremista Soltador de Bandido pensa que tirando a # do Twitter e mandando "apagar" Carlos Bolsonaro das redes sociais vai diminuir o CLAMOR POPULAR??? VAI SER PIOR JUIZ, MUITO PIOR!! Vai ser "Beijinho, Tchau, Tchau"! #ImpeachmentGilmarMendes", tuitou Maria Barreto Sá.



393 pessoas estão falando sobre isso

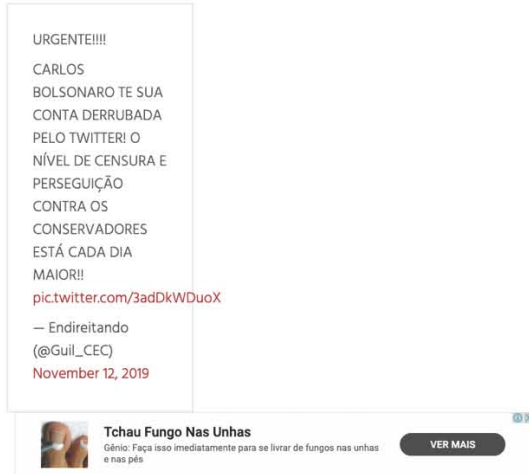
Até a deputada Sâmia Bomfim (PSol-SP), que já se envolveu em debates com Carluço, achou estranho o sumiço.



"Ingenuidade achar que Carlos Bolsonaro se tocou e decidiu ficar calado pelo bem do Brasil. De quem será que ele está fugindo?", tuitou.



Já o perfil "Endreitando" denunciou urgente à censura do Twitter ao Carluço.



Outros seguidores, no entanto, acreditam que Carlos apenas vai se dedicar à conta de seu pai, Jair Bolsonaro.



Até mesmo o ministro da Educação, Abraham Weintraub, foi procurado pelos seguidores que continuam em busca de uma resposta. "Não sei", respondeu sucintamente, sem gracejos, o ministro ao ser indagado sobre o que ocorreu com Carluço.



última hora

Cebrapaz condena "atentado terrorista do Governo Trump"

Bolsonaro diz que, se pudesse, teria "cancelado" investigação contra o filho Flávio

Em tom de ameaça, Trump diz que EUA já definiram 52 alvos no Irã

"Os cearenses darão a resposta nas urnas", diz deputado sobre declaração de Bolsonaro

mais notícias



Veja Isso para Dores

Veja como isso pode lhe ajudar com as Dores nas Articulações

em alta



GLOBAL

Funeral de general iraniano reúne milhares aos gritos de "morte à América"

LOBBY

Mulher trans que teria sido impedida de usar banheiro feminino diz que vai processar shopping

BRASIL

Integralista assume ataque ao Porta dos Fundos, debocha da polícia e revela que foi avisado antes de fugir

BRASIL

Freixo dá invertida em Danilo Gentili: "Quem tá pagando a minha conta é você"

newsletter

Receba nossas novidades por e-mail

Nome

E-mail

INSCREVER

Figura 10. Captura de tela da notícia 3 do site Revista Fórum.

5.1.3 Falando Verdades

O último site escolhido para a análise e sendo do viés pró-Lula é o Falando Verdades. O site não se assemelha, ao menos no uso de suas cores, a nenhum site noticioso do Brasil. Predominante o preto e laranja, o site traz em seu cabeçalho uma frase que já se mostra preocupante: “Um outro lado dos fatos e notícias”. Conforme relato nesta dissertação, existem várias formas de construir uma notícia e noticiar algo, porém os fatos não são tão ilimitados para os fatos terem outros lados.

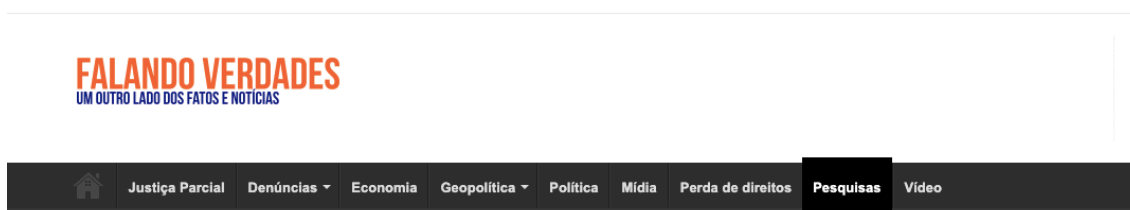


Figura 11. Captura de tela do cabeçalho do site Falando Verdades

Diferente dos dois primeiros casos, o site traz algumas editorias diferentes das convencionais, que são trazidas por outros sites, e poucas abas secundárias.

Falando Verdades	
Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros	Um cabeçalho limpo, apenas com o nome do site e uma frase de apoio: “um outro lado dos fatos e notícias”. Mais próximo a um blog, usa o preto e laranja e conta com as abas: Justiça Parcial, Denúncias, Economia, Geopolítica, Política, Mídia, Perda de Direitos, Pesquisas e Vídeos.
Cores utilizadas	O site se mantém limpo nas cores, utilizando apenas as preto e laranja (no seu título).
Opções para o compartilhamento de textos	Essa opção é oferecida ao usuário sempre na página de rolagem da notícia, seja do lado ou embaixo (dependendo do tamanho da tela no computador, por

	exemplo). Há opções para compartilhamento no Facebook, Twitter, WhatsApp, Telegram e Messenger, tendo disponível a visualização de compartilhamentos feitos no Facebook.
Uso de Google AdSense, propagandas, doações ou assinatura do site	Faz o uso de diversos espaços para propagandas do Google AdSense, em especial no cabeçalho e interior da notícias, mas sem nenhum link para doação ou apoio.

Quadro 14. Análise do site Falando Verdades quanto a sua estrutura. Fonte: o autor.

Da mesma forma, selecionamos três notícias dentre as 29 publicações feitas pelo site no período analisado. A diferença deste último site do viés pró-Lula reflete o pouco número de postagens, chegando mais próximo de um blog do que um site com notícias publicadas com uma periodicidade maior.

Notícia 1 – 12 de novembro de 2019 – sem horário definido

“Rejeição a Moro dispara e vai a mais de 45% em nova pesquisa”

Conforme relatado o que seria uma notícia para esta dissertação, a matéria veiculada tem poucos recursos que possam ser considerados para ser uma notícia. Com apenas cinco linhas, uma imagem e um gráfico, a principal informação é de que a rejeição ao Ministro Sérgio Moro teria subido. Para isso é usado um hiperlink para a notícia do El País, que conta com todos os dados, contextualizados, da pesquisa. Porém o único dado e a única matéria sobre a pesquisa, divulgada no site, é este dado sobre Sérgio Moro.

Porém, conforme a pesquisa⁶⁰, no que se refere ao Ministro, ele tem os melhores índices entre o atual Presidente e o ex-Presidente, com a menor rejeição (mesmo sendo

⁶⁰ Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2019/11/12/politica/1573557270_097382.html Acesso em: 12 dez. 2019.

alta, em comparação a outras pesquisas). A última frase da postagem alega que a avaliação negativa está próxima de ultrapassar a positiva.

Falando Verdades	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Não.
Situar o leitor da situação	Não situa o leitor claramente.
Uso de fontes	Utiliza hiperlink para a pesquisa completa.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com menos de duas linhas.
Não adjetivação	Não adjetiva.
Buscar fugir do texto opinativo	Por seu tamanho, não há emissão de opinião, mas constatação de que a rejeição poderá ser maior em uma futura pesquisa.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Faz uso.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens do Ministro em que coloca a mão no rosto em uma sessão aleatória.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Utiliza dados de outra reportagem.

Quadro 15. Análise da notícia 1 do site Falando Verdades. Fonte: o autor.

O site faz, nesta publicação, somente uma forma de expandir a sua posição de rejeição de Moro, mesmo essa sendo menor que das duas figuras mais importantes na política nacional na atualidade (Jair Bolsonaro e Luiz Inácio Lula da Silva). São retiradas apenas frases (pequenas) da notícia.

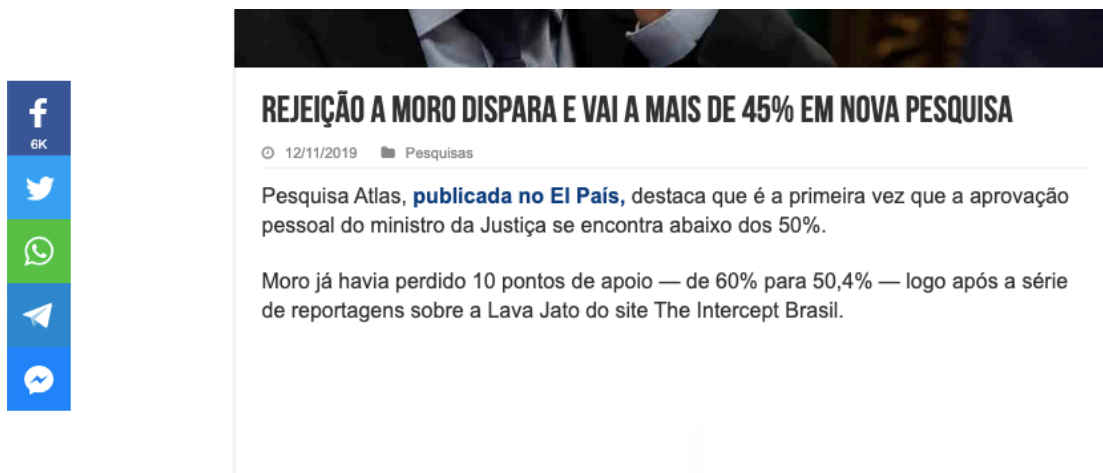


Figura 12. Captura de tela da notícia 1 do site Faltando Verdades, mostrando opções de compartilhamento.

Porém, mesmo não tendo como situar o leitor, fazer um apanhado geral ou mesmo transpondo para ser uma notícia de segunda mão, na imagem acima percebemos a importância da circulação dessa notícia no Facebook, onde mais de seis mil pessoas a compartilharam e o link com a rejeição ao Ministro, pôde ter circulado mais do que a notícia original, que trazia como a principal informação que a imagem do ex-Presidente Lula crescia.



REJEIÇÃO A MORO DISPARA E VAI A MAIS DE 45% EM NOVA PESQUISA

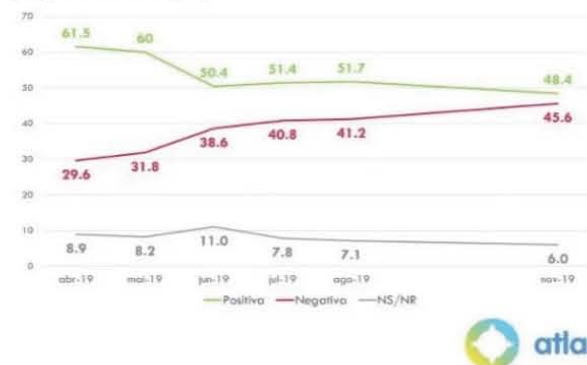
12/11/2019 Pesquisas

Pesquisa Atlas, **publicada no El País**, destaca que é a primeira vez que a aprovação pessoal do ministro da Justiça se encontra abaixo dos 50%.

Moro já havia perdido 10 pontos de apoio — de 60% para 50,4% — logo após a série de reportagens sobre a Lava Jato do site The Intercept Brasil.



Você tem uma imagem positiva ou negativa desses líderes políticos?
[Sergio Moro - Evolução]



A avaliação negativa (45,6%) está perto de ultrapassar a positiva (48,4%).

(...)

Figura 13. Captura de tela da notícia 1 do site Falando Verdades.

Notícia 2 – 13 de novembro de 2019 – sem horário definido

“Bolsonaro comprou passagens para o Rio no dia da morte de Marielle”

O caso Marielle Franco, ainda em aberto por várias questões, teve em novembro a informação de que Bolsonaro comprará passagem aérea no dia da morte da então vereadora pelo PSOL no Rio de Janeiro. A notícia já declara, logo no começo, ser de segunda mão da Revista Fórum (divulgada no mesmo dia) e usa exatamente as mesmas palavras, parágrafos e hiperlinks.

A notícia traz como base, já no seu *lead*, a informação de um *tweet* de jornalista e de um site “Tijolaço”, alegando que duas passagens foram emitidas pelo gabinete do então deputado federal Jari Bolsonaro. A notícia no Falando Verdades não traz nenhuma captura de tela do *tweet* de jornalista ou mesmo do bilhete aéreo, apenas links para o site original da denúncia e da Revista Fórum.

Falando Verdades	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Não.
Situar o leitor da situação	Sim.
Uso de fontes	Utiliza hiperlink para o site original da notícia e outros links de apoio.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanho semelhante.
Não adjetivação	Não adjetiva.
Buscar fugir do texto opinativo	Por seu tamanho, não há emissão de opinião, mas constatação de que a rejeição poderá ser maior em uma futura pesquisa.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Faz uso.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Uma imagem do Presidente.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Sim, utiliza dados de outra reportagem.

Quadro 16. Análise da notícia 2 do site Falando Verdades. Fonte: o autor.

A notícia da compra da passagem foi verificada por uma checagem feita um mês após a divulgação desta informação, pela Agência Lupa⁶¹. Em verdade há emissão de passagem no dia 14 de março de 2018, mas um estorno é realizado no dia seguinte e uma outra passagem adquirida, para o Aeroporto do Galeão. Segundo a checagem, há evidências, inclusive em imagens, que Bolsonaro estava até a noite em Brasília, no plenário da Câmara.

Porém a notícia do site utiliza de um tweet informando que o ex-deputado federal teria uma indisposição e teria reduzido o seu ritmo de trabalho e retornaria mais cedo ao Rio de Janeiro. O título da notícia, compartilhado por mais de 6,3 mil pessoas somente no Facebook, não é totalmente ilusório ou mesmo mentiroso. Existe a emissão e a compra de passagens feitos pelo seu gabinete, porém não há registro que Bolsonaro estivesse no Rio no momento da morte da vereadora.

Assim, o termo “comprou”, ao leitor mais desatento ou que acredita no envolvimento do Presidente no caso, pode ser revertido a uma confirmação de que Jair Bolsonaro estaria em seu condomínio e teria recebido um dos possíveis envolvidos no assassinato da vereadora, causando um clima de desordem com a informação.

⁶¹ Disponível: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/12/17/verificamos-bolsonaro-rio-de-janeiro-morte-marielle-franco/> Acesso em: 21 dez. 2019.

[Justiça Parcial](#)
[Denúncias](#)
[Economia](#)
[Geopolítica](#)
[Política](#)
[Mídia](#)
[Perda de direitos](#)
[Pesquisas](#)
[Video](#)

Foto: Sérgio Lima/PODER 360

BOLSONARO COMPROU PASSAGENS PARA O RIO NO DIA DO ASSASSINATO DE MARIELLE

13/11/2019 Denúncias

Revista Fórum

Após a divulgação de um tuite da jornalista Thais Bilenky, outra informação divulgada pelo site *Tijoloço*, por Fernando Brito, revela que duas passagens foram emitidas pelo gabinete do então deputado Jair Bolsonaro com viagem de Brasília com destino ao Rio de Janeiro no dia 14 de março de 2018, data do assassinato da vereadora Marielle Franco.

[Clique aqui e receba nossas notícias no seu Whatsapp](#)

As passagens constam na **prestação de contas de Bolsonaro no site da Câmara federal**, mas não há informações sobre horário dos embarques. As duas passagens são da Gol e tem os códigos de identificação WQ2GUH, com destino ao Santos Dumont e YG3JQI, dirigindo-se ao Galeão.

O Portal da Transparência publica a realização da despesa, no dia 15/03, referente ao bilhete WQ2GUH, o que significa que Bolsonaro pode ter desembarcado no aeroporto Santos Dumont, no Rio de Janeiro, conforme se **pode confirmar aqui**.

Como curiosidade, no item de realização da despesa há um erro. No final do demonstrativo da atividade parlamentar aparece o mesmo destino do voo: BSB/BSB.

LEIA TAMBÉM:

- Fascistas invadem embaixada da Venezuela em Brasília
- Rejeição a Moro dispara e vai a mais de 45% em nova pesquisa
- Homem acusado de atirar na cabeça de agrônoma após briga de trânsito é bolsonarista

Nesta quarta-feira (13), um tuite da jornalista Thais Bilenky no dia 14 de março de 2018, revelado pelo advogado Eduardo Goldenberg, diz que na data do assassinato de Marielle, Bolsonaro teve "intoxicação alimentar" e voltou mais cedo para o Rio, creditando as informações à assessoria do então deputado.

Nordeste: Aéreo Grátis

Anúncio CVC

Abrir

"Bolsonaro teve uma intoxicação alimentar, passou mal e, nos últimos dois dias, precisou reduzir bem o ritmo da agenda. Até voltou mais cedo (hoje) pro Rio. Disse a sua assessoria", diz o texto, publicado às 12h28 do dia 14 de março de 2018.

Figura 14. Captura de tela da notícia 2 do site Falando Verdades.

Notícia 3 – 14 de novembro de 2019 – sem horário definido

“Governo taxa com impostos quem menos tem e você não protesta”

O programa Emprego Verde e Amarelo é o foco da notícia. Utilizando de recursos e dados (com links) do Infomoney e O Globo, traz logo no título uma indagação para possíveis protestos. Porém o *lead* consegue situar o leitor, mesmo não respondendo a todas as questões, consegue trazer números que são importantes para a compreensão das medidas adotadas pelo Governo.

Nos dois últimos parágrafos o texto informativo dos primeiros parágrafos muda de tom, trazendo uma opinião pessoal do site, especialmente quando assume que “o Governo corta direitos sobre desculpa de fraudes e para bancar suposto programa de geração de empregos para jovens” e complementa dizendo que deixará de fora pessoas com mais de 55 anos, encerrando com “o pato quem pagará de fato, será o mais pobre e o desempregado”.

Falando Verdades	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Não.
Situar o leitor da situação	Sim.
Uso de fontes	Utiliza hiperlink para o site original da notícia e outros links de apoio.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanho semelhante.
Não adjetivação	Não adjetiva.
Buscar fugir do texto opinativo	Nos últimos parágrafos há emissão de opinião.
Matérias assinadas ou não	Matéria não assinada.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Faz uso.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagem do símbolo da FIESP e do Presidente.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não, utiliza dados de outra reportagem.

Quadro 17. Análise da notícia 3 do site Falando Verdades. Fonte: o autor.



GOVERNO TAXA COM IMPOSTOS QUEM MENOS TEM E VOCÊ NÃO PROTESTA

© 14/11/2019 EconomiA

O governo Bolsonaro resolveu taxar os desempregados, **para bancar um suposto programa de contratação de jovens, quando o país alcança altas taxas de informalidade no emprego**. Os desempregados serão taxados no seu segundo mês, em 7,5%. Antes o seguro-desemprego não era taxado. Para ter um direito constitucional para dar suporte financeiro ao trabalhador que fosse demitido, sem justa causa no período entre 3 a 5 meses e varia entre R\$ 998,00 e um piso de R\$ 1735,29. Com a contribuição e taxação feita pelo governo, o trabalhador pagará em torno de R\$ 74,85 a R\$ 130,15.

CleanMyMac X: limpeza poderosa, mais velocidade e saúde para Mac — em um só app.



Anúncio MacPaw

Saber mais

A taxa de quem menos tem e mais precisa, mostra a inclinação do governo Bolsonaro, em vez de taxar quem mais possui, os mais ricos, vem taxar os desempregados e ainda fará o trabalhador ganhar menos, com a redução da alíquota do FGTS, que cairá de 8% para 2%. A multa de 40% sobre o saldo do Fundo nas demissões sem justa causa cairá à metade — nesse caso, mediante negociação entre empresa e empregado.

LEIA TAMBÉM: [Bolsonarista, cabo da PM de MG é preso por tráfico de drogas](#)

Bolsonaro beneficiou as empresas, que terão redução de cerca de 30% nos encargos da folha, para contratação, saber se isso se converterá em empregos e contratações de fato, ainda é uma incógnita. Dilma havia feito desonerações para empresas em anos anteriores, que pouco trouxeram efeitos em suas contrapartidas para o setor produtivo e para a sociedade. Além de tudo, o governo acabou com o **seguro obrigatório para acidentes de trânsito**, sob justificativa que “havia muitas fraudes”, o trabalhador acidentado, terá que se consultar a atendido no SUS...



Bolsonaro taxa os que mais precisam de proteção do estado, corta direitos históricos sobre "desculpa" de fraudes ou para bancar suposto programa de geração de empregos para jovens, que irá excluir quem tem mais de 55 anos, além de não se saber se irá gerar empregos na prática e terá o efeito desejado, perde quem mais precisa e o estado cada vez mais se afasta de sua obrigação de promover justiça social e ninguém protesta, o fato quem pagará de fato, será o mais pobre e o desempregado.

LEIA TAMBÉM: [Bolsonaro comprou passagens para o RJ no dia do assassinato de Marielle](#)

Com informações do **Infomoney** e **Globo**

Baixe nosso aplicativo na Play Store

Figura 15. Captura de tela da notícia 3 do site Falando Verdades.

5.1.4 Pleno News

A partir da análise do site Pleno News, iniciamos a análise dos três sites com o viés pró-Bolsonaro para esta dissertação. Como já explicado sobre este site, está no ar desde o ano de 2017 e, segundo o próprio site, conta com equipe de jornalistas para as notícias e reportagens veiculadas. No período analisado foram 108 notícias ligadas a política, dessas (excluindo artigos de opinião), 44 estão diretamente ligadas ao comando central do Brasil.

Pleno News	
Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros	O site, em seu endereço traz a palavra “news”, remetendo a ser informativo. Utiliza de link para as suas mídias sociais e com abas principais: Brasil, Economia, Entretenimento, Comportamento, Esportes, Mundo, Saúde, “É Fake!”, Opinião e Fé ⁶² .
Cores utilizadas	A cor predominante é o azul em dois tons fracos, que permanecem do cabeçalho até o título e os hiperlinks.
Opções para o compartilhamento de textos	Essa opção é oferecida ao usuário logo no começo da notícia e permanece na página assim que acontece a rolagem da notícia. É possível compartilhar direto do site para o Facebook, Twitter e WhatsApp.
Uso de Google AdSense, propagandas, doações ou assinatura do site	Faz o uso de propaganda no decorrer das matérias.

Quadro 18. Análise do site Pleno News quanto a sua estrutura. Fonte: o autor.

⁶² A aba “Fé” pode justificar-se por conta do Grupo de Comunicação responsável pelo site tem forte ligação com o mercado Gospel, gerenciando também editora e gravadora de discos gospels.

A diferença do Pleno News para os sites analisados até o momento é que oferece um espaço para o comentário do leitor, através de login com o Facebook, permitindo assim a interação entre leitores. Neste caso, em especial, foram coletadas matérias que saíram também nos sites de viés pró-Lula, já analisados aqui.

Notícia 1 – 12 de novembro de 2019 – 09h52min

“Contas de Carlos nas redes sociais amanhecem fora do ar”

A notícia da saída do vereador Carlos Bolsonaro de suas redes sociais foi o assunto que tomou os noticiários do dia 12 de novembro e a partir surgem várias teorias e tentativas de saber o que aconteceu para essa atitude do parlamentar. O *lead* da matéria se mostra completo e o título acompanha a retranca que alerta que não se tem certeza do motivo da exclusão.

Os parágrafos são escritos de maneira uniforme, porém não há uso de fontes, de possíveis motivos e nem mesmo a citação sobre um possível depoimento que o vereador prestaria na CPI das Fake News, possibilidade que foi levantada nas notícias anteriormente analisadas. A notícias apenas explica qual a função de Carlos nas redes sociais do presidente e traz capturas de tela de todas as suas redes sociais.

Pleno News	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Sim.
Situar o leitor da situação	Sim.
Uso de fontes	Não utiliza nenhum tipo de fonte.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	Sim.
Buscar fugir do texto opinativo	Sim.
Matérias assinadas ou não	As notícias do Pleno News são assinadas por Pleno.News.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens dos personagens que ilustram a notícia, além da captura de

	tela dos perfis excluídos do vereador Carlos Bolsonaro.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 19. Análise da notícia 1 do site Pleno News. Fonte: o autor.

Percebemos que um mesmo acontecimento, no caso a exclusão dos perfis de Carlos Bolsonaro, pode ter um tratamento diferente dependendo do viés que determinado site impõe na notícia. Sites como o Estadão⁶³ e O Globo⁶⁴ noticiam apenas que as contas foram desativas, não questionam (como a Revista Fórum) onde está Carluxo (seu apelido) e nem utilizam o “amanhecem”, utilizado pelo Pleno News.

Aqui se nota a diferença, em especial ao título, de ambas as notícias. Enquanto a Revista Fórum levanta possíveis causas da ausência de Carlos das redes sociais, a Pleno News tenta um tom mais baixo, usando o “amanhece” ao invés de desativadas ou mesmo excluídas.

⁶³ Disponível em: <https://politica.estadao.com.br/noticias/geral,contas-de-carlos-bolsonaro-nas-redes-sociais-estao-fora-do-ar,70003086163> Acesso em: 12 dez. 2019.

⁶⁴ Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/redes-sociais-de-carlos-bolsonaro-sao-desativadas-24076056> Acesso em: 12 dez. 2019.

Siga nossas redes
f t i

pleno.news

BRASIL ECONOMIA ENTRETENIMENTO COMPORTAMENTO ESPORTES MUNDO SAÚDE É FAKE! OPINIÃO FÉ

Home > Brasil > Política Nacional > Contas de Carlos nas redes sociais amanhecem fora do ar

Contas de Carlos nas redes sociais amanhecem fora do ar

Vereador ainda não se pronunciou sobre o fato

Pleno.News - 12/11/2019 09h52



Carlos Bolsonaro Foto: Câmara Municipal do Rio de Janeiro/Retain Olas

O vereador do Rio de Janeiro, Carlos Bolsonaro (PSC), amanheceu nesta terça-feira (12) sem acesso às redes sociais. Em uma busca pelas contas de Carlos nas páginas do Twitter, Facebook e Instagram, todas aparecem como páginas indisponíveis. O político ainda não informou se as contas foram suspensas ou se ele mesmo as excluiu.

Carlos é usuário frequente das redes sociais mas também contribui com o pai no engajamento através da internet. Nas últimas eleições presidenciais, foi ele quem administrou a conta do presidente Jair Bolsonaro e conseguiu conquistar grande parte do eleitorado mesmo sem tempo de televisão.



Instagram: @carlosbolsonarooficial

Instagram

Esta página não está disponível.

1 de 3 Contas de Carlos amanhecem fora do ar nas redes sociais Foto: Reprodução

- + Carlos debocha de site que liga Bolsonaro a Morales: 'Thanos'
- + Carlos: "Lula não arruma mais nada na democracia"
- + Bolsonaro faz reunião com militares para discutir Lula

Além de atuar na conta do mandatário, Carlos é bastante ativo em suas próprias contas e frequentemente divulga conteúdos relativos ao seu trabalho e da atuação do presidente Bolsonaro no comando do país.

Facebook Messenger

Clique para receber notícias

Receber mensagens

Ricardo Hütner Não é você?

WhatsApp

Entre e receba as notícias do dia

Entrar no Grupo

1 comentário Classificar por Mais antigos

Figura 16. Captura de tela da notícia 1 do site Pleno News.

Notícia 2 – 15 de novembro de 2019 – 14h38min

“População volta a pedir saída de Gilmar Mendes pelas redes”

O Supremo Tribunal Federal (STF), especialmente depois do desencadeamento da Operação Lava Jato tornou-se alvo frequente de reclamações de todos os lados que se sentem injustiçados. E o Twitter tornou-se um lugar para essas reclamações. Porém o Brasil (um País com quase 200 milhões de habitantes), tem apenas cerca de 8,2 milhões⁶⁵ de usuários ativos nesta mídia social, e é essa mídia que a matéria utiliza como sendo a população pedindo a queda do Ministro do STF Gilmar Mendes.

O *lead* da matéria utiliza “usuários” do Twitter foram à rede social, dando a entender que o movimento poderia ser grande, visto que seria a segunda vez na semana que uma hashtag com o nome do Ministro figurava entre as mais citadas no Twitter. A iniciativa, segundo uma coleta de 15 tweets de usuários, se deu após a soltura de Lula e a questão da prisão em segunda instância.

Pleno News	
Uso de <i>lead</i> ou retransca	Sim.
Situar o leitor da situação	Sim.
Uso de fontes	Utiliza fontes de usuário do Twitter contra o Ministro.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	Sim.
Buscar fugir do texto opinativo	Sim.
Matérias assinadas ou não	As notícias do Pleno News são assinadas por Pleno.News.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.

⁶⁵ Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/redes-sociais/144654-brasil-10-paises-usuarios-twitter.htm> Acesso em: 21 dez. 2019.

Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens de capturas de tela de 155 tweets chamando a população para manifestação contra o Ministro do STF.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 20. Análise da notícia 2 do site Pleno News. Fonte: o autor.

O título se mostra, mais uma vez, o grande diferencial da notícia. Através dele o site Pleno News utiliza o termo “População”, que remete diretamente a muitas pessoas, para justificar a possível queda de Gilmar Mendes. Porém a população descrita no decorrer da notícia é uma parte de usuários do Twitter que podem se reunir em determinado horário para conseguir emplacar a sua causa dentre os assuntos mais comentados no País durante o dia.

Siga nossas redes
f t i

pleno.news

BRASIL ECONOMIA ENTRETENIMENTO COMPORTAMENTO ESPORTES MUNDO SAÚDE É FAKE! OPINIÃO FÉ

Vivar Summer SALE Sua oportunidade de dormir em um Vivar neste Verão. 35% OFF EM 10X

Home > Brasil > Política Nacional > População volta a pedir saída de Gilmar Mendes nas redes

População volta a pedir saída de Gilmar Mendes nas redes

Tópico #GilmarMendesVaiCair foi um dos mais comentados no Twitter

Pleno.News - 15/11/2019 14h38

álvia 00000000 @GilmarMendes - 7 h
#GilmarMendesVaiCair NÃO EXISTE OUTRA OPÇÃO!!! ESSE CARA, UM RETROCESSO PARA NACIÓN!!!



1 de 15

Usuários pediram saída de Gilmar Mendes pelas redes sociais | Foto: Reprodução

Ainda revoltados com a série de decisões controversas tomadas por ministros do Supremo Tribunal Federal, usuários do Twitter foram à rede social na tarde desta sexta-feira (15) para manifestar contra um dos membros da Corte, o ministro Gilmar Mendes. Nas mensagens, os perfis pediam a queda do atual integrante do STF.

Essa é a segunda vez durante esta semana que um forte movimento contra o ministro toma conta das redes sociais. Na última segunda-feira (11), os internautas utilizaram a #ImpeachmentGilmarMendes para criticar os últimos atos tomados pelo ministro, como a opção de trocar o voto e decidir contra a prisão após condenação em segunda instância.

- + Gilmar Mendes não mandou excluir redes sociais de Carlos
- + Manifestantes convocam para ato contra Gilmar Mendes
- + Internet continua pedindo o impeachment de Mendes

Nesta sexta, foi a vez da #GilmarMendesVaiCair aparecer no topo dos assuntos mais comentados. A principal crítica contra Mendes foi novamente a decisão sobre a segunda instância. Os usuários também usaram as redes para convidar pessoas a participarem de manifestações neste domingo (17) pela saída do ministro. Confira no topo da matéria algumas das mensagens contra o membro da Suprema Corte.

Facebook Messenger
Clique para receber notícias
Receber mensagens
Ricardo Hüttner Não é você?

WhatsApp
Entre e receba as notícias do dia
Entrar no Grupo

12 comentários
Classificar por Mais antigos

Pleno.News
405.784 curtidas
CURTIR PÁGINA
Enviar mensagem
4 amigos curtiram isso

COLNAGH IMÓVEIS
OS METROS QUADRADOS MAIS INTERESSANTES DE PORTO ALEGRE
DESCUBRA

Figura 17. Captura de tela da notícia 2 do site Pleno News.

Notícia 3 – 13 de novembro de 2019 – 17h03min

“Bolsonaro não viajou para o RJ no dia da morte de Marielle”

Na semana analisada, conforme já visto na análise dos sites com o viés pró-Lula, uma possível antecipação da ida do então deputado federal Jair Bolsonaro ao Rio de Janeiro foi levantada por alguns sites.

O *lead* informa o motivo e como começou a circular a informação inicial e já conclui, na última frase, que a informação não está correta. Dentre as provas levantadas pela notícia, estão uma declaração de um colunista da revista Época (Guilherme Amado), que disse ouvir uma fonte da companhia aérea de que Bolsonaro estaria em Brasília no dia 14 (dia do assassinato), além da presença do parlamentar em plenário até a noite daquele mesmo dia.

Pleno News	
Uso de <i>lead</i> ou retransc	Sim.
Situar o leitor da situação	Sim.
Uso de fontes	Utiliza fontes de colunistas e Câmara dos Deputados.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos com tamanhos semelhantes.
Não adjetivação	Sim.
Buscar fugir do texto opinativo	Sim.
Matérias assinadas ou não	As notícias do Pleno News são assinadas por Pleno.News.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens de capturas de tela de 155 tweets chamando a população para manifestação contra o Ministro do STF.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 21. Análise da notícia 3 do site Pleno News. Fonte: o autor.

A notícia da possível compra da passagem aérea para Bolsonaro no mesmo dia do assassinato de Marielle Franco ficou hospedada na guia “É Fake”, mantida pelo site. Diferente do site que anunciou a compra de passagem de Bolsonaro, o anúncio da notícia do Pleno News é mais firme, não afirmando que a compra não aconteceu, mas afirmando que o então deputado não realizou nenhuma viagem naquele dia.

Siga nossas redes

f t i

pleno.news

BRASIL ▾ ECONOMIA ▾ ENTRETENIMENTO ▾ COMPORTAMENTO ▾ ESPORTES MUNDO SAÚDE É FAKE! OPINIÃO ▾ FÉ ▾

Home > É Fake! > Bolsonaro não viajou para o RJ no dia da morte de Marielle

Bolsonaro não viajou para o RJ no dia da morte de Marielle

Dados da Câmara mostram que o presidente registrou presença no dia 14 de março de 2018

Pleno.News - 13/11/2019 17h03







Presidente Jair Bolsonaro Foto: PR/Marcos Corrêa

Nesta quarta-feira (13), começou a circular pelas redes sociais a informação de que o presidente Jair Bolsonaro teria viajado para o Rio de Janeiro no dia 14 de março de 2018, data em que a vereadora Marielle Franco foi assassinada. A informação tem por base o tweet de uma jornalista no mesmo dia, afirmando que o, na época deputado federal, estava com passagem comprada. A informação, no entanto, não está correta.

Em seu twitter, a repórter Thais Bilenky, na época do jornal Folha de S.Paulo, afirma que a assessoria de Bolsonaro havia dito que ele voltaria mais cedo para o Rio de Janeiro devido a uma intoxicação alimentar.

- + Acabou a mamata! Bolsonaro "castiga" Globo e corta verbas
- + Bolsonaro repudia invasão da embaixada da Venezuela
- + Bolsonaro faz oração durante primeira reunião do Aliança



Pleno.News

405.769 curtidas

pleno.news

NOTÍCIAS DE VERDADE

f Curtir Página

Enviar mensagem

4 amigos curtiram isso

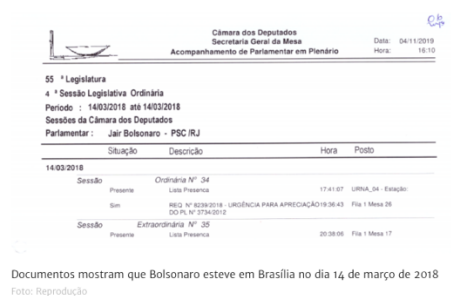


De acordo com o colunista Guilherme Amado, da revista Época, o presidente não teria retornado ao Rio de Janeiro naquele dia. Uma fonte da companhia aérea Gol confirmou ao veículo, assim como documentos da Câmara dos Deputados, que Bolsonaro estava em Brasília no dia 14 de março.

Na Câmara, o presidente registrou presença às 17h41m nem uma sessão ordinária e teve seu voto registrado às 19h36m. Mais tarde, Bolsonaro registrou nova presença em uma sessão extraordinária no horário de 20h38m. Os registros de presença na Câmara são feitos por biometria.

Também se espalhou pelas redes sociais documentos que mostram a compra de duas passagens aéreas, nos valores de R\$1.032,93 e R\$1.024,93, utilizando a cota parlamentar de Bolsonaro. Os dados estão na prestação de contas do então deputado. Entretanto, os documentos não apresentam o horário dos voos.

Além disso, ao colunista, uma fonte da companhia aérea confirmou que Jair Bolsonaro não voou pela Gol naquele mês.



Câmara dos Deputados
Secretaria Geral da Mesa
Acompanhamento de Parlamentar em Plenário

Data: 04/11/2019
Hora: 16:10

55 - Legislação
4 - Sessão Legislativa Ordinária
Período : 14/03/2018 até 14/03/2018
Sessões da Câmara dos Deputados
Parlamentar : Jair Bolsonaro - PSC RJ

Situação	Descrição	Hora	Posto
14/03/2018			
Sessão	Ordinária N° 34		
Presença	Lista Presença	17:41:07	URMA_34 - Exatidão
Sim	REQ N° 6238/2018 - URGÊNCIA PARA APROVAÇÃO 19/36-43 DO PL N° 3734/2012		Fls 1 Mesa 26
Sessão	Extraordinária N° 35		
Presença	Lista Presença	20:38:06	Fls 1 Mesa 17

Documentos mostram que Bolsonaro esteve em Brasília no dia 14 de março de 2018
Foto: Reprodução

 **Facebook Messenger**

Clique para receber notícias

 **Receber mensagens**

 Ricardo Hüttnert Não é você?

 **WhatsApp**

Entre e receba as notícias do dia

 **Entrar no Grupo**

4 comentários

Classificar por **Mais antigos**

Figura 18. Captura de tela da notícia 3 do site Pleno News.

5.1.4 Jornal da Cidade Online

O segundo site de viés pró-Bolsonaro é o Jornal da Cidade Online. No período de análise foram 73 publicações relacionadas com a política nacional. Dessas, 32 envolvem diretamente o governo federal ou algum acontecimento que envolve o ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva.

Assim, inicialmente temos o seguinte quadro referente a estrutura em que o site se apresenta:

Jornal da Cidade Online	
Cabeçalho: uso de editorias, notícias, entre outros	Traz consigo, segundo o site, uma bagagem de anos de um semanário que circulou no Mato Grosso do Sul. Suas editorias são as mais diversas, dentre as principais: Opinião, Política, Economia, Direito e Justiça.
Cores utilizadas	A cor predominante é o azul.
Opções para o compartilhamento de textos	Após a imagem de apoio das notícias é possível compartilhar a notícia pelo Facebook, WhatsApp, Twitter, Messenger e Telegram, sendo ainda possível verificar quantos compartilhamentos teve determinada notícia.
Uso de Google AdSense, propagandas, doações ou assinatura do site	Faz o uso de propaganda no decorrer das matérias, além de um link de “APOIA.se” no cabeçalho do site e também ao fim de cada publicação, dizendo: O jornalismo em que você confia depende de você. Colabore com a independência do Jornal da Cidade Online doando qualquer valor.

Quadro 22. Análise do site Jornal da Cidade Online quanto a sua estrutura. Fonte: o autor.

Percebemos, neste caso, que existem elementos gráficos que podem fazer o usuário sentir mais confiança em compartilhar uma matéria. O fato de saber quantas pessoas estão compartilhando uma informação pode trazer a ela certa credibilidade, já que atribuímos credibilidade das mais diversas formas a algo. Outro fator importante é o espaço de comentários, que incentiva a participação e a interação dentre os leitores da notícia.

Notícia 1 – 11 de novembro de 2019 – 16h36min

“Bolsonaro: ‘A Lei de Segurança Nacional está aí para ser usada’”

Conforme já relatado, a entrevista do Presidente Jair Bolsonaro ao site O Antagonista gerou uma grande quantidade de notícias que se espalharam nos mais diversos sites, tanto do viés pró-Lula como do viés pró-Bolsonaro. Aqui, o site Jornal da Cidade Online não demonstra posicionamento claro no título, não acusa e não condena a declaração do Presidente, mas faz somente o recorte no qual tem interesse.

Porém o *lead* não segue a mesma tendência de certa imparcialidade que traz o título da notícia. Em poucas linhas já existe o posicionamento do site, quando dá a entender que a entrevista se resumiria apenas no assunto da Lei de Segurança, além de tratar o ex-Presidente como “ex-presidiário”. O texto segue adjetivando o ex-Presidente como “meliante petista”. Fora essa produção de texto, a notícia utiliza de longas aspas da entrevista do Presidente.

Jornal da Cidade Online	
Uso de <i>lead</i> ou retransc	Não.
Situar o leitor da situação	Situa a declaração.
Uso de fontes	Utiliza a entrevista ao O Antagonista como fonte principal.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos curtos, por vezes uma frase.
Não adjetivação	Adjetiva o ex-Presidente.
Buscar fugir do texto opinativo	Não.
Matérias assinadas ou não	Matéria assinada “Da Redação”.

Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens do presidente.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 23. Análise da notícia 1 do site Jornal da Cidade Online. Fonte: o autor.

Dentre as diversas editorias do site, existem muitos colunistas e as publicações da guia opinião conta com vários nomes e antes de cada notícia existe a informação de qual guia pertence a publicação (especialmente quando essa se encontra na página inicial). Essa publicação foi inserida em “Política”, que deveria fugir da emissão de opinião ou mesmo algum tipo de adjetivação, o que não acontece.

Desta forma, o simples título de caráter informativo, com a declaração do presidente, pode ser compartilhado e carregar consigo um texto não informativo (como o que se sugere), mas sim um texto com traços opinativos sobre a conduta do ex-Presidente da República.

DESTAQUE AGORA



POLÍTICA

Reportagem inédita revela uma outra história sobre o crime que assombra o PT há quase duas décadas

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



SÉRGIO MORO

05/01/2020

A evolução de Sérgio Moro



PAPA FRANCISCO

05/01/2020

Após episódio do "tapa na mão", volta a circular vídeo de Papa afastando a mão dos beijos de fiéis (veja o vídeo)



SÉRGIO MORO

05/01/2020

Moro responde ironicamente, mas de maneira certa, para "especialistas em Segurança Pública" (veja o vídeo)



POLÍTICA

Bolsonaro: "A Lei de Segurança Nacional esta aí para ser usada"

11/11/2019 às 16:36



3806

COMPARTILHARAM ISSO

O presidente Jair Bolsonaro já trata abertamente da questão da utilização da Lei de Segurança Nacional, caso o ex-presidiário Luiz Inácio Lula da Silva tente subverter a ordem constitucional.

A declaração foi dada durante entrevista concedida ao site "O Antagonista".

Sobre o meliante petista, o presidente declarou:

"O Lula está solto, mas ele continua condenado, em terceira instância. Eu não pretendo dar palanque para ele. Discutir com uma pessoa que quase quebrou a Petrobras, que causou um estrago enorme junto aos fundos de pensão, deixou uma dívida enorme de recursos do BNDES que foram aplicados em países comunistas no mundo todo, que deixou um péssimo legado no tocante aos valores familiares. Uma pessoa que usou do poder em causa própria, inclusive com o plano de poder absoluto."

CONTINUA APÓS A PUBLICIDADE

Q





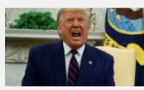
TERRORISMO
05/01/2020

11 de setembro, uma lição para não ser esquecida: Fechar os olhos ao terrorismo não o eliminará, como querem os avestruzes



CARLOS VEREZA
05/01/2020

Cirúrgico, Carlos Vereza detona e expõe as novas características das "EleNão"



DONALD TRUMP
05/01/2020

Os seguidores do profeta sabem que agora o adversário merece respeito



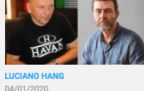
PACOTE ANTICRIME
04/01/2020

Delegados da PF articulam derrubada de "jabutis" da Lei Anticrime



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
04/01/2020

Criação do Login único já beneficiou mais de 45 milhões de pessoas



LUCIANO HANG
04/01/2020

Luciano Hang critica Marcelo Freixo: "Estava sendo comunista lá na Europa"



RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA
04/01/2020

Venda de veículos em 2019 é a maior em 5 anos e deve crescer em 2020

Questionado sobre o objetivo declarado por Lula de sabotar a agenda econômica, Bolsonaro disse o seguinte:

"É, um país sem a economia está fadado ao fracasso. Ele usou a palavra sabotar. Acho que ele poderia falar 'vamos aperfeiçoar', dar umas sugestões... seria um estadista. Mas ele tem uma massa de eleitorado ainda, não sei qual percentual seria, em torno de 20, 25%, que acredita cegamente nele, não consegue fazer uma análise crítica do que está acontecendo. Não consegue ver que, da situação que o Brasil estava com ele, o próximo passo era transformar-se numa Venezuela. Ia fugir para onde? Então, ele quer chegar ao poder pelo poder, em cima da mentira que sempre foi o combustível da política do PT."

E sobre a incitação a violência, o presidente brasileiro pontuou:

"Temos uma Lei de Segurança Nacional que está aí para ser usada. Alguns acham que os pronunciamentos, as falas desse elemento, que por ora está solto, infringem a lei. Agora, nós acionaremos a Justiça quando tivermos mais do que certeza de que ele está nesse discurso para atingir os seus objetivos. Você pode ver no Chile, o presidente Piñera demitiu todos seus ministros, pediu perdão e continua a mesma coisa. Na Argentina, não houve nenhum badernaço, porque já era uma tendência a turma da Cristina voltar ao poder como voltou. Então, acredito que não tenha problema. Agora tem que se preparar porque, na América do Sul, o Brasil é a cereja do bolo. Se nós aqui entrarmos em convulsão, complica a situação. Você pode ver no dia de ontem, agora você tem o Foro (Grupo) de Puebla, mudou de nome o Foro São Paulo, esteve reunido na Argentina. Estava lá o Mercadante, Dilma Rousseff, e gente da América do Sul toda, por meio da Argentina, (para) continuar com essa política de grande pátria bolivariana, ou uma só a América do Sul. Mas o objetivo é sempre o mesmo. Esses países de esquerda, né, que já têm governo, como lá atrás quando foi criado, até as Farc fizeram parte, o objetivo era se ajudarem para chegar ao poder. O próprio Dirceu disse, algum tempo depois, que muitos que chegaram ao poder não acreditavam. E, aqui no Brasil, aconteceu um fenômeno conhecido como Mensalão, Lava Jato, que botou, não digo um ponto final, mas botou um obstáculo para prosseguirem nessa tentativa insana de poder absoluto."

da Redação

O jornalismo em que você confia depende de você. Colabore com a independência do Jornal da Cidade Online doando qualquer valor. Acesse: apoia.se/jornaldacidadeonline

JAIR BOLSONARO

LEI DE SEGURANÇA NACIONAL

LULA

f

whatsapp

twitter

telegram

3806

COMPARTILHARAM ISSO

Siga-nos no Twitter!

Seguir @JornalDaCidadeO

Jornal da Cidade Online

Curte Página

652 mil curtidas

28 amigos curtiram isso

Mule Masculino Stratus em Couro Legítimo Brown/...

R\$ 129,90

IMPRAR

Saber mais

COMENTÁRIOS

18 comentários

Classificar por Mais antigos

Figura 19. Captura de tela da notícia 1 do site Jornal da Cidade Online.

Notícia 2 – 11 de novembro de 2019 – 21h34

“Impeachment de Gilmar caminha para se tornar irreversível”

A movimentação conta o Ministro do STF, Gilmar Mendes, ganhou os sites ligados ao viés pró-Bolsonaro, especialmente após a decisão da Suprema Corte sobre as prisões em segunda instância, que ocasionou a soltura do ex-Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O primeiro parágrafo da notícia (apenas uma frase) afirma que Gilmar Nunca foi juiz e segue falando das possíveis manipulações que o Ministro faz em seus julgamentos.

Da mesma forma que a notícia já analisada nesta dissertação, o site utiliza a manifestação de usuários do Twitter e uma possível manifestação que ocorreria no domingo posterior a publicação. Em todos os seus parágrafos o texto mostra indícios de opinião, como o uso de palavras “degola”, “asepsia”, entre outras.

Jornal da Cidade Online	
Uso de <i>lead</i> ou retransca	Não.
Situar o leitor da situação	Situa o momento do Ministro.
Uso de fontes	Utiliza manifestação do Twitter.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos curtos, por vezes uma frase.
Não adjetivação	Adjetiva o Ministro.
Buscar fugir do texto opinativo	Não.
Matérias assinadas ou não	Matéria assinada “Da Redação”.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagens do Ministro.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 24. Análise da notícia 2 do site Jornal da Cidade Online. Fonte: o autor.

Como no site é possível observar os compartilhamentos da notícia, temos a contagem de mais de 40 mil compartilhamentos da notícia, levando a quem ler somente o título de que o Ministro poderia cair, quando na verdade o que existe é apenas o desejo

das pessoas por uma medida sobre a segunda instância, não existindo nenhum processo formal para o impedimento do Ministro.

JORNAL DA CIDADE ONLINE
Um jornal consciente não abre mão do seu senso de justiça

Modelos de Petição 2020
Não Perca Tempo elaborando uma Peça Processual. Baixe Modelos Prontos e Facilite sua Vida.

ABRIR

Modelos de Petição 2020
Não Perca Tempo elaborando uma Peça Processual. Baixe Modelos Prontos e Facilite sua Vida.

ABRIR

DESTAQUE AGORA

Reportagem inédita revela uma outra história sobre o crime que assombra o PT há quase duas décadas

POLÍTICA

ÚLTIMAS NOTÍCIAS

SÃO SILVESTRE
04/01/2020
Que lições essa prova de São Silvestre de 2019 nos deu? (veja o vídeo)

GOVERNO BOLSONARO
04/01/2020
Surpreendente: fômos na Rodoviária de Brasília ouvir a opinião do povo sobre o Governo Bolsonaro (veja o vídeo)

OSMAR TERRA
04/01/2020
Enfurecido, Ministro da Cidadania ataca a Globo por apologia ao plantio e consumo de maconha (veja o vídeo)

LUCIANO HANG
04/01/2020
Colunista de O Globo toma as dores de Lula, ataca Luciano Hang e recebe resposta vexatória

DIREITO E JUSTIÇA

Impeachment de Gilmar caminha para se tornar irreversível

11/11/2019 às 21:34

40679
COMPARTILHARAM ISSO

Gilmar Mendes nunca foi um juiz. Sempre fez 'politicagem' trajando toga.

Ousa com frequência manipular o Supremo Tribunal Federal (STF), para atender interesses pessoais. A PF já captou conversas sinistras de Gilmar com Aécio e com o ex-governador de Mato Grosso Sinval Barbosa. Papos cabulosos.

CONTINUA APÓS A PUBLICIDADE

Leilão de imóveis até 60% abaixo da avaliação
Cadastre-se e receba as oportunidades por e-mail.

ZUKERMAN IMÓVEIS

O reconhecimento de sua atuação promíscua é praticamente uma unanimidade.

Os seus ataques contra a Operação Lava Jato são revoltantes.

Assim, naturalmente a mobilização pelo impeachment de Gilmar Mendes tem crescido de maneira avassaladora.

A hashtag **#ImpeachmentGilmarMendes** chegou a ser a mais comentada no Twitter na tarde desta segunda-feira (11).

No próximo dia 17 uma gigantesca manifestação deve ser realizada com o objetivo de pressionar o presidente do Senado Federal para que dê andamento ao processo de afastamento de Gilmar.

Tudo indica que se o impeachment de Gilmar tramitar no senado, sua degola será fatal.

O início da assepsia está próximo.

da Redação

TV JCO

UNB LIVRE NO COMBATE À DOCTRINAÇÃO UNIVERSITÁRIA
ENTREVISTA
Igor Cavallini Diniz

DOCTRINAÇÃO IDEOLÓGICA
03/01/2020
Presidente da UnB Livre afirma: "A universidade está aparelhada e a guerra é no campo das ideias" (veja o vídeo)

Participe do nosso grupo no **WhatsApp**

Participe do nosso canal no **Telegram**

Receba nossas notícias no feed do **Facebook**

Inscreva-se no nosso canal no **Youtube**

Siga-nos no **Gab.ai**

ASUS

COMPRE JÁ

ASUS VivoBook 15
+tela +leve +design

Processador Intel® Core™ i7

Intel
CORE i7
8th Gen



Figura 20. Captura de tela da notícia 2 do site Jornal da Cidade Online.

Notícia 3 – 12 de novembro de 2019 – 09h11min

“Todas as contas de Carlos Bolsonaro nas redes sociais fora do ar”

O assunto mais comentado na semana analisada não passou despercebido pelo site Jornal da Cidade Online. A falta de informações iniciais levou o site a colocar a notícia em “Opinião”, mesmo se retratando após ter informações sobre a exclusão das contas de Carlos Bolsonaro. Conforme a primeira frase, a notícia inicial teve de ser alterado, pois trazia o seguinte título: “Censura ideológica (?): Todas as contas de Carlos Bolsonaro nas redes sociais fora do ar”.

A notícia utiliza metade do espaço para explicar que a colunista responsável pela informação não teria levado nenhuma informação falsa, mas sim questionamentos, visto que na mesma semana o Ministro Gilmar Mendes foi alvo de manifestações na internet contra a sua atuação.

Jornal da Cidade Online	
Uso de <i>lead</i> ou retranca	Não.

Situar o leitor da situação	Situa o leitor do que está acontecendo.
Uso de fontes	Utiliza “pessoas próximas” como fonte.
Linguagem em terceira pessoa	Faz o uso.
Tamanho de parágrafos	Parágrafos curtos, por vezes uma frase.
Não adjetivação	Não.
Buscar fugir do texto opinativo	Sim.
Matérias assinadas ou não	Matéria assinada “Da Redação”.
Uso de hiperlinks para ligações externas	Não Utiliza.
Uso de imagens ou material gráfico próprio	Usa imagem do vereador e captura de tela da postagem inicial do próprio site.
Uso de imagens, vídeos ou outra forma em outras plataformas	Não.
Notícia de segunda mão	Não.

Quadro 25. Análise da notícia 3 do site Jornal da Cidade Online. Fonte: o autor.

Percebemos que a notícia entra na categoria de opinião, já que o primeiro texto divulgado (e é desmentido na notícia em questão) nesta categoria, mas o texto atual é assinado como “redação”, que deveria fugir de um texto de opinião. Nesse caso, em específico, o site assume a responsabilidade de, num primeiro momento, insinuar que a ausência do vereador Carlos Bolsonaro das redes sociais foi algum tipo de represália do STF ou mesmo do seu futuro pronunciamento na CPI das Fake News. Este caso mostra uma desordem que surge quando não se há informações e textos opinativos disfarçados de textos informativos podem levar a diversas outras possíveis consequências.



Um jornal consciente não abre mão do seu direito de crítica



Modelos de Petição 2020
Não Perca Tempo elaborando uma Peça Processual. Baixe Modelos Prontos e Facilite sua Vida.

ABRIR

EDITORIAIS - BLOGS E COLUMNS - APOIA.se

f t y v i w p

Q



Modelos de Petição 2020
Não Perca Tempo elaborando uma Peça Processual. Baixe Modelos Prontos e Facilite sua Vida.

ABRIR

DESTAQUE AGORA



POLÍTICA

Reportagem inédita revela uma outra história sobre o crime que assombra o PT há quase duas décadas

ÚLTIMAS NOTÍCIAS



SÉRGIO MORO

05/01/2020

A evolução de Sérgio Moro



PAPA FRANCISCO

05/01/2020

Após episódio do "tapa na mão", volta a circular vídeo de Papa afastando a mão dos beijos de fiéis (veja o vídeo)



SÉRGIO MORO

05/01/2020

Moro responde ironicamente, mas de maneira certeira, para "especialistas em Segurança Pública" (veja o vídeo)

OPINIÃO

Todas as contas de Carlos Bolsonaro nas redes sociais fora do ar

12/11/2019 às 09:11



10376
COMPARTILHARAM ISSO

*Essa matéria foi atualizada

As redes sociais do vereador Carlos Bolsonaro, filho do Presidente Bolsonaro, sumiram das redes sociais na manhã de terça-feira (12).

Pessoas próximas a Carlos afirmaram que foi o próprio vereador que excluiu as contas.

Uma das redes sociais, o twitter confirmou que não suspendeu a conta de Carlos.

Já Facebook e Instagram não quiseram se manifestar.

O gabinete do vereador comunicou que não se pronunciaria sobre esse assunto.

*Essa matéria continha um texto opinativo sobre uma possível censura que o vereador Carlos Bolsonaro poderia ter sofrido das redes sociais. O texto foi escrito na manhã do dia do fato, antes de qualquer informação oficial sobre o assunto.

O texto fazia apenas indagações a respeito do fato e não afirmava em momento algum que o Carlos havia sofrido censura de fato.

Após surgirem mais informações oficiais resolvemos alterar a matéria em respeito aos nossos leitores.

Deixamos abaixo um print do texto original e reafirmamos que o texto escrito por nossa colunista não trazia qualquer informação falsa, apenas questionamentos, pois no momento que foi escrito não haviam mais informações disponíveis sobre o assunto.

TV JCO

TV Jornal da Cidade Online estreou derrubando narrativas e assustando corruptos

TV JCO
04/01/2020

TV Jornal da Cidade Online estreou derrubando narrativas e assustando corruptos (veja o vídeo)

Participe do nosso grupo no

WhatsApp

Participe do nosso canal no

Telegram

Receba nossas notícias no chat do

Facebook

Inscriva-se no nosso canal no

Youtube

Siga-nos no

Gab.ai

ASUS

ACER VibeBook 15

COMPRE JÁ



TERRORISMO
05/01/2020

11 de setembro, uma lição para não ser esquecida: Fechar os olhos ao terrorismo não o eliminará, como querem os avestruzes



CARLOS VEREZA
05/01/2020

Cirurgião, Carlos Vereza detona e expõe as novas características das "ElêNÃO"



DONALD TRUMP
05/01/2020

Os seguidores do profeta sabem que agora o adversário merece respeito



PACOTE ANTICRIME
04/01/2020

Delegados da PF articulam derrubada de "jabutis" da Lei Anticrime



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
04/01/2020

Criação do Login único já beneficiou mais de 45 milhões de pessoas



LUCIANO HANG
04/01/2020

Luciano Hang critica Marcelo Freixo: "Estava sendo comunista lá na Europa"



RECUPERAÇÃO DA ECONOMIA
04/01/2020

Venda de veículos em 2019 é a maior em 5 anos e deve crescer em 2020

OPINIÃO

"Censura ideológica (?)": Todas as contas de Carlos Bolsonaro nas redes sociais fora do ar

12/11/2019 às 09:11

Derrubaram todas as contas do Carlos Bolsonaro?

Um dia depois da hashtag #ImpeachmentGilmarMendes ter alcançado mais de meio milhão de compartilhamentos.

Coincidência? Enquanto isso a esquerda que prega a violência permanece intocável.

Soltam os bandidos e temos agora CENSURA ideológica?

Onde vamos parar?

Ou vamos para as ruas apoiar o Presidente ou vão derrubar o governo eleito pela maioria dos brasileiros.

O golpe do Foro de São Paulo, agora também conhecido como Grupo de Puebla, já está em andamento.

Que ninguém se iluda.

Censura é o primeiro passo.

A hashtag hoje continua #ImpeachmentGilmarMendes. Só mudou o "I" inicial, que agora é maiúsculo. Está com 810 MIL tweets.

Perfil



@CarlosBolsonaro

Essa conta não existe

Tente buscar outro(a).



Lucia Sweet

Journalista

da Redação

O jornalismo em que você confia depende de você. Colabore com a independência do Jornal da Cidade Online doando qualquer valor. Acesse: apoia.se/jornaldacidadeonline

CENSURA

CARLOS BOLSONARO

IMPEACHMENT

10376

COMPARTILHARAM ISSO

Siga-nos no Twitter!

[Seguir @JornalDaCidadeO](#)

Jornal da Cidade Online

[Curtir Página](#) 652 mil curtidas

28 amigos curtiram isso



50% OFF

92.90

+ PRETE GRÁTIS

BOX DE R\$ 9,90

COMPRAR



ASUS VivoBook 15

+tela +leve +design

Processador Intel® Core™ i7

COMENTÁRIOS

74 comentários

Classificar por Mais antigos

Figura 21. Captura de tela da notícia 3 do site Jornal da Cidade Online.

Desta forma, depois de feita a coleta de dados e análise das notícias que foram selecionadas para este trabalho, foi possível identificar como possíveis notícias podem vir a desinformar ou mesmo fazer com que uma notícia se enquadra de forma a parecer

jornalística, mas quando na verdade emite opinião e faz com que uma “notícia”. Assim, quanto a estrutura dos cinco sites que foram analisados, chegamos na seguinte tabela a seguir:

Quanto a estrutura do site			
Características	Ocorrências		
	Sim	Não	Em partes
Uso de referência a notícias no endereço	4	1	-
Uso de mais de cinco editorias no cabeçalho	Todos		-
Cores semelhantes a sites de veículos de comunicação	4	1	-
Opções de compartilhamento	Todos	-	-
Apoio ao site ou propagandas	3	-	2

Quadro 26. Número total de características dos sites. Fonte: o autor.

Como podemos observar no quadro 26, percebemos que dentre os sites escolhidos, a maioria faz referência a ideia de notícia, de novidade e de trazer uma notícia informativa (ALSINA, 2009; MELO, 1994). Assim como também a maioria dos sites busca respaldo em cores que historicamente são associadas ao jornalismo, especialmente nos casos das cores azul e vermelho. Allcott e Gentzkow (2017) argumentam que sites que tendem a espalhar notícias falsas ou manipuladas visam dois principais pontos: retorno financeiro ou favorecer algum político (ou mesmo movimento), e nisso podemos perceber que três dos sites pedem doação para colaborar com as produções, os outros dois usam o método de Google *AdSense*, por exemplo (medida adotada pelos outros três, mas em menor quantidade).

A opção de compartilhamento permite que a notícia chegue mais rápido a o maior número de pessoas. Segundo Wardle & Derakhshan (2017) algumas mudanças são fundamentais para cada vez mais as notícias circularem com facilidade: tecnologia que permite publicações acessíveis, que possibilitam a criação e distribuição de conteúdo por qualquer pessoa, consumo de notícias através das mídias sociais e quanto mais essa informação circular, mais confiança as pessoas podem sentir (especialmente de colegas ou familiares). Percebemos que três sites (Plantão Brasil, Falando Verdades e Jornal da Cidade Online) permitem visualizar quantas pessoas compartilharam uma notícia, isso

pode servir para legitimar alguma informação, visto que se tanta gente compartilhou uma notícia, ela tende a ser real e informativa. Além do compartilhamento nas mídias sociais, os sites começam a oferecer o compartilhamento de notícias de forma privada, através de mensagens, pelo Messenger e WhatsApp.

Percebe-se que todos os sites trazem, no seu cabeçalho, muitas editorias, incluindo guias dedicadas a colaboradores, que assinam notícias opinativas (como no caso da Revista Fórum e do Jornal da Cidade Online). Inclusive é possível ver que nas próprias editorias é possível verificar a tendência dos sites. O site do Plantão Brasil faz referência ao PIG (Partido da Imprensa Golpista, termo criado pelo jornalista com identificação a esquerda, Paulo Henrique Amorim), mostrando que o site pode ter determinada inclinação a ser pró-Lula. Já o site Pleno News traz uma guia especial para Fé, reforçando a ligação do site com o mundo gospel.

Após a análise dos sites quanto a sua estrutura, que se replica nas páginas das notícias como um todo, passa-se a analisar as 15 notícias escolhidas. Ao juntar os dados obtidos na coleta de dados e somando as características presentes nos textos das notícias, seja os elementos verbais e aqueles não-verbais, chegamos no seguinte quadro:

Quanto as mensagens das notícias			
Características	Ocorrências		
	Sim	Não	Em partes
Título informativo	3	6	6
Título com tendência	11	2	2
Título de apoio (retranca)	6	8	1
Lead estruturado	8	5	2
Tamanho da notícia	11	4	
Tamanho de parágrafos	10	4	1
Situar o leitor	9	1	5
Mensagem em terceira pessoa	13	2	-
Adjetivação	4	10	5
Assinatura de notícias	9	6	
Recursos do hiperlink	3	10	2
Uso de imagens	14		1
Material gráfico próprio	5	9	1
Uso de fontes exclusivas	-	10	5
Link externo para outras mídias	4	5	5
Notícia de segunda mão	5	7	3

Quadro 27. Características das mensagens das notícias. Fonte: o autor.

No quadro, quando falamos em tamanho da notícia e tamanho dos parágrafos, levamos em consideração a definição de notícia que estabelecemos para este trabalho. Observando os dados gerais disponíveis no quadro anterior, podemos destacar e analisar pontos específicos de características das mensagens das notícias que foram selecionadas para essa dissertação, conforme veremos a seguir.

Uso de títulos diferentes: Ao analisar as notícias, percebemos que cada site utiliza uma estratégia diferente para seus títulos. Sempre importante para uma notícia, desde a sua versão impressa, os títulos ganham destaque por aparecerem com destaque quando uma notícia é compartilhada em mídias sociais (como Twitter e Facebook) ou em aplicativos de troca de mensagem (como no caso WhatsApp). É importante lembrar que os títulos podem ser considerados como “*super-lead*” (DOUGLAS, 1966), que busca resumir ainda mais uma notícia. Porém, nem sempre isso acontece, por isso que Fontcuberta (1999), diz que podem existir aqueles títulos objetivos ou subjetivos, grandes ou concentrados, completos ou incompletos. Nisso, percebemos que aqueles sites com um viés que mais se aproximam de pró-Lula, utilizam de termos que tentam, logo no começo, deslegitimar ou taxar os personagens da matéria, assim, percebemos que não há uma linguagem direta e totalmente informativa, tornando-se títulos com algum tipo de tendência, ou seja, títulos subjetivos, podendo usar alguma parte da matéria como destaque.. Na primeira notícia do site, por exemplo, Plantão Brasil, há o uso de “apavorado”, um sentimento que pode ser considerado pessoal e uma situação de algo que chegou ao seu limite, mas a soltura do ex-Presidente Lula tinha ocorrido na sexta-feira anterior a divulgação da notícia, sem contar que na entrevista original, não existe menção a este apavoramento. Ainda a notícia 2 do Plantão Brasil utiliza a palavra “palhaçada”, fazendo com que o leitor que tenha a mesma opinião, compartilhe essa notícia.

Do mesmo modo a Revista Fórum utiliza o termo “descontrolado”, conotando uma opinião pessoal de quem escreve a notícia. Como exemplo de estratégia para prender o leitor e fazer a notícia circular de forma rápido, o site Falando Verdades traz, na notícia 3, “você não protesta”, induzindo a população que o protesto poderia ser uma solução contra a medida.

Na busca de títulos mais atraentes, temos o caso da possível compra de passagens do então deputado Jair Bolsonaro no dia do assassinato da vereadora Marielle Franco. Enquanto a Revista Fórum afirma que houve a compra de passagens para o mesmo dia, o

site Pleno News afirma que o mesmo não viajou. Como foi checado pela Agência Lupa, a compra ocorreu, mas segundo dados, o parlamentar não chegou a viajar naquele dia.

Existe, também, os títulos que levam o leitor que não tem acesso a toda a notícia, entender que algo está em curso. É o caso da notícia 2 do site Jornal da Cidade Online. O título desta notícia leva a entender que o impeachment de Gilmar Mendes seria algo “irreversível”, sendo que a matéria esclarece que esse é um movimento que surge na internet, especialmente entre usuário do Twitter.

Conforme o quadro 26, que congrega os dados de todas as notícias, notamos que somente três notícias apresentam características que fazem com que os títulos sejam apenas informativos. Chama a atenção a quantidade de notícias que tem no seu título alguma tendência, seja no uso de palavras ou na escolha de que parte da informação da notícia ganharia destaque.

Notícias de segunda mão: É possível notar que sete notícias são de segunda mão, ou seja, são um recorte total de notícias já publicadas por outros sites. Nesses casos, mesmo não sendo notícias originais, elas fazem a escolha de títulos e imagens diferentes, sendo que isso faz a diferença (NUNOMURA, 2019). Dentre as notícias que foram selecionadas para a análise nesta dissertação, percebemos o uso de notícias de segunda mão, especialmente no primeiro site analisado. Aqui são consideradas notícias de segunda mão quando o site faz pequenas, ou nenhuma, modificação nas suas notícias. Porém, percebemos que a forma de mudança realizadas nas matérias são nos títulos, aonde é possível dar um direcionamento diferente de uma informação.

O uso de fontes externas, quando não há um trabalho além das informações, também foi considerado como de segunda mão. Nesses casos, são utilizados parágrafos da notícia e não toda, podendo gerar algum tipo de desordem informativa de uma informação original que foi contextualizada, escrita e pensada por um jornalista ou veículo de comunicação. São três notícias que utilizam dados de um ou mais sites para complementar uma informação, por vezes usando apenas um recorte das informações, como quando o site Falando Verdades utiliza apenas o dado da rejeição do Ministro Sérgio Moro, que mesmo tendo alta na rejeição, ainda é o político (dentre aqueles citados na pesquisa) com a menor rejeição, ficando a informação, de certa forma, tendenciosa.

Ao vermos a quantidade de notícias que utilizam informações de outras notícias, percebemos que um determinado fato ou acontecimento pode chegar a uma redação (jornalista ou a pessoa responsável pelo site) de uma forma “pura” e ser publicado como

alguma forma que deixe o fato enviesado (FILHO, 1986). O exemplo citado acima pode comprovar o objetivo de apenas falar a imagem de um agente político, sem contextualizar ou mesmo repassar toda a informação ou mesmo toda a notícia original.

Recursos do webjornalismo: A notícia, independente do formato que se apresente (seja na televisão, rádio, jornais impressos), sempre se manteve no objetivo de informar, mas cada novo recurso tecnológico mudou a apresentação dessa notícia. As fases que o webjornalismo passou (MIELNICZUK, 2003), trouxeram recursos muito diferentes do que as outras formas de divulgar notícias tinham anteriormente. O hipertexto, por exemplo, pode dar a uma notícia uma linguagem própria (CANAVILHAS, 2001) e conforme a evolução da tecnologia, algumas categorias recentes do webjornalismo, como a hiperlinguagem (materiais distintos para oferecer uma contextualização), densidade informativa (oferta abrangente e diversificada de conteúdos, referente aos acontecimentos), visualização (modo diferente de apresentar informações) (BARBOSA & TORRES, 2013), possibilitam uma notícia cada vez mais completa e contextualizada.

Assim, uma notícia no webjornalismo, pode explorar diversos recursos, aliando novos formatos, o uso de um banco de dados, uso de novas formas gráficas para tornar o processo de leitura mais aprazível ao leitor. Porém, na análise dos sites, percebemos que esses recursos são pouco explorados, visto que há o uso de imagens, porém dez notícias permanecem apenas na primeira fase do jornalismo, compreendida como a transposição de um texto para a internet. Também é pouco usado recursos de materiais gráficos próprios. Tudo isso contribui para uma notícia poder não contextualizar o leitor e não dar alternativas para a verificação do acontecimento de outras fontes, fazendo com que as estruturas disponíveis na internet (DIAZ & SALAVERRIA, 2003) não sejam exploradas na construção de uma webnotícia (CANAVILHAS, 2006).

Cores e estrutura do site: Como existe a facilidade, hoje, de se criar espaços para a publicação de notícias, a estruturas de sites que tendem a ser “noticiosos” busca em sites já instituídos para buscar algum tipo de legitimação. Através da análise dos sites, percebemos uma diversidade de cores usadas pelos sites com o viés pró-Lula, partindo do uso das cores da bandeira do Brasil, passando pelo vermelho e chegando ao laranja no último site analisado. Chama a atenção a utilização da cor azul e a referência a bandeira do Brasil, que ficou associada, depois das eleições, do viés pró-Bolsonaro.

Dessa forma, os sites mais ligados ao viés pró-Bolsonaro, utilizam apenas as tonalidades do azul, com um visual mais “branco” ao longo do site. De qualquer modo, a estrutura de cores utilizadas se assemelha, na média, a sites noticiosos já existentes, como o portal G1 (predominantemente vermelho) e sites de jornais impressos, como Folha e Estado de São Paulo.

Tentando obter alguma legitimidade perante ao público, alguns sites, para a legitimidade de uma notícia, disponibilizam a contagem de quantas vezes a notícia foi replicada, dando a ela um possível status de verdadeira e imparcial. Todos os sites fazem algum tipo de propaganda, contando com Google *AdSense* ou mesmo links especiais para leitores colaborarem com o site através de algum tipo de apoio, muitos solicitando isso para “fazer jornalismo”, algo que é possível também nos sites de veículos de comunicação já instituídos, porém a diferença reside que os sites analisados não oferecem nenhuma notícia que seja exclusiva para assinantes, sendo o apoio servindo para fomentar a continuidade do site, por acreditar nele.

Os elementos da notícia: Além do título, já descrito aqui, é importante situar o leitor de um acontecimento. Para estar bem informado, mesmo não lendo toda a notícia, o primeiro parágrafo seria aquele destinado a situar o leitor, ou seja, responder as questões que o *lead* (FRANCO, 2008; FONTCUBERTA, 1999; LAGE, 2006) impõe. Mas nota-se que, nas notícias analisadas, o *lead* não é usado apenas para informar, tendo algum elemento que se aproxima mais do texto opinativo ou mesmo não respondendo as cinco questões principais do *lead*, conforme vimos neste trabalho.

Em nenhuma notícia analisada foi possível a identificação de fontes exclusivas, de nenhuma fonte buscada por nenhum site. Entendemos que o uso de fontes, especialmente exclusivas, fazem com que uma notícia utilize da estratégia da referencialidade/ilusão referencial (GOMES, 2000). Assim, o uso de fontes oficiais, de fontes bem informadas, o uso de uma voz neutralizante passam a ideia de que uma notícia seja neutra, séria e indiscutíveis (FILHO, 1986). Existe informações coletadas de outros sites, declarações de personalidades e políticos no Twitter, declaração de políticos em comissões. O ouvir os dois lados, algo amplamente falado no jornalismo e que também é um dos fatores para a credibilidade, nenhum caso conta com fonte exclusiva, existe a transcrição, nos casos “em partes” (conforme o quadro 27), de discursos proferidos em sessões públicas. Mesmo quando se busca declarações em mídias sociais, ainda há a

possibilidade de buscar as melhores ou piores declarações, dependendo o viés que se quer com determinada informação.

Ao definirmos a notícia, para essa dissertação, utilizamos pesquisas historicamente realizadas, passando do surgimento do *lead* até que entendemos como webjornalismo, mas percebemos que os valores do jornalismo não são utilizados por essas notícias, ao menos na maioria delas. Percebemos que as notícias contam com poucos parágrafos, sem uso de fontes exclusivas ou um processo de apuração mais avançado. Inexiste a assinatura pessoal de um jornalista, o máximo que se chega é notícias assinadas como “Da redação”, algo que poderia corroborar para a credibilidade de uma notícia. A assinatura de um jornalista faz com que esse assuma a responsabilidade e assim leve alguma credibilidade ao que está sendo noticiado e isso pode garantir a veracidade das informações (SERRA, 2003), já que o que está em jogo é a credibilidade.

Em sua maioria, as notícias são escritas em terceira pessoa, sendo que 13 apresentam a linguagem desta forma e duas (cada uma de um viés) que contam com algum tom opinativo, ou seja, em primeira pessoa. mas isso não exclui a possibilidade de ter aspectos de um texto opinativo, visto que em muitos há adjetivação de personagens ou de situações. O uso de “presidiário” de um site com o viés pró-Bolsonaro, mostra uma posição, já que o presidiário em questão ocupou o cargo de maior importância numa República, mostrando que esse termo indica uma posição da notícia. Com o trabalho foi possível identificar que os textos buscam evidenciar características do jornalismo, especialmente a escrita em terceira pessoa, trazendo ao texto uma possível legitimidade, ao mesmo tempo que essas notícias tinham em seu título (11 casos) algum tipo de tendência para algum dos vieses analisados. Isso faz com que, mesmo uma notícia escrita segundo o que observamos ao longo desse trabalho, pode ser comprometida com o ângulo que o título direciona o leitor.

Diferente do que acontece com notícias de veículos de comunicação já instituídos, percebemos que os sites analisados não buscam expor os responsáveis pelas matérias, fazendo com que a assinatura seja apenas “Da Redação”, fazendo com que a responsabilidade de uma informação seja do site e não de um jornalista. Além da assinatura de um responsável, que pode representar a credibilidade perante ao público, o uso de hiperlinks (sejam eles externos ou internos ao site), servem para que o leitor saiba que uma informação possa ser verdadeira, falsa ou manipulada e o uso desse recurso é também limitado por esses sites, sendo que existe o uso em apenas três notícias de forma mais avançada e duas em partes.

Deste modo, percebemos que o formato em que se apresentam (os sites e as notícias) remetem ao que conhecemos do jornalismo, como o uso de *lead* e uma estrutura semelhante ao jornalismo, mesmo não fazendo a apropriação total que o webjornalismo fornece. Observamos essa semelhança através, primeiramente, do nome e endereço na internet desses sites, que remete a “Plantão”, “News”, “Revista” ou “Jornal”, passando pela escolha de suas cores, que na maioria dos sites se assemelham a sites de veículos de comunicação já existentes, e títulos que além de buscarem informar, buscam posicionar a notícia de acordo com o viés que o veículo apresenta. Assim, 11 títulos com algum tipo de tendência, a não utilização de texto de apoio ou retranscrição, muitos sem o *lead* estruturado, a falta de exploração dos recursos do webjornalismo, entre outros pontos observados, concluímos que esses sites podem ser considerados como uma replicação de conteúdo falso, utilizando de notícias de segunda mão com um enquadramento que pode desinformar.

Vimos que uma notícia deveria contemplar todos os lados de uma informação, estrutura, contexto e os elementos descritos no decorrer do trabalho. Nestes sites, conforme vimos, o formato do conteúdo tenta se assemelhar a notícias, porém há traços que podem afastar a notícia divulgada do caráter informativo, mostrando parte da informação e, principalmente através dos títulos, direcionando o leitor para algum viés de apoio ou de rejeição a alguma informação. Observamos também que este conteúdo não apresenta o formato de notícia característico do webjornalismo: não fazendo o uso das características que apontamos no decorrer do trabalho.

Percebemos neste trabalho que a estrutura que o jornalismo consolidou é espelho para os sites analisados, porém fazendo pouco uso dos recursos disponíveis na internet. A grande produção (ou reprodução) de notícias nos sites analisados mostram que eles sempre buscam critérios noticiosos de assuntos que estão em pauta por outros veículos de comunicação, fazendo com que o público busque informações e possa vir a encontrar a notícia que mais possa vir a acreditar. Como pode existir uma verdade azul e outra vermelha (KOVACH & ROSENSTIEL, 2010), os sites buscam utilizar muito do jornalismo (como a notícia em terceira pessoa, situar o leitor) para passar alguma legitimidade para o público, quando na verdade a mensagem pode conter algum tipo de manipulação, falsidade, fazendo com que um assunto possa vir a virar uma desordem informativa na população. Finalmente, percebemos que a principal categoria de desinformação utilizada pelos sites analisados está presente no seu título, que sendo manipulado, busca manipular o leitor e trazer consigo a desinformação.

CONCLUSÃO

Ao longo da história e da evolução do jornalismo, percebemos várias mudanças, como a passagem de um jornalismo mais ligado ao fator explicitamente político (TRAQUINA, 2018), até o surgimento do jornalismo como conhecemos hoje, que deixou o jornalismo partidário de lado e pôde ser feito através da venda de espaços publicitários (LAGE, 1979), assim como a profissionalização da profissão, o que fez com que o jornalismo ganhasse espaço de destaque na sociedade. Apesar de todas as mudanças, especialmente as técnicas, a notícia passou por todos os veículos de comunicação (seja nos jornais impressos até as mídias sociais) e se tornou o principal produto do jornalismo.

É em torno da notícia que surgem várias teorias e também as mais variadas técnicas de texto que buscam a legitimidade de uma informação. Conforme vimos, a notícia se apoia em muitas técnicas (do *lead*, dos títulos, das pirâmides, do diamante), de ouvir fontes, de ter valores-notícias e os critérios de noticiabilidade (TRAQUINA, 2018; WOLF, 2012), de ter critérios de seleção (WHITE, 1950), tudo isso para levar ao público uma informação completa, de qualidade e com a credibilidade, onde um acontecimento é levado ao público de forma correta ou o relato mais próximo da realidade.

Com as possibilidades criadas com a internet, muitos veículos de comunicação (especialmente aqueles veículos impressos) encontraram espaço para divulgar as suas notícias e com o passar do tempo o webjornalismo possibilitou unir recursos que antes se mostravam de forma isolada, unindo agora áudio, vídeo, imagem, por exemplo, em um só lugar. É também nesse contexto que surge a possibilidade da criação de sites e blogs por pessoas que tenham o conhecimento básico de ferramentas disponíveis na internet. Assim, torna-se mais fácil publicar um fato, um acontecimento ou mesmo emitir algum tipo de opinião.

Com toda a evolução do jornalismo e da notícia, observadas no decorrer deste trabalho, chegamos ao tempo que vivemos hoje, onde as potencialidades da internet fazem com que surjam cada vez mais sites e blogs. Essa grande quantidade de recursos e de quantidade, faz com que estejamos expostos a cada vez mais informações (JOHNSON, 2012), porém nem sempre isso é algo bom, já que comparando a uma dieta nutricional: muita informação pode ser prejudicial, assim como pouca também. É nesse contexto, de muita informação, que podem ocorrer desordens informativas.

Através da escolha dos sites para essa dissertação, pudemos criar quadros para identificar os principais pontos dos sites escolhidos, assim como também dos elementos

presentes na notícia, podendo assim categorizar os principais elementos de uma notícia desses sites para perceber pontos de possíveis “*fake news*”. Nessa seleção, buscou-se semelhanças entre as notícias desses sites com elementos que encontramos tradicionalmente em veículos de comunicação já instituídos no Brasil. Foi possível identificar, nesses sites e nessas notícias, elementos que podem caracterizar notícias falsas, tendenciosas ou manipuladas.

Depois da coleta de dados e da análise, pode-se dizer que identificamos nesses sites elementos que buscam imitar o jornalismo que conhecemos, especialmente as mensagens em terceira pessoa, uma notícia com parágrafos estruturados e de tamanhos semelhantes, o uso de imagens. Já quanto a estrutura do site, percebemos que também existe a semelhança com sites noticiosos de veículos de comunicação, especialmente no uso de nomes que remetem a notícias e ao jornalismo, uso de cores já utilizadas por outros veículos, além de várias guias com temas variados.

Porém, apesar de todas as semelhanças com o jornalismo, descritas acima, percebemos que a maioria das notícias contém em seu título algum tipo de tendência, podendo através disso, orientar o público para algum tipo de opinião, mesmo se tratando de textos que deveriam ser informativos. Elementos do jornalismo, como a assinatura das notícias, não são utilizados, além do uso limitado dos elementos do webjornalismo e sem o rigor de fontes de notícias, especialmente aquelas exclusivas.

Assim, percebemos que as notícias analisadas utilizam de formas jornalísticas para trazerem, especialmente em seu título, algum posicionamento sobre o acontecimento. Visto que a maioria das notícias são de segunda mão (totalmente ou fazem o uso de fontes de outros sites), o título da notícia se torna importante, sendo que muitas vezes o leitor pode apenas ler o título, fazendo com que se crie uma desordem, sendo tendenciosos, fazem com que uma notícia se torne uma “*fake news*”, não informando claramente, mas indicando um posicionamento, o que não indica credibilidade real, mas sim causando uma desordem na informação.

REFERÊNCIAS

ALLCOTT, Hunt; GENTZKOW, Matthew. **Social Media and Fake News in the 2016 Election**. Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—Spring 2017—Pages 211–236. Disponível em: <<https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

BARBOSA, S. A.; TORRES, V. “O paradigma ‘Jornalismo Digital em Base de Dados’: modos de narrar, formatos e visualização para conteúdos”, in *Galaxia*, N.º 25, São Paulo, online, pp. 152-164, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/gal/v13n25/v13n25a13.pdf>> Acesso em: 18 set. 2019.

BRADSHAW, Paul. **A Model for the 21st Century Newsroom: the news diamond**. [S.I], 2007. Disponível em: < <https://onlinejournalismblog.com/2007/09/17/a-model-for-the-21st-century-newsroom-pt1-the-news-diamond/>>. Acesso em: 11 jul. 2019.

BRADSHAW, Paul. **Model for a 21st Century Newsroom - Redux How digitisation has changed news organisations in a multiplatform world**. 2012. Disponível em: <<https://keralamediaacademy.org/wp-content/uploads/2015/02/21stcentury-newsroom.pdf>>

BELTRÃO, Luiz. *A imprensa informativa*. São Paulo: Editor Folco Masucci, 1969.

BENETTI, Marcia. **O jornalismo como gênero discursivo**. Revista *Galáxia*, núm. 15, junho, 2008, pp. 13-28 Pontifícia Universidade Católica de São Paulo São Paulo, Brasil. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/3996/399641241002.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2019.

BENTLEY, Frank et.al. **Understanding Online News Behaviors**. Association for Computing Machinery, 2019. Disponível em: <<http://web.mit.edu/bentley/www/papers/newsLogsCHI.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 35o ed. Petrópolis: Vozes, 2013.

BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005, 330p.

BRUNS, Axel. **Echo Chamber? What Echo Chamber? Reviewing the Evidence Echo chamber? What echo chamber? Reviewing the evidence**. In 6th Biennial Future of Journalism Conference (FOJ17), 14-15 September 2017, Cardiff, UK. (Unpublished). Disponível em: <<https://eprints.qut.edu.au/113937/1/Echo%20Chamber.pdf>> Acesso em: 10 jul. 2019.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: considerações gerais sobre o jornalismo na web**. 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

CANAVILHAS, João. **Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático**. II Congresso Internacional Comunicación 3.0, 2010, online. Disponível em: <<http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>> Acesso em: 31 jul. 2018.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada**. 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

CANAVILHAS, João; BACCIN, Alciane; SATUF, Ivan. **Era pós-PC: a nova tessitura da narrativa jornalística na web**. In: PEIXINHO, Ana; ARAÚJO, Bruno. *Narrativa e Media: Géneros, figuras e contextos*. Coimbra: Coimbra University Press, 2017. Disponível em: <https://dl.uc.pt/bitstream/10316.2/41353/1/Era%20pos-PC_a%20nova%20tessitura%20da%20narrativa%20%20jornalistica%20na%20web.pdf> Acesso em: 18 set. 2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999. v. 1.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

CHRISTOFOLETTI, Rogério; LAUX, Ana Paula. **Confiabilidade, credibilidade e reputação: no jornalismo e na blogosfera**. Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, vol. 31, núm. 1, enero-junio, 2008, pp. 29- 50. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/698/69830989003.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística**. São Paulo: Summus, 1994.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar: travessias para uma nova teoria de gêneros jornalísticos**. São Paulo: Summus, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. 1.ed. 1ª reimpressão. São Paulo: Contexto, 2007.

CORDENONSSI, Ana; MELO, José Marques. **Jornalismo interpretativo: os formatos nas revistas Veja e Época**. XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. São Paulo, maio 2008.

CUNHA, Evandro et.al. **Fake News as We Feel It: Perception and Conceptualization of the Term "Fake News" in the Media**. Lecture Notes in Computer Science, 2018. Disponível em: <https://link.springer.com/chapter/10.1007%2F978-3-030-01129-1_10> Acesso em: 11 jul. 2019.

DION, Sylvie. **O "fait divers" como gênero narrativo**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Letras, n.34. Universidade Federal de Santa Maria, 2007. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/letras/article/view/11944>> Acesso em: 12 jul. 2019.

DIAZ, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. Hipertexto periodístico: teoria y modelos. In: DIAZ, Javier; SALAVERRÍA, Ramón. **Manual de Redacción Ciberperiodística**. Barcelona: Editorial Ariel, 2003.

DIFONZO, Nicholas. **O poder dos boatos: como os rumores se espalham, ditam comportamentos, podem ser administrados e por que acreditamos neles**. Rio de Janeiro . Elsevier, 2009.

DOUGLAS, Joaquim. **Jornalismo: a técnica do título**. São Paulo: Agir Editora, 1966.

DUBOIS, Elizabeth; BLANK, Grant. **The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media**. Journal Information, Communication & Society. Volume 21, 2018. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/1369118X.2018.1428656>> Acesso em: 11 jul. 2019.

DURANDIN, Guy. **La información, la desinformación y la realidad**. Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, Espanha, 1993.

FILHO, Ciro Marcondes. **O capital da notícia: jornalismo como produção social da segunda natureza**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

FLAXMAN, Seth; GOEL, Sharad; RAO, Justin. **FILTER BUBBLES, ECHO CHAMBERS, AND ONLINE NEWS CONSUMPTION**. Public Opinion Quarterly, Vol. 80, Special Issue,

2016, pp. 298–320. Disponível em: <<https://5harad.com/papers/bubbles.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

FRANCO, Guillermo. **Como escrever para a web. Bases para a discussão e construção de manuais de redação online**. Editado pelo Centro Knight para Periodismo em las Américas de la Universidade de Texas, en Austin. 2009. Disponível em: <https://knightcenter.utexas.edu/como_web_pt-br.pdf> Acesso em: 7 jul. 2019.

FRIGGERI, Adrien et.al. **Rumor Cacades**. Proceedings of the Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, 2014. Disponível em: <<https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/viewFile/8122/8110>> Acesso em: 11 jul. 2019.

FONTCUBERTA, Mar de. **A notícia: pistas para compreender o mundo**. Lisboa: Editorial Notícias, 1999.

GESCHKE, D., LORENZ, J., HOLTZ, P. (2018). **The triple filter bubble: Using agent-based modelling to test a meta-theoretical framework for the emergence of filter bubbles and echo chambers**. British Journal of Social Psychology. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/bjso.12286>> Acesso em: 12 jul. 2019.

GILBERT, E., BERGSTROM, T., KARAHALIOS, K. **Blogs Are Echo Chambers: Blogs Are Echo Chambers**. 2009. Disponível em: <<http://social.cs.uiuc.edu/papers/pdfs/hicss09-echo-gilbert.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

GOMES, Mayra. **Jornalismo e ciências da linguagem**. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2000

GUESS, Andrew et.al. **Avoiding the echo chamber about echo chambers: Why selective exposure to like-minded political news is less prevalent than you think**. Janeiro – 2018. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/330144926_Avoiding_the_echo_chamber_about_echo_chambers_Why_selective_exposure_to_like-minded_political_news_is_less_prevalent_than_you_think> Acesso em: 12 jul. 2019.

GUIMARAES, Ligia. *et al.* Processo de Produção jornalística: do nariz de cera ao lead nos jornais de São Luís. Intercom, 2006. Disponível em: <<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1408-2.pdf>> Acesso em: 10 dez. 2019.

GULTUNG, Johan; RUGE, Mari. A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In: TRAQUINA, Nelson. . **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

HOHLFELDT, Antonio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz; FRANÇA, Vera. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências** (Org.). 14. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. **Disinformation and ‘fake news’: Final Report. Eighth Report of Session 2017–19**. Disponível em: <<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

KAPFERER, Jean-Noël. **BOATOS: O meio de comunicação mais velho do mundo**. Editora Forense, 1993.

KUMAR, Srijan; SHAH, Nikhil. False Information on Web and Social Media: A Survey. Published in ArXiv 2018. Disponível em: <<https://www.semanticscholar.org/paper/False-Information-on-Web-and-Social-Media%3A-A-Survey-Kumar-Shah/1bb23fd4252a76b55ff77ed982fc78c3e06d1452>> Acesso em: 11 jul. 2019.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os profissionais devem saber e o público deve exigir**. Porto: Editora Porto, 2001.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. *Blur: How to Know What's True in the Age of Information Overload* (English Edition), eBook Kindle, 2010.

LAGE, Nilson. **Ideologia e Técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, Ed da UFSC, 2001.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 2a ed, São Paulo: Ática, 1987

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. 6.ed. São Paulo: Ática, 2006.

LISBOA, Silvia. **Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência**. Dissertação Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação – UFRGS. 2012. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54507/000851927.pdf?sequence=1&isAllowed=y>> Acesso em: 12 jul. 2019.

MANUAL de Redação: **Folha de São Paulo**. 21.ed. São Paulo, Publifolha, 2018.

MANUAL, de Radiojornalismo. **Universidade Metodista de São Paulo**, 2002. Disponível em: <<http://culturadigital.br/falalivre/files/2015/03/manual-de-radio-unimep.pdf>> Acesso em 1 jul. 2019.

MEDINA, Cremilda. **Notícia, um produto à venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. São Paulo: Summus, 1988.

MESSING, Solomon; WESTWOOD, Sean. **Selective Exposure in the Age of Social Media: Endorsements Trump Partisan Source Affiliation When Selecting News Online**. Communication Research (2012). 1-22p. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650212466406>> Acesso em 12 jul. 2019.

MOELLER, J.; HELBERGER, N. **Beyond the filter bubble: Concepts, myths, evidence and issues for future debates**. Amsterdam: University of Amsterdam, 2018. Disponível em: <https://pure.uva.nl/ws/files/29285427/beyond_the_filter_bubble_concepts_myths_evidence_and_issues_for_future_debates_1.pdf> Acesso em: 12 jul. 2019.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. (Tese de doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2003.

MELO, José Marques de. **A opinião no jornalismo brasileiro**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 1994.

MELO, José Marques de. Panorama diacrônico dos gêneros jornalísticos. In: MELO, José Marques de; ASSIS, Francisco de (org.). *Gêneros Jornalísticos: teoria e práxis*. Blumenau: Edifurb, 2012. 253 p.

NASCIMENTO, Patrícia Ceolin do. **Técnicas de redação em jornalismo: o texto da notícia**.v.2. São Paulo: Saraiva, 2009.

NECHUSHTAI, Efrat; LEWIS, Seth. **What kind of news gatekeepers do we want machines to be? Filter bubbles, fragmentation, and the normative dimensions of algorithmic recommendations.** Computers in Human Behavior, v.90, 2019, p 298-307. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563218303650>> Acesso em: 12 jul. 2019.

NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital.** Tradução: Sérgio Tellaroli. São Paulo : Companhia das Letras, 1995.

NEWMAN, Nic. Section 1: Executive Summary and Key Findings. In: NEWMAN, Nic et.at. **Reuters Institute Digital News Report**, 2017. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf> Acesso em: 12 jul. 2019.

NUNOMURA, Eduardo. Notícias de segunda mão: os jornais locais e a cobertura política. São Paulo: E. Nunomura, 2018. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e Artes/ Universidade de São Paulo.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0 –Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software.** O'Reilly Publishing, 2005, online. Disponível em: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> Acesso em: 30 nov. 2018.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a internet está escondendo de você.** Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PAVLIK, John. **El periodismo y los nuevos medios de comunicación.** Paidós, Barcelona, 2005, 351 páginas.

PINHO, J. B. **Jornalismo na Internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

RECUERO, Raquel. **A internet e a nova revolução na comunicação mundial.** 2000. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/revolucao.htm>> Acesso em: 2 jul. 2019.

RODRIGUES, Adriano. O Acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

SEIBT, Taís. **JORNALISMO DE VERIFICAÇÃO COMO TIPO IDEAL: A prática de fact-checking no Brasil.** Tese de Doutorado. UFRGS, 2019. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=001092320&loc=2019&l=6cd6b30ada60efd9>> Acesso em: 12 jul. 2019.

SENA, Emanuelle; LUVIZOTTO, Caroline. **DESINFORMAÇÃO E CONTRA-NARRATIVAS NO PERÍODO PRÉ-ELEITORAL: Uma análise do fact-checking nas campanhas para Presidência do Brasil em 2018.** Brasília: Compolítica, 2019. Disponível em: <http://ctpol.unb.br/compolitica2019/GT4/gt4_Sena_Luvizotto.pdf> Acesso em: 21 dez. 2019.

SERRA, Paulo. **O princípio da credibilidade na selecção da informação mediática.** 2003. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/serra-paulo-credibilidade-selecao-informacao.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

SHAO, Chengcheng et.al. **The spread of misinformation by social bots**. arXiv: 1707.07592v1, 2017. Disponível em: <<https://www.andyblackassociates.co.uk/wp-content/uploads/2015/06/fakenewsbots.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

SHOEMAKER, P.; TIM, V. **Teoria do gatekeeping: construção e seleção da notícia**. Tradução: Vivian Nickel; revisão técnica: Marcia Benetti. Porto Alegre: Penso, 2011. 214 p.

SHORE, Jesse; BAEK, Jiye; DALLAROCAS, Chrysanthos. **Twitter Is Not the Echo Chamber We Think It Is**. Magazine: Winter 2019 IssueFrontiersResearch Highlight. Disponível em: <<https://sloanreview.mit.edu/article/twitter-is-not-the-echo-chamber-we-think-it-is/>> Acesso em: 12 jul. 2019.

SINGER, Jane. **User-Generated Visibility: Second Gatekeeping in a Shared Media Space**. New Media & Society. 2013. Online. Disponível em: <http://nms.sagepub.com/content/early/2013/03/13/1461444813477833> Acesso em: 20 nov. 2018.

SOUSA, Jorge. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, 2002. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2019.

STRELOW, Aline. Rumor. **Enciclopédia INTERCOM de Comunicação**. Vol. 1 – Dicionário Brasileiro do Conhecimento Comunicacional - Conceitos (termos, expressões e referências indispensáveis ao estudo da área), 2010.

SUNSTEIN, Cass. **Echo Chambers: Bush v. Gore, Impeachment, and Beyond**. New Jersey: Princeton University Press, 2001. Disponível em: <<http://assets.press.princeton.edu/sunstein/echo.pdf>> Acesso em 10 nov. 2018.

SUSTEIN, Cass. **A verdade sobre os boatos: Como se espalham e por que acreditamos neles**. Tradução Márcio Hack. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010

SUNSTEIN, Cass. **On Rumors How Falsehoods Spread, Why We Believe Them, and What Can Be Done**. First Princeton Edition 2014.

SUNSTEIN, Cass. **#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media**. Princeton University Press, 328 p.

TANDOC, Edson. The facts of fake news: A research review. Wiley Connections, v 13, setembro 2019. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/soc4.12724>> Acesso em: 16 nov. 2019.

TRAQUINA, Nelson. As notícias. In:TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular, v. II, ed. rev. 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 3. Ed. ver. 2018.

TRÄSEL, Marcelo. Pseudojornalismo: proposta de um termo para substituir “notícias falsas”. Porto Alegre: XII Simpósio Nacional da ABCiber, 2019. Disponível em: <https://www.abciber2019.sinteseeventos.com.br/trabalho/view?ID_TRABALHO=53> Acesso em: 10 dez. 2019.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

TUCHMAN, Gaye. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Gili, 1983.

TUCHMAN, Gaye. A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

VIZEU, Alfredo. **A construção social da realidade e os operadores jornalísticos**. Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia. V.11, n.25, 2004. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3290/2548>> Acesso em: 12 jul. 2019.

WHITE, David. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”** (Org.). Florianópolis: Insular, 2016.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação de Massa**. 2º ed. SP Martins Fontes, 2012, 295 p.

VACCARI, C., VALERIANI, A., BARBERÁ, P., JOST, J. T., NAGLER, J., TUCKER, J. A.. **Of echo chambers and contrarian clubs: Exposure to political disagreement among German and Italian users of twitter**. 2016, Social Media+ Society, 2(3)

VIZEU, Alfredo. **Telejornalismo: onde está o lead?** Revista FAMECOS: Porto Alegre, n. 11. dezembro 1999. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/3051/2329>> Acesso em: 11 jul. 2019.

VIZEU, Alfredo. **A construção social da realidade e os operadores jornalísticos**. Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia. V.11, n.25, 2004. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3290/2548>> Acesso em: 11 jul. 2019.

VOLKOFF, V. **Pequena história da desinformação: do cavalo de Tróia à internet**. Curitiba: Ed. Vila do Príncipe, 2004.

WARDLE, Claire; DERA KHSTHAN, Hossein. **Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking**. Council of Europe, 2017. Disponível em: <<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>> Acesso em: 11. Jul. 2019.

WARDLE, Claire; DERA KHSTHAN, Hossein. Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information. In: **UNESCO Series on Journalism Education. Handbook for Journalism Education and Training**, 2018. Disponível em: <<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>> Acesso em: 11 jul. 2019.

ZAGO, Gabriela. **Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação**. Dissertação Mestrado em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2011. <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/28921>> Acesso em: 06 set. 2018.

ZHAO, Zilong et.al. **Fake news propagate differently from real news even at early stages of spreading.** Cornell University: Physics and Society, 2018. Disponível em: <<https://arxiv.org/abs/1803.03443>> Acesso em: 11 jul. 2019.

APÊNDICE 1 – Lista de notícias coletadas nas semana de 11 a 15 de novembro de 2019

DIA 11 – 15 DE NOVEMBRO – Plantão Brasil

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106404> - Bolsonaro está apavorado com Lula Livre e ameaça prendê-lo

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106402> - Bolsonaro pede socorro a Moro após soltura de Lula e ex-juiz parte para o ataque

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106423> - Derrota de Moro e bolsonaristas: Maia põe fim à palhaçada da segunda instância

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106414> - Carlos Bolsonaro apaga todas as redes sociais; está apavorado com a CPI das Fake News

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106426> - Joice planeja duro massacre a Bolsonaro em seu depoimento na CPI das Fake News

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106417> - Desempregados vão pagar imposto para que empresas paguem menos

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106428> - Seguidor de Felipe Neto salvou TODOS os tuítes de Carlos Bolsonaro; deletar não deu certo!

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106415> - Bolsonaristas ligam rede de fake-news dizendo que Gilmar Mendes é quem teria expulsado Carlos Bolsonaro das redes sociais

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106441> - Advogado orientou Carlucho a apagar perfis das redes para despistar CPI das Fake News

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106442> - PEC de Bolsonaro desobriga governo a construir escolas, como na África

<https://www.plantaobrasil.net/news.asp?nID=106451> - Enquadrado, Bolsonaro pediu desculpas ao presidente da China por falar mal do país

DIA 11 – 15 NOVEMBRO – Revista Fórum

<https://revistaforum.com.br/politica/eduardo-bolsonaro-chama-outdoors-pro-pacote-de-moro-de-manifestacoes-populares-e-espontaneas/> - Eduardo Bolsonaro chama outdoors pró-pacote de Moro de manifestações “populares” e “espontâneas”

<https://revistaforum.com.br/politica/eduardo-bolsonaro-ataca-doria-e-seu-novo-time-tabajara-no-twitter/> - Eduardo Bolsonaro ataca Doria e seu novo time “Tabajara” no Twitter

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-ameaca-usar-lsn-para-prender-lula-de-novo/> - Bolsonaro ameaça usar LSN para prender Lula de novo

<https://revistaforum.com.br/politica/descontrolado-eduardo-bolsonaro-diz-que-vai-virar-governador-e-ataca-pt/> - Descontrolado, Eduardo Bolsonaro diz que vai virar governador e ataca PT

<https://revistaforum.com.br/politica/em-novo-ataque-bolsonaro-vai-cobrar-inss-de-desempregados/> - Em novo ataque, Bolsonaro vai cobrar INSS de desempregados

<https://revistaforum.com.br/politica/weintraub-chama-lula-de-admirador-confesso-de-hitler-e-praticante-de-bestialismo/> - Weintraub chama Lula de “admirador confesso de Hitler e praticante de bestialismo”

<https://revistaforum.com.br/politica/mbl-orientava-blogs-parceiros-a-produzir-fake-news-contradversarios-diz-ex-colaborador/> - MBL orientava blogs parceiros a produzir fake news contra adversários, diz ex-colaborador

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-insiste-em-permissao-de-trabalho-aos-domingos-e-feriados-sem-direitos/> - Bolsonaro insiste em permissão de trabalho aos domingos e feriados sem direitos

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/carlos-bolsonaro-apaga-todas-as-suas-contas-das-redes-sociais/> - Carlos Bolsonaro apaga todas as suas contas das redes sociais

<https://revistaforum.com.br/politica/cade-o-carluxo-sumico-de-perfis-nas-redes-sociais-gera-especulacoes-e-teorias-da-conspiracao/> - Cadê o Carluxo? Sumiço de perfis nas redes sociais gera especulações e teorias da conspiração

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-quer-criar-novo-partido-coletando-assinaturas-em-grupos-de-whatsapp/> - Bolsonaro quer criar novo partido coletando assinaturas em grupos de WhatsApp

<https://revistaforum.com.br/politica/frota-sobre-carlos-bolsonaro-foi-so-o-tonho-da-lua-ser-convocado-na-cpi-das-fake-news-que-as-contas-sumiram/> - Frota sobre Carlos Bolsonaro: Foi só o Tonho da Lua ser convocado na CPI das fake news que as contas sumiram

<https://revistaforum.com.br/politica/cristovam-buarque-fala-em-propriedade-de-escravos-como-clausula-petrea-e-vai-parar-nos-tts-do-twitter/> - Cristovam Buarque fala em “propriedade de escravos como cláusula pétrea” e vai parar nos TTs do Twitter

<https://revistaforum.com.br/politica/joice-promete-power-point-para-explicar-fake-news-de-bolsonaro/> - Joice promete power point para explicar fake news de Bolsonaro

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-ja-e-rejeitado-por-metade-da-populacao-aponta-atlas-politico/> - Bolsonaro já é rejeitado por metade da população, aponta Atlas Político

<https://revistaforum.com.br/politica/pt-cresce-em-meio-a-queda-de-bolsonaro-mostra-atlas-politico/> - PT cresce em meio à queda de Bolsonaro, mostra Atlas Político

<https://revistaforum.com.br/politica/joice-hasselmann-da-invertida-em-eduardo-bolsonaro-compra-uma-camisa-de-forca-e-entra-nela-moleque/> - Joice Hasselmann dá invertida em Eduardo Bolsonaro: “Compre uma camisa de força e entra nela, moleque”

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-a-principe-voce-deveria-ter-sido-meu-vice-e-nao-esse-mourao-ai-eu-casei-casei-errado/> - Bolsonaro a “príncipe”: “Você deveria ter sido meu vice, e não esse Mourão aí. Eu casei, casei errado”

<https://revistaforum.com.br/global/sobrinho-de-autoproclamada-presidenta-da-bolivia-foi-presno-brasil-com-480-quilos-de-cocaina/> - Sobrinho de autoproclamada presidenta da Bolívia foi preso no Brasil com 480 quilos de cocaína

<https://revistaforum.com.br/politica/eduardo-bolsonaro-defende-invasao-de-embaixada-venezuelana-por-grupos-fascistas/> - Eduardo Bolsonaro defende invasão de embaixada venezuelana por grupos fascistas

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro/bolsonaro-comprou-passagens-para-o-rio-no-dia-do-assassinato-de-marielle-franco/> - Bolsonaro comprou passagens para o Rio no dia do assassinato de Marielle Franco

<https://revistaforum.com.br/politica/crivella-colocou-igreja-universal-a-disposicao-para-bolsonaro-coletar-assinaturas-para-novo-partido-diz-freixo/> - Crivella colocou Igreja Universal à disposição para Bolsonaro coletar assinaturas para novo partido, diz Freixo

<https://revistaforum.com.br/politica/carro-que-estava-na-invasao-da-embaixada-venezuelana-pertence-a-presidente-do-rotary-club-de-brasilia/> - Carro que estava na invasão da embaixada venezuelana pertence a presidente do Rotary Club de Brasília

<https://revistaforum.com.br/noticias/governo-bolsonaro-quer-aplicar-multa-de-ate-r-100-mil-para-quem-nao-votar-em-eleicao-sindical/> - Governo Bolsonaro quer aplicar multa de até R\$ 100 mil para quem não votar em eleição sindical

<https://revistaforum.com.br/politica/lula-volta-ao-nordeste-apos-580-dias-de-prisao-politica/> - Lula volta ao Nordeste após 580 dias de prisão política

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-tem-que-fechar-por-3-meses-o-stf-diz-presidente-do-psdb-de-tocantins/> - Bolsonaro “tem que fechar por 3 meses o STF”, diz presidente do PSDB de Tocantins

<https://revistaforum.com.br/politica/bebianno-foi-bolsonaro-quem-falou-de-dossie-de-suruba-gay-do-principe/> - Bebianno: foi bolsonaro quem falou de dossiê de “suruba gay” do “príncipe”

<https://revistaforum.com.br/politica/carluxo-apagou-redes-sociais-por-orientacao-de-advogados-antes-de-depor-a-cpi-das-fake-news/> - Carluxo apagou redes sociais por orientação de advogados antes de depor à CPI das Fake News

<https://revistaforum.com.br/politica/jornalista-explica-tuite-da-volta-de-bolsonaro-ao-rio-no-dia-da-morte-de-marielle/> - Jornalista explica tuíte da volta de Bolsonaro ao Rio no dia da morte de Marielle

<https://revistaforum.com.br/politica/eduardo-bolsonaro-diz-que-carluxo-tem-faro-para-trairas-e-vagabundos/> - Eduardo Bolsonaro diz que Carluxo tem faro para “traíras e vagabundos”

<https://revistaforum.com.br/politica/veio-da-havan-tenta-censurar-fabio-pannunzio-por-tuite-em-que-ele-pede-para-bolsonarista-parar-de-roubar/> - Véio da Havan tenta censurar Fabio Pannunzio por tuíte em que ele pede para bolsonarista parar de roubar

<https://revistaforum.com.br/politica/congresso-de-bolsonarianas-e-cancelado-e-grupo-de-mulheres-denunciam-estelionato/> - Congresso de “bolsonarianas” é cancelado e grupo de mulheres denunciam estelionato

<https://revistaforum.com.br/comunicacao/porta-voz-do-lavajatismo-crusoe-repete-veja-e-istoe-em-antiga-receita-para-fabricar-capas-contralula/> - Porta-voz do lavajatismo, Crusoé repete Veja e Istoé em antiga receita para fabricar capas contra Lula

<https://revistaforum.com.br/politica/fiesp-paga-advogado-que-atua-pro-bono-para-bolsonaro-diz-revista/> - Fiesp paga advogado que atua “pro bono” para Bolsonaro, diz revista

<https://revistaforum.com.br/politica/bebianno-ameaca-eduardo-bolsonaro-so-conteui-3-do-que-eu-sei/> - Bebianno ameaça Eduardo Bolsonaro: “Só contei 3% do que eu sei”

<https://revistaforum.com.br/politica/allan-dos-santos-para-joyce-hasselmann-nao-vou-dizer-o-que-esta-na-garganta-em-respeito-ao-seu-marido/> - Allan dos Santos para Joyce Hasselmann: “Não vou dizer o que está na garganta em respeito ao seu marido

<https://revistaforum.com.br/politica/bolsonaro-chama-de-marola-investigacao-sobre-marielle-ignora-torcida-do-santos-e-diz-que-vai-a-vila/> - Bolsonaro chama de “marola” investigação sobre Marielle, ignora torcida do Santos e diz que vai à Vila

<https://revistaforum.com.br/politica/abi-entra-com-acao-no-stf-contral-bolsonaro-por-obstrucao-as-investigacoes-no-caso-marielle/> - ABI entra com ação no STF contra Bolsonaro por obstrução às investigações no caso Marielle

DIA 11 – 15 NOVEMBRO – Falando Verdades

<https://falandoverdades.com.br/putin-encontrara-bolsonaro-e-ira-falar-sobre-a-bolivia/> - Putin encontrará Bolsonaro e irá falar sobre a Bolívia

<https://falandoverdades.com.br/governo-cobrarainss-de-quem-recebe-seguro-desemprego/> - Governo cobrará INSS de quem recebe seguro-desemprego

<https://falandoverdades.com.br/audios-mostram-provavel-apoio-de-bolsonaro-ao-golpe-na-bolivia/> - Áudios mostram provável apoio de Bolsonaro ao golpe na Bolívia

<https://falando verdades.com.br/pcc-usava-igreja-evangelica-para-lavar-dinheiro-em-sp/> - PCC usava Igreja Evangélica para lavar dinheiro em SP

<https://falando verdades.com.br/familia-de-brasileiros-presa-em-londres-por-comandar-esquema-de-prostituicao-e-drogas-e-bolsonarista/> - Família de brasileiros presa em Londres por comandar esquema de prostituição e drogas é bolsonarista

<https://falando verdades.com.br/rejeicao-a-moro-dispara-e-vai-a-mais-de-45-em-nova-pesquisa/> - Rejeição a Moro dispara e vai a mais de 45% em nova pesquisa

<https://falando verdades.com.br/bolsonaro-comprou-passagens-para-o-rio-no-dia-do-assassinato-de-marielle/> - Bolsonaro comprou passagens para o Rio no dia do assassinato de Marielle

<https://falando verdades.com.br/bolsonarista-cabo-da-pm-de-minas-gerais-e-preso-por-trafico-de-drogas/> - Bolsonarista, cabo da PM de Minas Gerais é preso por tráfico de drogas

<https://falando verdades.com.br/proposta-de-bolsonaro-e-guedes-desobriga-estado-de-fazer-escolas-publicas-para-privilegiar-ensino-privado/> - Proposta de Bolsonaro e Guedes desobriga Estado de fazer escolas públicas para privilegiar ensino privado

<https://falando verdades.com.br/governo-taxa-com-impostos-quem-menos-tem-e-voce-nao-protesta/> - Governo taxa com impostos quem menos tem e você não protesta

<https://falando verdades.com.br/haddad-sobre-moro-e-um-miliciano-de-toga/> - Haddad sobre Moro: É um miliciano de toga!

<https://falando verdades.com.br/bolsonaro-pede-desculpas-e-se-retrata-por-criticas-a-china/> - Bolsonaro pede “desculpas” e se retrata por críticas a China

<https://falando verdades.com.br/jornalista-diz-que-tecnico-do-santos-deixara-o-time-se-for-obrigado-a-cumprimentar-bolsonaro/> - Jornalista diz que técnico do Santos deixará o time se for obrigado a cumprimentar Bolsonaro

<https://falando verdades.com.br/embaixada-da-russia-publica-foto-de-encontro-dos-brics-e-poe-temer-no-lugar-de-bolsonaro/> - Embaixada da Rússia publica foto de encontro dos BRICS e põe Temer no lugar de Bolsonaro

DIA 11 – 15 DE NOVEMBRO – Pleno News

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/apos-queda-de-evo-bolsonaro-volta-a-pedir-voto-impresso.html> - Após queda de Evo, Bolsonaro volta a pedir voto impresso

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/depois-da-cadeia-lula-e-huck-conversaram-por-telefone.html> - Depois da cadeia, Lula e Huck conversaram por telefone

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/stf-web-pede-impeachment-do-ministro-gilmar-mendes.html> - STF: Web pede impeachment do ministro Gilmar Mendes

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/olimpio-quer-lula-presos-por-incitar-a-subversao-da-ordem.html> - Olímpio quer Lula preso por ‘incitar a subversão da ordem’

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/lula-sem-direitos-politicos-e-como-um-leao-sem-dentes.html> - “Lula sem direitos políticos é como um leão sem dentes”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/bolsonaro-sobre-lula-lei-de-seguranca-nacional-esta-ai.html> - Bolsonaro sobre Lula: “Lei de Segurança Nacional está aí”

<https://pleno.news/pleno-entrevista/nao-ha-regime-politico-que-sustente-a-ideologia-de-genero.html> - ‘Não há regime político que sustente a ideologia de gênero’

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/governo-lanca-o-programa-emprego-verde-e-amarelo.html> - Governo lança o programa Emprego Verde e Amarelo

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/deputados-do-psl-pedem-prisao-de-lula-a-augusto-aras.html> - Deputados do PSL pedem prisão de Lula a Augusto Aras

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/bolsonaro-extingue-o-dpvt-seguro-obrigatorio-de-veiculos.html> - Bolsonaro extingue o DPVAT, seguro obrigatório de veículos

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/eduardo-ameaca-cuidado-que-eu-vou-ser-eleito-governador.html> - Eduardo ameaça: ‘Cuidado que eu vou ser eleito governador’

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/eduardo-bolsonaro-diz-que-vai-ate-para-a-lua-com-o-pai.html> - Eduardo Bolsonaro diz que “vai até para a lua” com o pai

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/ciro-ataca-o-ex-aliado-lula-encantador-de-serpentes.html> - Ciro ataca o ex-aliado Lula: “Encantador de serpentes”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/partidos-procuram-damores-para-candidatura-ao-senado.html> - Partidos procuram Damores para candidatura ao Senado

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/contas-de-carlos-nas-redes-sociais-amanhecem-fora-do-ar.html> - Contas de Carlos nas redes sociais amanhecem fora do ar

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/pec-da-prisao-em-2a-instancia-quer-limite-de-recursos-a-reus.html> - PEC da prisão em 2ª instância quer limite de recursos a réus

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/deputado-federal-detona-o-pt-saquearam-e-roubaram-tudo.html> - Deputado federal detona o PT: “Saquearam e roubaram tudo”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/jurista-afirma-que-stf-deve-derrubar-lei-da-ficha-limpa.html> - Jurista afirma que STF deve derrubar Lei da Ficha Limpa

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/joice-volta-a-atacar-eduardo-moleque-inconsequente.html> - Joice volta a atacar Eduardo: “Moleque inconsequente”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/mbl-pede-prisao-preventiva-dos-petistas-lula-e-jose-dirceu.html> - MBL pede prisão preventiva dos petistas Lula e José Dirceu

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/moro-sobre-intercept-brasil-absoluto-sensacionalismo.html> - Moro sobre Intercept Brasil: “Absoluto sensacionalismo”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/bolsonaro-tera-que-explicar-fala-sobre-foro-de-sp-ao-stf.html> - Bolsonaro terá que explicar fala sobre Foro de SP ao STF

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/professor-da-uff-revolta-ao-pedir-a-morte-dos-evangelicos.html> - Professor da UFF revolta ao pedir a morte dos evangélicos

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/internet-continua-pedindo-o-impeachment-de-mendes.html> - Internet continua pedindo o impeachment de Mendes

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/eduardo-bolsonaro-divulga-logo-do-novo-partido-confira.html> - Eduardo Bolsonaro divulga logo do novo partido. Confira!

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/bolsonaro-cogita-moro-como-vice-em-2022-chapa-imbativel.html> - Bolsonaro cogita Moro como vice em 2022: “Imbatível”

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/dameres-reage-a-professor-que-pediu-morte-de-evangelicos-somos-o-povo-da-paz.html> - Dameres reage a docente que pediu morte de evangélicos

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/eduardo-bolsonaro-fala-sobre-invasao-da-embaixada-justo.html> - Eduardo Bolsonaro fala sobre invasão da embaixada: ‘Justo’

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/bolsonaro-repudia-invasao-da-embaixada-da-venezuela.html> - Bolsonaro repudia invasão da embaixada da Venezuela

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/crimes-continuam-em-queda-com-jair-bolsonaro-e-moro.html> - Crimes continuam em queda com Jair Bolsonaro e Moro

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/acabou-a-mamata-bolsonaro-castiga-globo-e-corta-verbas.html> - Acabou a mamata! Bolsonaro “castiga” Globo e corta verbas

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/deputados-bivaristas-do-psl-celebram-saida-de-bolsonaro.html> - Deputados bivaristas do PSL ‘celebram’ saída de Bolsonaro

<https://pleno.news/e-fake/bolsonaro-nao-viajou-para-o-rj-no-dia-da-morte-de-marielle.html> - Bolsonaro não viajou para o RJ no dia da morte de Marielle

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/luciano-huck-convida-rodriigo-maia-para-ser-vice-em-2022.html> - Luciano Huck convida Rodrigo Maia para ser vice em 2022

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/escola-e-denunciada-por-colar-foto-de-bolsonaro-em-lixreira.html> - Escola é denunciada por colar foto de Bolsonaro em lixeira

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/manifestantes-convocam-para-ato-contra-gilmar-mendes.html> - Manifestantes convocam para ato contra Gilmar Mendes

<https://pleno.news/economia/governo-preve-economizar-r-10-bi-com-reducao-de-jornada.html> - Governo prevê economizar R\$ 10 bi com redução de jornada

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/maria-do-rosario-tem-carro-roubado-e-eduardo-faz-piada.html> - Maria do Rosário tem carro roubado e Eduardo faz piada

<https://pleno.news/economia/empregos-e-estagios/congresso-quer-barrar-pontos-do-emprego-verde-e-amarelo.html> - Congresso quer barrar pontos do Emprego Verde e Amarelo

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/populacao-volta-a-pedir-saida-de-gilmar-mendes-nas-redes.html> - População volta a pedir saída de Gilmar Mendes nas redes

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/se-alguem-vai-mudar-o-pais-e-o-bolsonaro-elogia-renato-gaúcho.html> - Se alguém vai mudar o país é o Bolsonaro, diz Renato Gaúcho

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/ministros-tracam-planos-em-prol-do-avanco-social-do-brasil.html> - Ministros traçam planos em prol do avanço social do Brasil

<https://pleno.news/brasil/politica-nacional/rede-globo-ja-era-decreta-ministro-abraham-weintraub.html> - “Rede Globo já era”, decreta ministro Abraham Weintraub

DIA 11 – 15 DE NOVEMBRO – Jornal da Cidade Online

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17290/4-milhoes-de-empregos-nos-proximos-tres-anos-com-foco-nos-jovens-trabalho-verde-amarelo-veja-o-video> - 4 milhões de empregos nos próximos três anos com foco nos jovens - Trabalho Verde Amarelo (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17282/caso-celso-daniel-seria-lula-o-mandante-veja-o-video> - Caso Celso Daniel: seria Lula o mandante? (Veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17279/paz-na-bolivia-e-povo-nas-ruas-em-festa-veja-o-video> - Paz na Bolívia e povo nas ruas em festa (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17280/video-esclarece-a-imensa-capivara-do-meliante-lula-veja-o-video> - Vídeo esclarece a imensa “capivara” do meliante Lula (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17287/major-olimpio-pede-prisao-preventiva-de-lula-e-quotpara-bandido-a-lei-quot-veja-o-video> - URGENTE: Major Olímpio pede Prisão Preventiva de Lula: "PARA BANDIDO, A LEI!" (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17284/bolsonaro-a-lei-de-seguranca-nacional-esta-ai-para-ser-usada> - Bolsonaro: “A Lei de Segurança Nacional esta aí para ser usada”

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17286/bolsonaro-e-ovacionado-e-da-grito-tribal-na-paraiba-veja-o-video> - Bolsonaro é ovacionado e dá grito tribal na Paraíba (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17289/impeachment-de-gilmar-caminha-para-se-tornar-irreversivel> - Impeachment de Gilmar caminha para se tornar irreversível

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17294/experiencia-boliviana-de-revolta-com-o-supremo-pode-ser-seguida-no-brasil-e-consolidar-uma-tendencia> - Experiência boliviana de revolta com o Supremo pode ser seguida no Brasil e consolidar uma tendência

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17295/censura-oculta-equotodas-as-contas-de-carlos-bolsonaro-nas-redes-sociais-sao-derrubadas> - Todas as contas de Carlos Bolsonaro nas redes sociais fora do ar

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17296/eduardo-bolsonaro-diz-que-lula-nao-tera-tranquilidade-para-sair-nas-ruas> - Eduardo Bolsonaro diz que Lula não terá tranquilidade para sair nas ruas (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17291/denuncia-gravissima-revela-que-empresas-de-fachada-foram-usadas-no-controle-acionario-da-rede-globo-veja-o-video> - Denúncia gravíssima revela que empresas de fachada foram usadas no controle acionário da Rede Globo (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17301/deputados-do-dem-brigam-sobre-prisao-em-2a-instancia-o-primeiro-que-vai-presos-e-o-rodriigo-veja-o-video> - Deputados do DEM brigam sobre prisão em 2ª instância: “O primeiro que vai preso é o Rodrigo” (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17303/brasil-se-posiciona-de-maneira-firma-sobre-situacao-de-evo-morales-equotnao-ha-nenhum-golpe-na-boliviaequot> - Brasil se posiciona de maneira firme sobre situação de Evo Morales: "Não há nenhum golpe na Bolívia", diz Ernesto Araújo

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17298/insanidade-avisem-gleisi-que-lula-esta-inelegivel> - Insanidade: Avisem Gleisi que Lula está INELEGÍVEL

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17305/caixa-corta-pela-metade-taxa-de-juros-do-cheque-especial-e-anuncia-nova-linha-de-credito-imobiliario> - Caixa corta pela metade taxa de juros do Cheque Especial e anuncia nova linha de crédito imobiliário

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17308/a-mudanca-radical-de-gilmar-uma-atrocidade-contra-a-sociedade-brasileira-veja-o-video> - A mudança radical de Gilmar, uma atrocidade contra a sociedade brasileira (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17312/fux-da-resposta-a-os-incomodados-que-se-mudem-de-gilmar-e-suspende-processo-contradallagnol> - Fux dá resposta a “os incomodados que se mudem” de Gilmar e suspende processo contra Dallagnol

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17312/fux-da-resposta-a-os-incomodados-que-se-mudem-de-gilmar-e-suspende-processo-contradallagnol> - Fux dá resposta a “os incomodados que se mudem” de Gilmar e suspende processo contra Dallagnol

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17317/vendas-no-varejo-registram-o-melhor-resultado-em-10-anos-para-o-mes-de-setembro> - Vendas no varejo registram o melhor resultado em 10 anos, para o mês de setembro

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17319/augusto-nunes-detona-manobra-de-gilmar-e-comparsas-para-limpar-ficha-de-lula> - Augusto Nunes detona manobra de Gilmar e 'comparsas' para limpar ficha de Lula

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17324/maquiavelico-toffoli-suspende-investigacoes-mas-fica-com-dados-sigilosos-de-600-mil-pessoas> - Maquiavélico, Toffoli suspende investigações, mas fica com dados sigilosos de 600 mil pessoas

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17325/novos-tempos-em-formatura-do-ensino-medio-orador-cita-frase-de-bolsonaro-e-leva-colegas-ao-extase-veja-o-video> - Novos tempos! Em formatura do ensino médio, orador cita frase de Bolsonaro e leva colegas ao “êxtase” (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17326/jo-soares-publica-carta-na-folha-ironizando-bolsonaro-e-recebe-resposta-desmoralizante-de-leitor> - Jô Soares publica carta na Folha ironizando Bolsonaro e recebe resposta desmoralizante de leitor

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17330/a-grave-confissao-de-toffoli> - A grave confissão de Toffoli (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17334/inacreditavel-gilmar-da-uma-aula-em-defesa-da-prisao-em-2a-instancia-veja-o-video> - Inacreditável! Em 2016 Gilmar dava "aula" em defesa da prisão em 2ª instância (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17328/jurista-afirma-que-objetivo-de-toffoli-e-chantagear-politicos-instituicoes-e-pessoas-fisicas-e-juridicas> - Jurista afirma que objetivo de Toffoli é “chantagear políticos, instituições e pessoas físicas e jurídicas”

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17339/iniciativa-de-deputada-homenageia-os-verdadeiros-herois-do-brasil-os-bravos-soldados-que-garantem-a-paz-veja-o-video> - Iniciativa de deputada homenageia os verdadeiros heróis do Brasil, os bravos soldados que garantem a paz (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17342/hang-equotdizem-que-o-brasil-esta-retrocedendo-devo-concordar-estamos-retrocedendo-o-desemprego-a-violencia-e-a-corrupcao> - Hang: "Dizem que o Brasil está retrocedendo. Devo concordar. Estamos retrocedendo o desemprego, a violência e a corrupção!"

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17340/a-conta-de-gilberto-gil-com-a-uniao-e-de-r-1-milhao-diz-vereza-criticando-a-hipocrisia> - A conta de Gilberto Gil com a União é de R\$ 1 milhão, diz Vereza, criticando a hipocrisia

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17341/esbravejando-lula-diz-que-nao-aceita-fazer-autocritica-do-pt-veja-o-video> - Esbravejando, Lula diz que não aceita fazer autocrítica do PT (veja o vídeo)

<https://www.jornaldacidadeonline.com.br/noticias/17344/eduardo-bolsonaro-enfrenta-toda-a-bancada-petista-e-o-partido-que-mandou-matar-o-celso-daniel-veja-o-video> - Eduardo Bolsonaro enfrenta toda a bancada petista: “É o partido que mandou matar o Celso Daniel” (veja o vídeo)