# VAZA, FALSÍANE!

MÓDULO 2

## COMO USAR O DIÁLOGO PARA COMBATER AS NOTÍCIAS FALSAS

VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

## INTRODUÇÃO DO MÓDULO 2

# IDENTIFICANDO NOTÍCIAS FALSAS IDENTIFICAR E COMBATER FAKE NEWS

Se você já conhece os conceitos básicos da comunicação, este módulo irá lhe ensinar como identificar notícias falsas (as famosas fake news). Para isso, desenvolvemos este conteúdo em 4 etapas:

1. **Como identificar quem erra sempre – e de propósito**
2. **Como se aprofundar na descoberta de fake news**
3. **Compartilhando notícias like a boss**
4. **Como usar o diálogo para combater as notícias falsas**

VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

# MÓDULO 2 ETAPA 1

# COMO IDENTIFICAR QUEM ERRA SEMPRE – E DE PROPÓSITO

Primeiro, você vai aprender o que acontece quando alguém sai espalhando informações incorretas por aí. Vai descobrir a razão pela qual isso pode ser um pesadelo para os bons jornalistas, mas é o mundo dos sonhos de quem quer mesmo te enganar. Você vai ver também: por que o erro fica entalado na garganta dos jornalistas sérios, mas é o arroz com feijão de quem espalha **fake news**; o que os profissionais da imprensa fazem para verificar as informações, apurando os fatos; como você pode detectar sites e informações suspeitas pela internet; quais são as consequências quando comunicadores passam para frente uma informação incorreta; o que acontece do lado das vítimas dessas inverdades, acompanhando um depoimento exclusivo do ator Wagner Moura; e como a mídia alternativa também pode ser fonte de informação e combater as mentiras.

# 1.1 ERRO: PESADELO PARA O JORNALISMO, PARAÍSO PARA FAKE NEWS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Jornalistas profissionais não são perfeitos. Eles são pessoas como nós, e por isso, cometem erros também. O que distingue um jornalista picareta de um profissional (alguém que trabalha para veículos sérios grandes ou pequenos, tradicionais ou alternativos, independentes ou corporativos) é a frequência e a gravidade de dos seus erros – e o que fazem para reconhecer e reparar seus deslizes.

Todo meio de comunicação pode errar, mas irá pagar um preço por isso. A sua imagem é como um prédio, e cada erro representa uma pequena rachadura. Se muitas se acumularem, ou alguma delas for muito grave, um trabalho construído durante anos pode ir ao chão de um dia para o outro. Reparar erros demanda custo e energia, mas é indispensável, pois o maior patrimônio de um meio de

comunicação é a confiança do seu público. Quem vai confiar num prédio cheio de rachaduras se ninguém se dá ao trabalho de arrumá-las?

Já um site ou canal picareta é o oposto disso. Quando erra ou compartilha bobagem, põe a culpa na fonte original, o que é equivalente a passar uma mão de tinta e dizer que consertou a rachadura. Isso quando não se finge de morto ao ser pego no flagra. Ao contrário de um meio de comunicação confiável, o picareta geralmente não está nem aí para os próprios erros.

O problema é que, à primeira vista, **todos os links nas redes sociais parecem iguais**. Todos os "prédios" têm a mesma fachada, e os picaretas contam com essa confusão para passar suas notícias adiante. Como distinguir uma fonte confiável de outra que deveria estar condenada faz tempo?

## A RECEITA PARA INFORMAÇÕES DE QUALIDADE

Não existe uma única forma de fazer jornalismo; um método sem risco para apurar e contar uma história. Jornalismo não é uma ciência exata, mas alguns dos princípios da profissão tentam evitar a propagação de notícias incorretas, porque seus erros podem impactar a vida de muitas pessoas.

Conhecer esse **padrão de qualidade** pode aumentar a cobrança do público para que os jornalistas façam o melhor trabalho possível, e pode evitar que muita gente seja enganada quando encontrar essas lorotas por aí.

Uma das melhores formas para distinguir um veículo de comunicação sério de outro que só pretende te enganar é justamente quando um erro é publicado. Jornalistas de verdade, quando erram, não demoram para reconhecer o tropeço, corrigem a informação e procuram reparar esse deslize.

Bons veículos de comunicação têm **canais abertos com leitores** justamente para quem pretende apontar imprecisões: pode ser por telefone, e-mail ou até com um profissional responsável, chamado ombudsman, para ouvir as reclamações do seu público. Justamente por ser exceção, e não a regra, **é tão importante consertar esses erros quando eles ocorrem.**

## QUEM NÃO CORRIGE ERROS NÃO SE IMPORTA COM SEUS EFEITOS NOS OUTROS

Agora, você não vai encontrar essa mesma preocupação nos meios de comunicação que publicam qualquer coisa, de qualquer jeito. Como eles não ligam para a qualidade da informação (ou pior, querem mesmo enganar), não estão nem aí para quem aponta o dedo criticando.

**Reconhecer erros** é parte do exercício de humildade de todo bom jornalista, que faz de tudo para evitar essa vergonha, mas sabe que pior ainda é fingir que nada aconteceu. Essa é também uma forma de mostrar que são responsáveis pela informação que coletaram e que passaram para nós; só assim eles podem manter seu público e fontes ao longo do tempo.

Outra questão vai ainda mais fundo:

**Os jornalistas não são, eles mesmos, fontes de informação. Na verdade, eles são aqueles que organizam e levam ao público fatos vindos de fontes diversas, tais como pesquisadores, órgãos do governo, empresas, representantes políticos ou testemunhas que presenciaram esses fatos.**

Assim, é importante ter bastante claro qual é a fonte do jornalista: onde ele foi procurar essa informação. Quanto mais sabemos sobre as **fontes** de uma história, melhor podemos avaliar se as suas informações são **confiáveis**.

Será que essa fonte tem algum interesse particular sobre a questão? Essa informação foi coletada de primeira mão, ou alguém está falando o que ouviu de outra pessoa, como em um telefone sem fio? Será que não é importante considerar outras posições diferentes sobre o que foi relatado? Todos os lados envolvidos foram consultados? É possível checar essa informação com outras fontes?

Essas perguntas são essenciais na hora de avaliar se a história que nós estamos lendo está bem apurada, se está faltando algumas partes, ou se o boato não tem pé nem cabeça.

## "OFF": E SE A FONTE NÃO PODE SER REVELADA?

Se as fontes não são identificadas, precisamos de ainda mais cautela: nesse caso, a história irá se sustentar apenas pela reputação do próprio jornalista que foi encontrar essas informações e pela credibilidade do veículo no qual ele a publicou.

Isso pode acontecer, por exemplo, quando a fonte de informação tem medo de sofrer punições por denunciar um crime, por exemplo. Mesmo quando os informantes não se identificam – o que em jornalismo se chama de "**off the record"** –, há regras a seguir.

Há dois tipos de off.

1. **Off simples:** é também o mais frágil, pois apenas uma pessoa deu a informação. Ela pode não ser confiável e o próprio veículo deve alertar seu público sobre esse fato.
2. **Off cruzado:** é quando a informação é confirmada por pelo menos três fontes diferentes.

Mesmo elas não querendo se identificar, **ter o mesmo relato por diferentes fontes o torna mais robusto.** Ainda assim, nada supera a informação de cara limpa, em que o entrevistado dá nome e sobrenome e se responsabiliza pelo que diz.

## AUTORIA: QUEM SE RESPONSABILIZA POR ESSE TEXTO?

Mas o que fazer se nem o jornalista se identifica? Aí, é preciso ter muito cuidado.

Se não conseguirmos achar os responsáveis pelo site em que essa informação for divulgada, nossa desconfiança deve ser redobrada. Quem não se identifica na hora de passar uma informação pode não ter nada a perder se descobrirmos que ela era pura mentira.

É preciso deixar bem claro que existe uma diferença entre erros cometidos eventualmente por meios de comunicação sérios e os sites que são criados propositadamente para espalhar notícias falsas disfarçadas de jornalismo.

Para o leitor desavisado, essa diferença pode não parecer tão evidente. Pode parecer difícil identificar os sites falsos, já que, basicamente, eles se esforçam muito em parecer verdadeiros. É justamente assim que eles tentam nos enganar, usando a mesma linguagem e a mesma aparência dos sites que estamos acostumados a ler e que passamos a confiar.

O problema é o que está por trás dessa fachada. Os sites e páginas sérios se esforçam bastante para apresentar a melhor informação possível pois, se eles cometerem erros, podem sofrer consequências legais, como processos, multas e até prisão. Além disso, o público pode perceber que esse canal não vale o tempo perdido e procurar informação em outros lugares.

É por isso que muitos sites e páginas de notícias falsas não deixam claro quem é responsável pelo conteúdo que publicam: eles não querem dar a cara a bater e correr o risco de sofrer processos por causa dos seus conteúdos incorretos.

Esse é justamente um dos **sinais de alerta** para identificar quem é sério e quem está de brincadeira: se você não consegue encontrar o autor do texto ou os responsáveis pelo site, fique alerta! Não dá para confiar em quem trabalha muito para se esconder.

## A ISCA PARA PESCAR SEU CLIQUE

Um meio de comunicação verdadeiramente sério tem um nome a zelar: sua **reputação** foi construída com muito suor, revelando histórias impactantes, importantes e precisas. Os jornalistas também se preocupam com sua credibilidade, e, por isso, se esforçam ao máximo para não manchar seus nomes.

Já os veículos falsos e anônimos não têm nenhuma dessas preocupações, e, assim, podem simplesmente continuar publicando mentiras até o ponto em que seu público passa a não voltar mais.

O complicado é que, com as redes sociais, muitos desses sites falsos perceberam que parte do seu público é visitante de primeira viagem mesmo. São pessoas que chegaram ali ao entrarem em um link recebido em uma mensagem de um amigo, clicam por curiosidade em uma imagem bizarra publicada em alguma rede social, ou descobrem um site desconhecido ao fazer uma pesquisa.

Para muita gente, parece que não faz diferença se o site é completamente estranho: afinal, são tantos sites na internet que não dá para conhecer todos. Os sites falsos contam com esse tipo de raciocínio e constroem sua armadilha.

## A ZOEIRA NÃO TEM FIM, MAS A PACIÊNCIA, SIM

Enquanto eles conseguirem fisgar muitas pessoas, vão continuar jogando iscas como essas histórias malucas. Quando muita gente começar a descobrir que não dá para confiar neles, é um sinal de que o nome deles está sujo demais: eles não enganam mais ninguém.

Afinal, a fonte da mentira parece não ter fim, mas paciência tem limite; uma hora, a confiança também acaba. Mas muitos sites simplesmente fecham e abrem com outro nome e outro visual, como se nada tivesse acontecido. Com essas novas roupas, continuam enganando muita gente que já começava a desconfiar desses trapaceiros.

O que fazer, então? Precisamos manter uma desconfiança sempre, mas principalmente quando encontramos um veículo que não conhecemos. Credibilidade é essencial, e ela só pode ser garantida se sabemos com quem estamos falando e de onde vem nossa informação: quem se esconde na hora de passar para frente suas "informações" não merece nossa confiança ou atenção.

**Lembre-se que anonimato não garante impunidade, apesar de parecer fácil fazer mau jornalismo.**

Qualquer um pode escrever de qualquer jeito uma história baseada no que se ouviu por aí, sobre um tema que até chama a atenção, mas, na verdade, não tem a menor relevância.

Os riscos dessa divulgação desleixada são bastante graves justamente por parecer tão fácil sair por aí espalhando para todo mundo impunemente as maiores mentiras. Jornalismo com histórias fresquinhas e importantes, informações bem apuradas e escrito de forma envolvente não é para qualquer um.

Mas não pode acontecer nada com quem nos engana?

**Como você vai ver no final do curso, a internet não é uma terra sem lei, e mesmo os sites que parecem não ter um responsável são registrados e podem sofrer punições.**

Jornalistas que cometem erros e destroem vidas também acabaram com suas próprias carreiras. Quem resolve se esconder atrás de uma máscara e se disfarçar de jornalista para nos enganar pode correr o risco de ser descoberto no flagra e acabar pagando caro pelos seus erros.

# 1.2 COMO DISTINGUIR O JORNALISMO REAL DE FAKE NEWS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Como distinguir jornalismo de verdade de sites e canais de **fake news**?

Este vídeo explica o trabalho que os jornalistas têm para garantir que você tenha acesso à informação mais bem apurada, checada e contextualizada. O vídeo também conta o que a imprensa séria, seja ela grande ou pequena, tradicional ou alternativa, deve fazer para reparar seus erros – uma responsabilidade que nunca é assumida por quem não liga para a qualidade da informação que passa para frente.

**https://youtu.be/JhbF70tL6I**

# 1.3 DÁ PARA CONFIAR? O CHECKLIST DA BOA FONTE DE INFORMAÇÃO

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Alguém acabou de te passar um link para um site que você não conhece com uma história inacreditável. Ou você descobriu esse site com informações incríveis no meio da sua pesquisa. Talvez você tenha encontrado um papo escabroso depois de clicar em uma postagem de um amigo seu que está acima de qualquer suspeita.

**Mas... dá para confiar? Esse é o ponto**

Vamos listar aqui um kit de sobrevivência com uma série de perguntas para você não se perder na selva das notícias falsas. Melhor que canivete suíço, essa série ajuda a destrinchar suas fontes de informação, separando os sites, páginas e contas em redes sociais confiáveis daqueles que

não devem valer sua atenção. Essas questões podem ser usadas por você como um guia rápido para pesar a qualidade das suas fontes noticiosas.

Essa série de perguntas analisam basicamente os seguintes pontos: t**ítulo da notícia, autoria, linguagem utilizada, fontes de informação, presença de pontos de vista, critérios de escolha da notícia, gênero** sob o qual foi escrito, os **responsáveis** pela divulgação, **contato dos autores** e presença de pequenos **erros gramaticais**.

Para confiar na notícia, o ideal seria ler e responder todo esse checklist de informações com um grande e sonoro SIM! Mas, mesmo veículos confiáveis podem, às vezes, ter algumas respostas negativas – nesse caso, vale manter um pouco de desconfiança e sempre lembrar a importância de checar informações em outras fontes.

Agora, se o site acumular muitas respostas negativas, você também vai ter achado a solução para seu questionamento: **NÃO DÁ PARA CONFIAR!** Vamos às perguntas desse kit de sobrevivência:

## 1) TÍTULO

– O título evita estratégias apelativas?

Quem **ESCREVE TUDO EM CAIXA ALTA**, apela demais para nossas reações emotivas (como fúria, compaixão ou medo) ou incita nossa curiosidade, prometendo revelar um segredo, uma conspiração ou "o que os outros não querem que você saiba", pode estar tentando baixar nossa guarda para passar adiante um boato.

– As informações do texto sustentam o que o título afirma?

Se o título insinua uma coisa, mas o texto não consegue provar, não dá para confiar.

– O título resume de forma equilibrada a história ou as ideias retratadas no texto, sem desprezar detalhes importantes?

É uma pegadinha clássica: o título diz que alguém está envolvido em um crime, mas lendo o texto se descobre que a denúncia ainda nem foi investigada pela polícia, ou que foram pessoas que trabalham para esse indivíduo que podem estar sendo alvo de um processo. Repare que não é bem assim...

## 2) AUTORIA

– O autor do texto está identificado?

Nem todos os artigos têm sua autoria identificada. Muitos jornais e revistas deixam alguns textos mais simples, como pequenas notas, sem identificação de autor. Alguns editoriais, por representar a posição do veículo de comunicação como um todo, também não têm uma autoria individual.

Mas nesses casos quem garante as informações e ideias é o próprio veículo que as publica. Se um site tem muitos textos sem autoria, tome um pouco de cuidado e verifique se a credibilidade desse veículo é boa o suficiente para bancar todas essas informações.

– As imagens têm crédito de autoria?

Além de reconhecer o trabalho do fotógrafo, o crédito da imagem ajuda a identificar o contexto em que essa imagem foi produzida. Sites que não identificam suas imagens podem tentar tirar uma foto do seu contexto para insinuar algo bastante diferente.

## 3) LINGUAGEM

– A linguagem respeita as regras gramaticais?

Um texto que atropela a ortografia, não respeita acentuação ou concordância pode ser sinal de desleixo. Se o autor não se preocupa com as regras gramaticais, será que ele se importa com a qualidade da informação?

Lógico que isso não quer dizer que alguém que desconhece as regras gramaticais não pode falar a verdade: em um país como o nosso, com tantos problemas na formação escolar, não podemos desprezar a expressão de quem pode não ter tido oportunidade de aprender a escrita formal. Vale a pena também tomar cuidado com o oposto: afinal, um discurso empolado, cheio de palavras difíceis, pode disfarçar sua falta de substância.

– O uso dos termos é equilibrado e preciso?

Linguagem informal, com gírias ou excesso de adjetivos, pode sinalizar um texto menos informativo e mais próximo do apelo para nossas emoções. Também é importante tomar cuidado com textos cheios de generalizações e exageros. Nesse sentido, é importante se esforçar para perceber se o autor realmente quer dizer o que parece. Será que ele não está usando de ironia ou sarcasmo? Cuidado para não levar a sério uma piada!

## 4) FONTES

– O texto identifica suas fontes?

Textos que não identificam suas fontes precisam ser considerados com muita cautela, porque é delas que vêm a informação apresentada. Quanto maior a credibilidade da fonte, maior a força da informação. O reverso também é verdade: fontes com histórico de mancadas não merecem

nossa confiança.

Como o **texto-base** já explicou, em alguns casos as fontes podem pedir para não ser identificadas por medo de sofrer consequências. Mas como quem garante essas reportagens é o autor do texto e o jornal, é importante que eles tenham confirmado essas informações com a maior quantidade possível de fontes – e seria bom que algumas delas aceitassem se identificar para assumir a responsabilidade pela informação.

– É possível checar a informação em outras fontes?

Se a história parece muito diferente do que você já conhece ou viu por aí, suspeite. Vale a pena confirmar a informação em outro meio de comunicação que você já conhece e no qual confia. Se for uma história importante, vai aparecer no radar dos grandes veículos, que vão tentar confirmá-la ou desmenti-la.

Cuidado com informações que só saem em poucos veículos desconhecidos: uma prática comum dos sites de **fake news** dos mesmos donos é replicar a mesma informação em diferentes endereços, o que dá uma aparência de que certa história está confirmada por várias fontes. Mas, na verdade, é um só mentiroso que espalha o mesmo boato em vários canais que ele controla.

## 5) PONTOS DE VISTA

– O texto traz uma variedade de pontos de vista para compreender essas informações?

Se o texto só mostra uma perspectiva, vale a pena procurar outras posições antes de achar que a questão já está resolvida. É preciso também tomar cuidado com a impressão de pluralidade: diversas pessoas diferentes são apresentadas, mas, na verdade, elas apresentam quase as mesmas

opiniões, divergindo muito pouco.

Também não dá para ter um debate e só chamar os dois extremos que se odeiam e não concordam com nada – nesse caso, faltou gradações no meio, menos radicais. Para realmente contrapor opiniões polêmicas, é importante se ter várias visões diferentes, e não só uma ou duas.

– As posições essenciais dos envolvidos nessas histórias foram contempladas de forma equilibrada?

É um princípio básico do jornalismo: não dá para ignorar quem é diretamente envolvido na história. No caso de uma denúncia, é obrigatório ouvirmos o lado do acusado, para que ele possa se defender. Se é uma questão que impacta alguns grupos sociais, seus representantes precisam ser também escutados.

Interesses econômicos ou políticos precisam ser considerados, mas quem defende uma proposta não pode ter o monopólio da fala (ou seja, ser a única fonte): para manter o equilíbrio, é preciso entender também o ponto de vista de quem se opõe. História com um lado só é propaganda, não é jornalismo.

## 6) CRITÉRIOS

– As informações foram contextualizadas?

Só dá para entender um dado, uma história ou um ponto de vista se o meio de comunicação apresentar seu contexto. Sozinho, qualquer número, informação ou ideia pode não fazer sentido algum. Se explicarmos a realidade em que elas se inserem, ou se as compararmos com outras situações, o público pode compreender melhor do que se trata.

– O texto explica os critérios que foram adotados para selecionar suas fontes ou interpretar essas informações?

Infelizmente, essa é quase uma questão bônus, porque são poucos os veículos jornalísticos que explicam com transparência como foi feito o trabalho de apuração. Mas em algumas reportagens, em particular, é essencial explicar a coleta e a interpretação dos dados, como no caso das pesquisas de opinião e na análise de estatísticas.

Um texto que diz que metade das pessoas é a favor de certa questão precisa explicar como essa informação surgiu: se poucas pessoas responderam à pesquisa, e se foram ou não seguidos critérios estatísticos sérios. Caso contrário, essa informação não tem muita relevância e não pode ser considerada como cientificamente fundamentada.

Como no caso da ciência, o jornalismo também precisa tomar cuidado com o que faz para "provar" seus argumentos – caso contrário, pode acabar provando que está apenas tentando nos enganar.

## 7) GÊNERO

– Esse veículo deixa claro qual é o espaço de publicidade, informação e opinião?

Para evitar trocar gato por lebre, o público precisa saber claramente qual conteúdo é promoção de produtos, serviços ou propaganda política explícita. Também é importante destacar os espaços próprios para a exposição de opiniões de colunistas, análises e artigos de convidados – os quais não podem ser confundidos com as reportagens e notícias mais factuais

– Está claro se esse texto só narra fatos ou abre espaço para as opiniões do autor?

Nada contra opiniões, mas é importante podermos separar quando estamos ouvindo uma perspectiva particular do autor

do texto e quando são narradas somente as informações factuais ou as opiniões das fontes entrevistadas.

## 8) RESPONSÁVEIS

– O site apresenta quem são seus responsáveis?

Procure por uma seção que apresente "Quem somos", "Nossa equipe", "Expediente", "Sobre nós" ou algo semelhante. Quem se responsabiliza pelas informações e opiniões publicadas não tem vergonha de se identificar e informar seu endereço real ou telefone de contato.

Se os responsáveis pelo site não se apresentam, eles podem ter alguma coisa para esconder: isso não evita processos, mas é uma grande falta de transparência.

– As pessoas ou instituições ligadas a esse site são conhecidas e têm uma boa reputação?

Uma vez que você descobre quem é **responsável pela sua fonte de informação**, vale a pena checar se você conhece algum deles. Você pode fazer buscas por meio de ferramentas de pesquisa para ver se essas pessoas estão envolvidas em problemas ou se tem um bom nome a zelar.

Credibilidade é a maior ferramenta para a reputação de um jornalista: é o que faz com que suas fontes aceitem contar suas histórias, porque confiam na seriedade de seu trabalho na hora de traduzir suas vidas em suas palavras. O público também constrói uma relação de confiança com comunicadores quando acompanham suas histórias e se acostumam a encontrar informações corretas em seus relatos.

Isso não quer dizer que jornalistas menos conhecidos sejam desonestos; só demanda mais cautela na hora de acompanhar seus trabalhos.

## 9) CONTATO

– O site está aberto para o contato com o público?

Veículos sem abertura para diálogo com o público podem não estar muito preocupados com contestação, crítica ou até em perceber seus deslizes. Afinal, como alguém vai poder alertar que encontrou algum erro se existe tem canal de diálogo? Pode ser por comentários, formulário de contato, telefone, e-mail ou endereço físico, mas é importante ter uma abertura para que o público possa reclamar se perceber que tem algo errado.

– Os comentários dos leitores são um espaço verdadeiro de diálogo?

Comentários e cartas do público podem ser um mecanismo importante não só para entrar em contato com o jornal: permitem também a formação de uma comunidade de leitores que trocam seus pontos de vista entre si. Alguns bons comunicadores fazem questão de dialogar com seu público – repare o tom adotado entre as partes.

Se o espaço de diálogo for respeitoso e os debates e críticas forem apresentados de forma construtiva, é um sinal de que as pessoas não estão escrevendo de cabeça quente e se preocupam com os melhores argumentos racionais (e não com apelos emotivos, ofensas e ameaças). Isso não quer dizer que todos devem concordar: pelo contrário, os comentários parecerem todos muito semelhantes é um sinal negativo de que você caiu no meio de uma bolha de gente que pensa do mesmo jeito.

Por ser algo muito raro e fora do controle dos veículos, essa questão não é tão obrigatória, mas é um bom indício de um veículo com uma comunidade diversificada e positivamente integrada.

## 10) ERROS

– Erros são identificados explicitamente? Eles são corrigidos?

Como visto anteriormente, é impossível ter um meio de comunicação sem o risco de cometer erros. Mas o que separa um bom veículo de quem só tenta te enganar é o que eles fazem quando descobrem o erro. Quem se preocupa com a qualidade da informação veiculada vai reconhecer o erro e corrigir a informação.

Em casos de erros mais graves, pode ser necessário se desculpar ao público leitor e aos que sofreram as consequências desse deslize, reparando os danos causados. Casos ainda mais problemáticos podem demandar maior transparência dos veículos, que podem ter que prestar contas para explicar por que esse erro ocorreu e que medidas serão tomadas para evitar que essas falhas se repitam.

Erros assim são momentos de crise, mas podem ser também uma oportunidade para os comunicadores envolvidos se reaproximarem de seu público com humildade para melhorar suas práticas. Já quem não liga para a qualidade da informação que passa para frente (ou quer mesmo te tapear) nunca vai dar o braço a torcer. Pior: pode querer insistir no erro, partindo para a ofensiva ao tentar desacreditar seus críticos com ofensas e ameaças.

– Há canais para a crítica sobre o próprio veículo, como cartas, comentários ou um ombudsman?

Além das críticas que vem de fora, bons veículos de comunicação também podem ceder espaço para que convidados de fora ou seus próprios funcionários possam mostrar suas divergências. Isso permite maior abertura para pontos de vista divergentes, e mostra que as abordagens adotadas podem não ser a única escolha, ou muito menos a

melhor opção para outras pessoas.

Um dos caminhos é o direito de resposta ou o direito de réplica, quando alguém é acusado ou criticado e tem o direito de defender sua posição. Outro modelo pode ser a publicação de artigos que façam a crítica das posições ou informações veiculadas pelo próprio veículo de comunicação, permitindo ao público tirar suas próprias conclusões.

Infelizmente, poucos meios de comunicação no Brasil tem um responsável próprio por fazer esse trabalho de crítica interna. Esse responsável é o chamado ombudsman, um funcionário pago pelo meio de comunicação para defender os interesses do seu público, apresentando críticas contra o veículo e cobrando correções ou aprimoramentos.

Quem não está nem aí para as críticas, porque sabe que suas publicações não têm a menor qualidade, não vai dar toda essa abertura para contestação, pois, no fundo não está preocupado em melhorar suas informações.

# 1.4 VÍDEO: WAGNER MOURA: CONSEQUÊNCIAS DAS NOTÍCIAS FALSAS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

O que acontece com quem é vítima da propagação de boatos? Neste vídeo, o ator Wagner Moura dá seu depoimento exclusivo, contando como essas mentiras afetaram sua vida. Ele também alerta para o risco dos vídeos falsos que podem ser feitos por qualquer pessoa, e podem arruinar reputações.

**https://youtu.be/TmYJQ7NqPRM**

# 1.5 A MÍDIA ALTERNATIVA COMO FONTE DE INFORMAÇÃO: COMO A INTERNET DEMOCRATIZOU O DEBATE PÚBLICO

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Quem nasceu após a popularização da internet tem até dificuldade de imaginar o que era redigir uma reportagem em máquina de escrever, passar para a gráfica, que escolhia manualmente as letras ou fazia um molde em chumbo, depois imprimia em papel em grandes rotativas para, a partir dali, mandar por caminhão, kombi, avião, trem ou barco para seus leitores. É um esquema industrial, que ainda funciona (apesar de ser cada vez menor) e envolve departamentos especializados em publicidade, marketing e venda de assinaturas.

Isso para textos e fotos, hoje acessíveis instantaneamente após serem produzidos e postados no outro lado do mundo. Imagine sua vida sem os vídeos do YouTube, TikTok , Instagram e Facebook.

Duro lembrar que, há poucos anos, só podia transmitir imagem e som quem detinha outra milionária operação industrial, com veículos dotados de links para transmissão ao vivo, câmeras caríssimas, antenas mais caras ainda, estúdios, iluminação. Hoje, de forma modesta, a lógica de tudo isso cabe em um smartphone.

**Essa conversa pode parecer de tio velho maravilhado com a tecnologia, mas não dá para pensarmos a transformação do debate público e da formação da opinião sem começar pela revolução tecnológica pela qual ainda estamos passando.**

Se você acha isso bobagem, lembre-se que o desenvolvimento da prensa de tipos móveis criada por Gutenberg na Alemanha do século 15, e a consequente popularização de livros e impressos, foi fundamental para a Revolução Protestante. O papel de jornais e panfletos, barateados pelo aprimoramento dessa mesma imprensa, também foi extremamente importante na Revolução Francesa, nas Revoluções Burguesas e na Revolução Industrial. A invenção do telégrafo, do rádio e da TV também produziram impactos semelhantes nos séculos seguintes.

A internet removeu o jornalista dos veículos tradicionais da posição privilegiada de mediador de informação na sociedade. Não que grandes jornais, rádios e TVs fizessem isso sozinhos, sem concorrência. Porém, antes da existência da internet, devido ao alto custo para se produzir e fazer circular informação, apenas algumas empresas de comunicação contavam com recursos financeiros e meios técnicos suficientes para tanto.

O resultado disso é que o grosso da população tinha acesso a algumas poucas fontes de informação – em sua grande maioria, por meios de difusão como TVs e rádios, cuja programação aberta não precisava ser paga diretamente pelo consumidor. Nesse contexto, como a sociedade

brasileira nunca contou com políticas públicas para garantir que a pluralidade dos pontos de vista tivesse acesso a veículos de comunicação para se fazerem vistos e ouvidos, nossa democracia seguiu capenga no quesito "direito à comunicação". Grupos no poder que compartilhavam do mesmo ponto de vista dos donos das empresas de comunicação mutuamente se perpetuaram pela reprodução de apenas poucas vozes.

Dessa forma, a agenda do debate e das prioridades públicas eram definidas por poucas cabeças.

Se você discordava da opinião de um editorial de um veículo de comunicação ou percebia que havia uma informação incorreta sendo passada adiante, o que podia fazer era escrever uma carta, torcer para que ela chegasse e, semanas depois, caso o veículo a publicasse, sua posição se faria conhecida. Pior ainda: se o veículo decidisse que não era de seu interesse publicá-la, pois ela mostrava que ele também erra ou feria alguns de seus interesses, reinava o silêncio.

A partir do momento em que foram disponibilizadas formas de comunicação em massa e em tempo real através da rede, a informação, que passava quase sempre pelo filtro dos veículos de comunicação e de seus profissionais, passou a fluir diretamente da sociedade para a sociedade. O custo para difusão de conteúdo caiu vertiginosamente. Milhões de veículos pequenos, alternativos, independentes (qualquer que seja o nome que se dê para essa mídia) surgissem e se fortalecessem, permitindo que suas vozes, antes desconhecidas ou caladas, se fizessem ouvir.

Isso não tornou o jornalismo tradicional desnecessário, pelo contrário. Ele continua com a função de reportar, ganhando também as de analisar, escolher e oferecer ao consumidor conteúdo que está circulando e checar informações, oferecendo curadoria. A diferença é que esses papeis não

estão mais apenas na mão de algumas poucas empresas, mas podem ser desempenhados por qualquer pessoa ou grupo – para o bem e para o mal, como podemos notar neste curso.

**Mas, importante ressaltar, que os ganhos com a popularização de veículos na internet ainda superam – de longe – as perdas.**

Pessoas e grupos especializados em determinados temas passaram a construir sites, páginas e canais para dialogar diretamente com públicos específicos. Há pequenos e médios veículos voltados ao ensino de história, a games, moda, maquiagem e mecânica da mesma forma que há aqueles criados para divulgar notícias e opiniões sobre política, economia, cultura. Há milhões falando para bilhões.

Com isso, declarações de políticos, empresários e de figuras públicas passaram a ser contestadas em tempo real. Mesmo reportagens de veículos tradicionais acostumadas a não serem checadas são interpeladas ao vivo por esses sites, páginas e canais. Tudo isso está mudando a forma como o jornalismo tradicional e a política se portam diante da esfera pública, pois uma grande reportagem pode ser questionada por alguém portando um celular e uma conta no Twitter. Novamente, para bem e para mal. Pois nem sempre a intenção é boa.

Essa mídia de pequeno porte, alternativa e independente, tornou-se parte do arquipélago midiático que nos fornece informação diariamente. Grande parte da população continua se informando pelo **Jornal Nacional**, da TV Globo. Mas ele foi perdendo audiência ao mesmo tempo em que o consumo de conteúdo via redes sociais foi crescendo, como você está vendo neste curso.

Esse arquipélago ainda é formado por grandes ilhas, como

o próprio **JN**, e alguns jornais, revistas e portais da internet pertencentes a grandes empresas. Mas também conta com ilhas médias, a exemplo de sites, páginas e canais alternativos. E ilhotas – como blogueiros independentes, que produzem seu conteúdo sozinhos, atingindo muita gente interessada em seu conhecimento específico sobre um tema.

As fontes de informação nunca se restringiram apenas aos grandes veículos, mas agora temos acesso as outras. Com isso, a checagem de informação pode não ser feita apenas pela mídia tradicional e pelas agências de checagem, mas pela ação diária desse arquipélago de conteúdo. Pois sua produção diária garante novas versões para a realidade que antes não conseguiam vencer a barreira da limitação técnica e financeira.

Por fim, da mesma forma que veículos tradicionais e corporativos erram, isso também acontece com veículos alternativos e independentes. Ou seja, os cuidados que você aprende aqui valem para todas as fontes de informação – de notícias que chegam via WhatsApp até a matéria que você assiste na TV. Algum nível de desconfiança, não de cinismo, deve ser sempre mantido.

Saber que tudo pode ser questionado por qualquer pessoa pode ser assustador para uns. E maravilhoso para outros. De qualquer forma, é uma realidade que vai apenas se aprofundar. Novas vozes vieram para ficar no debate público brasileiro e estão ajudando a definir o que entendemos por verdade e por mentira. Então, aprendamos a lidar com isso ao invés de ignorá-lo.

VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

# MÓDULO 2 ETAPA 2

# COMO SE APROFUNDAR NA DESCOBERTA DE FAKE NEWS

Até aqui, a gente espera que você já consiga reconhecer uma notícia falsa. Vamos agora aprofundar na identificação delas usando técnicas de fact checking. Também traremos dicas para não sermos passado para trás na rede. O Poynter Institute já produziu um material com essa adaptação para o público mais amplo. Trazemos neste conteúdo as melhores estratégias para correção de erros. Já neste vídeo você pode conhecer os bastidores dos serviços jornalísticos que checam boatos.

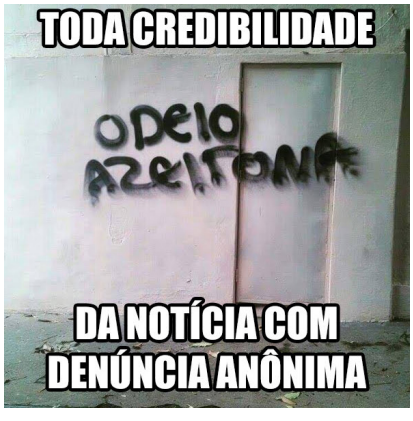
# 2.1 DEZ DICAS PARA NÃO SER UM LEITOR-COBAIA NAS REDES SOCIAIS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Estas são dicas rápidas para você não ser enganado na guerra cotidiana por corações e mentes que está deflagrada na internet. Porque, em uma guerra, os fatos são sempre as primeiras vítimas (isso quando ainda não se transformaram em zumbis mortos-vivos):

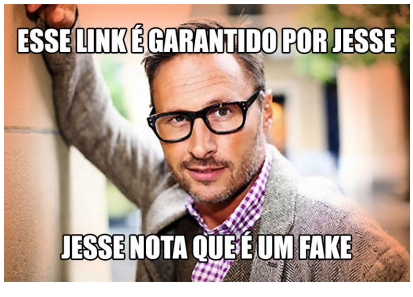
## 1) OLHE SEMPRE A DATA DO TEXTO

Há muita gente que, por inocência ou sacanagem, reposta links antigos como se o fato tivesse acabado de acontecer. O momento e o contexto em que um fato ocorre é importante para a sua compreensão. Ou seja, um ano depois, uma notícia sobre um acidente pode significar algo completamente diferente.




## 2) FUJA DE TEXTOS ANÔNIMOS

A chance de uma denúncia anônima e sem a fonte da informação circulando nas redes sociais (principalmente no WhatsApp) ser séria é a mesma de um jabuti escalar um poste de luz sozinho. Se recebeu uma assim, desconfie, demonstre nojinho e tome cuidado, porque ela pode morder.




## 3) PROCURE O AUTOR OU AUTORA

OK, o autor do texto está identificado – o que significa que ele assume a responsabilidade pelo que escreve. Mas... quem é ele mesmo? Pode ser um ilustre fake, um charmoso bot, um notório hater ou simplesmente alguém que não manja nada do que está dizendo. Nada como consultar o oráculo Google para saber um pouco mais sobre o cara ou a mina. Se for um suposto "especialista", vale buscar o currículo na Plataforma Lattes, que traz informações sobre os pesquisadores brasileiros, para ver se o indivíduo é mesmo quem diz.

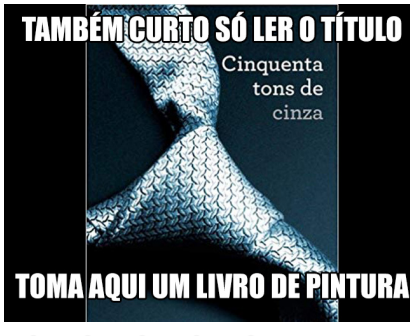
## 4) DESCONFIE DAS "EVIDÊNCIAS"

Para dar ares de verdade a opiniões bombásticas, muitos textos apresentam "provas" – que, para serem mais verossímeis, são geralmente respaldadas por instituições ou autoridades. Muitas vezes, dizer que "a Justiça mostrou que Fulano de Tal recebeu milhões de tal partido", "a Polícia Federal descobriu que Beltrano tem altas contas na Suíça" e

coisas do tipo ajuda a envernizar uma mentira. Como o papel branco e a tela vazia aceitam tudo, não custa nada tirar mais uma vez a prova no Google para ver se as evidências são mesmo reais. Evidências 100% confiáveis de orelhada, só no clássico do Chitãozinho & Xororó.

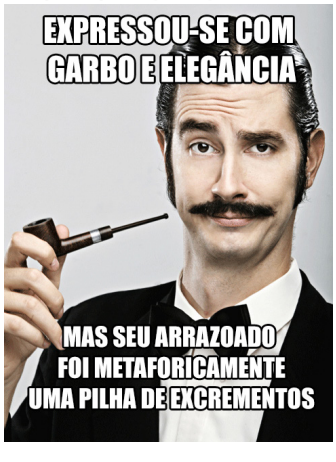
## 5) BUSQUE O CONTEXTO

Quando alguém tenta desacreditar uma ideia, costuma pinçar uma frase ou uma imagem fora de seu contexto e utilizá-la para construir seu argumento. Como parte das pessoas foi condicionada a agir passivamente diante do discurso de quem elas confiam, elas acabam acreditando no novo significado que o sujeito tentou impor com essa descontextualização. Ou seja, na dúvida, Google nele para saber em que contexto aquele fato aconteceu.




## 6) NÃO SEJA INGÊNUO, LEIA

Ler um texto até o final é fundamental. O título, a foto e legendas não são capazes de trazer toda a complexidade de um argumento. Se não tiver tempo para ler, não o compartilhe ou o curta. Você pode, sem querer, estar difundindo uma peça de racismo ou de violência contra a mulher. Ou pagando um mico cabuloso porque levou a sério uma ironia ou brincadeira presentes no título.




## 7) NÃO SE DEIXE LEVAR POR QUEM ESCREVE BONITO

O texto pode até estar te xingando de uma forma doce e você nem vai perceber se não observar atentamente o significado das palavras que o autor escolheu. Além disso, fique atento: uma pessoa pode escrever com certeza absoluta no que diz e estar completamente errada.

## 8) CUIDADO COM OS SITES FANTASMAS

Não é porque um site publicou um assunto com uma abordagem com a qual você concorde que ele é honesto ou faz bom jornalismo. Na internet, não raro, as pessoas tratam como "verdade" aquilo com a qual concordam, e como "mentira" tudo aquilo do qual discordam. Procure um "quem somos" ou um "expediente" e veja quem trabalha lá. Sites jornalísticos sérios costumam mostrar seus responsáveis, além do endereço ou telefone para que sejam encontrados. Se não encontrar, desconfie.

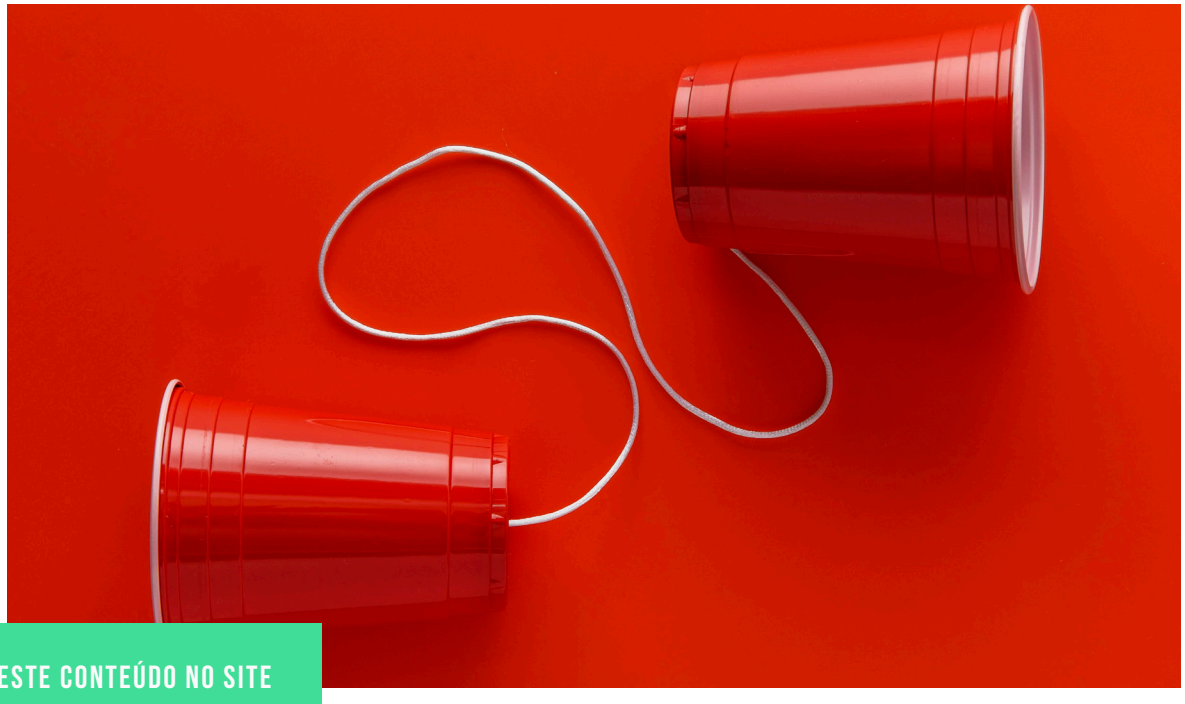
## 9) NÃO SE APEGUE ÀS IMAGENS

Até uma criança ainda não alfabetizada é capaz de manipular uma foto com aplicativos on-line. Então, por que você acredita que uma imagem é uma prova irrefutável de um argumento? Ao mesmo tempo, ao editar uma imagem, deixando partes dela de fora, exclui-se desafetos ou cria-se a impressão de multidões onde elas não estavam. Pouca gente sabe, mas o Google Imagens tem um mecanismo bem legalzinho. Na caixa de busca, clique no ícone de máquina fotográfica e escolha a imagem do qual você desconfia. O robozinho vai mostrar imagens parecidas – ou iguais – e informar de qual site elas foram tiradas. É um jeito de você rastrear de onde ela veio, se foi alterada etc.

## 10) LEIA COISAS DAS QUAIS DISCORDA

Não é porque você não concorda com uma opinião ou informação presentes em um texto bem fundamentado que ele não merece ser lido. Considere que o mundo é mais complexo do que você pode imaginar e que a pluralidade de ideias, desde que não desejem a morte de ninguém, ajuda a crescermos como sociedade. O contrário disso se chama ditadura. De esquerda ou de direita.

# 2.2 BOATOS: ESPALHAR É FÁCIL, O DURO É CORRIGIR



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Um **boato** cresce como uma bola de neve: começa pequeno, vai ganhando tamanho e fica cada vez mais difícil de conter sua difusão. Se uma quantidade grande o suficiente de pessoas acreditar em algo e resolver passar isso para frente, essa avalanche pode acabar soterrando o nosso espírito crítico: **afinal, se fosse falso, por que tanta gente acreditaria nisso?**

Mas como já vimos antes, não podemos determinar a verdade de uma afirmação pela quantidade de pessoas que acreditam nela: muita bobagem conta com hordas de adeptos, e informações precisas às vezes são conhecidas por poucos especialistas.

O maior problema da reação em cadeia é que, uma vez que esses boatos são disparados e compartilhados massivamente, fica quase impossível conseguir negá-los. Isso acontece porque nem sempre a mentira tem pernas curtas – e poucos reconhecem suas mancadas.

## MENTIRA NA VELOCIDADE DA LUZ

A primeira dificuldade na corrida contra as notícias falsas é que o apelo delas costuma ser quase irresistível. Informação jornalística de verdade, assim como a vida real, raramente é do jeito que a gente quer: sempre tem complexidades, dúvidas, contrapontos, incertezas. Mas quem não tem o compromisso com a realidade pode moldar a informação para que ela se encaixe perfeitamente aos nossos preconceitos e ideologias, atiçando nosso desejo de compartilhar e dizer para todo mundo "tá vendo? O mundo é assim mesmo como eu pensava!"

Uma pesquisa do **MIT** a partir de postagens no Twitter revelou que **informações falsas se espalham mais rapidamente – e para mais pessoas – do que informações verdadeiras,** principalmente quando tratam de política. Mas as correções das informações falsas enfrentam ainda outra dificuldade: nosso medo de reconhecer erros.

Se um texto diz algo que você sempre quis ouvir, e parece provar definitivamente suas opiniões, há uma chance grande que você queira que todo mundo tenha acesso a essa história e reconheça que você estava certo. Você compartilha o texto e marca meio mundo para provar que estava certo. Vitória triunfal.

Tudo fica diferente se aparecem sinais de que essa informação era falsa. Nem todo mundo consegue lidar com a responsabilidade de corrigir um erro e pedir desculpas. É mais fácil se fingir de morto e não falar nada, porque nem todo mundo sabe reconhecer que falhou. E com isso muita gente

que recebeu a informação incorreta a partir de sua postagem fica sem saber a correção.

## CETICISMO SELETIVO

Pior que fingir de morto é atacar o mensageiro. Se alguém nos avisa que podemos ter cometido um erro, às vezes parece mais conveniente duvidar de quem corrige do que de quem nos passou a informação em primeiro lugar. Afinal, nós já investimos emocionalmente nossa credibilidade nessa informação – quem ousaria nos criticar?

**Muitos boatos viralizam justamente porque confirmam preconceitos bastante difundidos.** Quem espalha essas histórias desconfia automaticamente de quem contesta a veracidade dessas informações. Afinal, se estão negando uma história que provaria sua opinião, isso pode significar que sua opinião também esteja sendo ameaçada.

Isso cria um ceticismo seletivo: duvidamos de quem nos questiona, mas confiamos em quem concorda conosco. Assim, corrigir boatos se torna um trabalho desgastante, porque muita gente vê a contestação dessas mentiras como uma ameaça, ou até um ataque pessoal, e reage de forma bastante defensiva.

No livro **A verdade sobre os boatos**, o pesquisador Cass Sunstein aponta que reparar enganos pode ser pouco eficaz ou até sair pela culatra, já que "a correção de ideias falsas pode aumentar nossa fidelidade a elas". Em diversos casos, pessoas que se baseiam em informações incorretas reforçam suas crenças quando se tenta apontar evidências que provem seus enganos. Se alguém grita truco, rapidamente o outro lado pede seis para não revelar o blefe.

Quem só queria ajudar, mostrando que uma informação estava incorreta, enfrenta hostilidade e desconfiança. Já

quem tentou (e conseguiu) te enganar, contou com seu apoio para te prender nessa armadilha. E vale lembrar: se você usar informação incorreta ou imprecisa para tomar uma decisão importante, isso pode resultar em uma escolha que não seja boa para você, mas seja ótima para quem te passou a perna.

## CONFIANÇA NAS PESSOAS, NÃO NOS FATOS

Nem sempre quem corrige, apanha. Dependendo de quem é o mensageiro, e do quanto confiamos previamente em suas posições, pode-se finalmente conseguir convencer alguém de que suas fontes de informação estão contaminadas.

Mais uma vez, Sunstein sugere um caminho complicado para convencer alguém de seu erro. Fatos são insuficientes, **mas a fonte da correção importa**. Em diversas pesquisas empíricas, as pessoas só aceitavam correções quando vinham de veículos da mídia tradicional ou de pessoas de sua confiança.

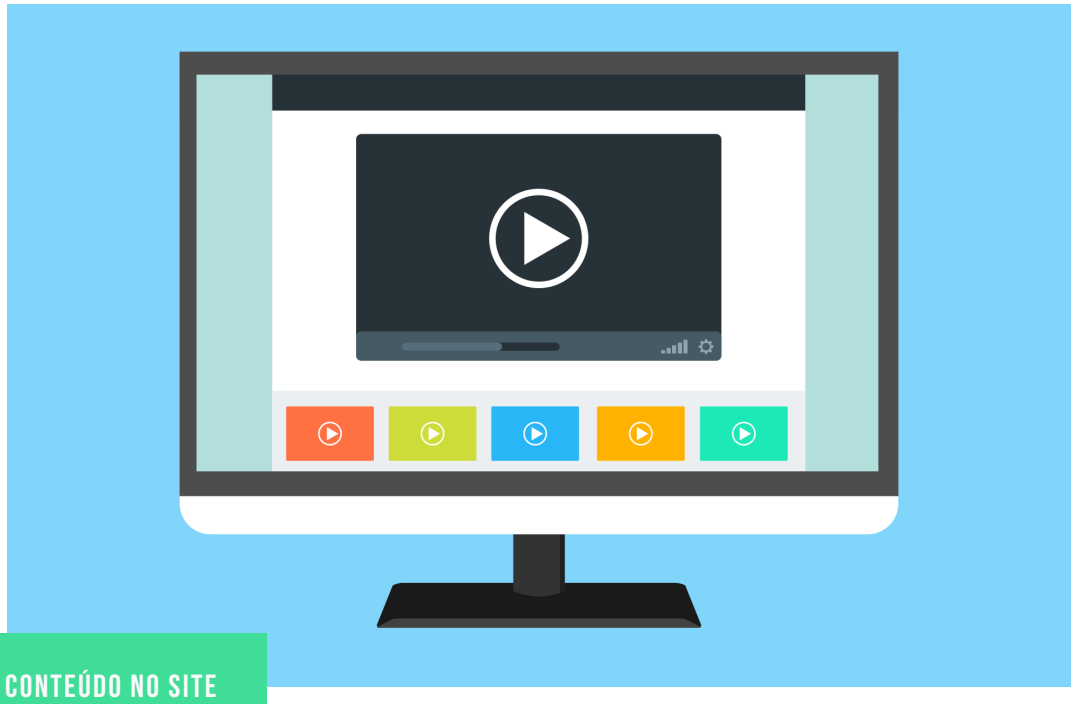
Seguindo essa abordagem, não adianta mostrar números, gráficos, fotos ou vídeos para provar que um amigo seu está errado. O que vai convencer mesmo é indicar que até aquele site ou aquela pessoa que costumam ter as mesmas opiniões dele já reconheceram que a informação é falsa.

Considerando essa pequena abertura na nossa tradicional resistência em reconhecer nossos erros, Sunstein identifica em quais casos o esforço em corrigir boatos não seria inútil:

> "Se os que ouvem o boato falso não têm motivos fortes para acreditar nele, se o conhecimento prévio sobre o assunto é pouco ou não existente, e se eles confiam em quem está apresentando a correção, então as correções dissiparão os boatos falsos".

Não é um cenário muito otimista. Mas pode ajudar na hora de escolher quais batalhas de refutação on-line valem a pena serem travadas. Não adianta ficar frustrado ou furioso se o outro lado não reconhecer seus erros. Resta a esperança que algumas pessoas tenham evitado a radicalização e confiem na sua palavra. Só assim podem aceitar te ouvir e ver com outros olhos seus próprios pontos fracos.

# 2.3 VÍDEO: COMO FUNCIONA A CHECAGEM DE NOTÍCIAS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Como verificar um fato? Este vídeo revela os bastidores do trabalho dos jornalistas que fazem a checagem de informações nas agências de notícias. Os repórteres explicam a importância de comparar dados e fontes oficiais para não cair em conversa mole. Conhecendo melhor essas técnicas, é possível perceber o que deve ser feito para se evitar propagar mentiras – e pegar no flagra quem está tentando te enganar.

**https://youtu.be/ZHJ_9Johmmo**

VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

# MÓDULO 2 ETAPA 3

# COMPARTILHANDO NOTÍCIAS LIKE A BOSS

Quais são as boas práticas de produção de notícias na rede? Vamos mostrar algumas, além de discutir a diferença entre informação e opinião e a importância da interpretação. Também traremos um vídeo divertido no qual você conhecerá um viciado em repassar **fake news** – tão falso que poderia ser verdade! E, por último, mas não menos importante, nossa versão dos 10 mandamentos (no caso, para divulgar notícias em redes sociais). Se liga!

# 3.1 DIFERENCIANDO NOTÍCIA DE OPINIÃO: PASSO FUNDAMENTAL PARA FUGIR DA MANIPULAÇÃO

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Viralizou pelas redes sociais um artigo crítico ao julgamento do ex-presidente Luiz Inácio Lula da Silva, publicado pelo economista Mark Weisbrot, em **23 de janeiro de 2018**. Muitos nas redes sociais o compartilharam, afirmando que o **New York Times**, considerado um dos mais importantes jornais do mundo, estava defendendo Lula.

Isso levou à celebração por parte de apoiadores do ex-presidente, como se isso sinalizasse que a imprensa internacional estava ao seu lado. E a ataques ferozes ao jornal por parte de seus críticos, insinuando uma conspiração internacional para evitar a punição a ele. **Ambos os lados estavam equivocados.**

Um artigo de opinião traz o posicionamento do autor e não do veículo no qual foi publicado. Se desejarmos ver o ponto de vista de um jornal, precisamos ler o editorial. Parte dessa confusão vem de pessoas que, por ingenuidade ou falta de informação, passam por cima da diferença entre ambos.

Mas também há casos de má fé. Porque os que sabem que um artigo não é um editorial podem se valer do desconhecimento público para afirmar que o **New York Times** defendeu Lula, transformando um texto específico em munição na batalha que travam nas redes. Isso reforça que a guerra na internet não conta apenas com a distorção de fatos. Às vezes, é a manipulação da intenção que gera a desinformação.

Claro que veículos podem ser corresponsáveis por situações assim, caso não garantam um mínimo de pluralidade, levando o consumidor de informação a acreditar que, para fazer parte do rol de articulistas e colunistas, é preciso estar alinhado a um determinado posicionamento. Não é o caso do **Times**, contudo. Se tivéssemos uma educação para a mídia como parâmetro curricular obrigatório nos ensinos fundamental, médio e até superior, reduziríamos esse tipo de confusão voluntária ou involuntária. Infelizmente, estamos longe disso.

Algo fácil que a imprensa deveria fazer é, sempre que possível, ajudar o leitor diferenciando os gêneros jornalísticos. Muitos veículos costumam identificar próximo ao título o que é notícia, artigo, editorial e análise. Outros deixam claro que blogs e colunas podem trazer, sistematicamente, textos opinativos e analíticos.

Outro caso que chamou a atenção veio do **debate sobre a Reforma da Previdência no Brasil**. Análises e opiniões sobre a proposta do governo federal foram tachadas de "notícias falsas" nas redes sociais. Quase sempre os acusadores eram perfis falsos, mas também havia pessoas reais. Os alvos eram

postagens de analistas e economistas que criticavam ou defendiam a proposta.

O problema é que as análises, chamadas de mentirosas pelos que as atacavam, não traziam informações equivocadas e incorretas, mas interpretações que apontavam para uma direção diferente daquelas que os insatisfeitos defendiam, o que incluiu a questão do tamanho do déficit da Previdência, por exemplo, bem como pontos específicos, como os impactos a trabalhadores da classe média baixa e aos trabalhadores da economia familiar rural.

A falta de educação para o debate público faz com que consideremos inválidas opiniões diferentes das nossas. Temos dificuldade de conviver com a diferença porque ela nos lembra que aquilo no qual acreditamos e aquilo que defendemos não é absoluto, mas apenas uma versão da realidade que deveria poder ser contestada a qualquer momento. E, pela impossibilidade de coexistir com a diferença, discutem um texto analítico como se fosse um texto informativo. Encaram opiniões divergentes como notícia falsa.

Ou seja, há um problema anterior às notícias falsas do qual poucas pessoas falam, mas que é tão assustador quanto: **parte das pessoas acham que texto é tudo igual.**

Daí, ao se depararem com um editorial, um artigo de opinião ou mesmo uma análise que dão interpretações diferentes àquelas às quais elas estão acostumadas, vão logo gritando que se trata de notícia falsa. Quando, na verdade, não são nem notícia.

Pode parecer pouca coisa, mas isso pavimenta a estrada em direção a um futuro com cara daqueles episódios sombrios de **Black Mirror** que a gente não gosta de ver sozinho.

**Texto é como carne. Se você é carnívoro e sabe que picanha não tem gosto de fraldinha e costela não parece bife de fígado, por que acha que os diferentes textos jornalísticos têm o mesmo formato e gosto?**

Como explica o professor Manuel Carlos Chaparro, da Universidade de São Paulo, um dos grandes especialistas em conceitos e gêneros, o jornalismo se organiza em dois grandes formatos: o da narração (usado para relatar fatos e falas) e o da argumentação (para lidar com as ideias).

A diferença entre ambos não é que um tipo de texto tem informação e o outro, opinião. Todo texto noticioso tem sua carga de opinião. Afinal, a escolha das fontes, o recorte temporal ou espacial da apuração, o contexto preparado para explicar o assunto, entre outros, são resultado do ponto de vista do repórter, de seus chefes e do próprio veículo. Da mesma forma, textos opinativos também trazem conteúdo factual, com informações sobre o tema do qual tratam. Imagine um texto de opinião que não traga números, dados e fatos. Fica algo fraco e não convence ninguém, não é mesmo?

A questão que diferencia ambos é a **estrutura utilizada**. E temos várias, como a entrevista, a notícia, a reportagem, o artigo de opinião, o editorial, cada qual misturando uma dose diferente de informação e opinião. Para um leigo, pode ser difícil apontar qual é qual. Mas com treinamento, seja na escola, seja no dia a dia da interação midiática, aprende-se facilmente a distingui-los.

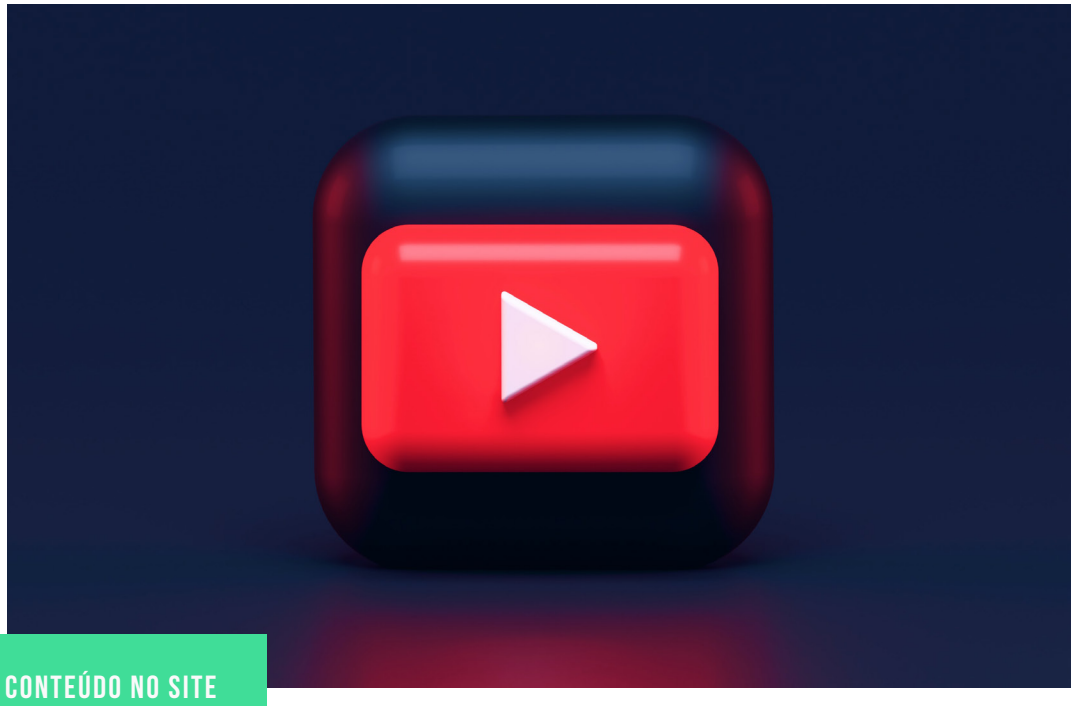
Por que todo esse trololó é importante? O **debate público** poderia ser mais bem resolvido se as pessoas, ao lerem um texto, **prestassem atenção em quem transmite a informação**, seja uma pessoa ou uma organização. E se preocupassem em entender que informar algo novo é diferente de opinar sobre o significado desse algo novo. E quando um autor traz elementos para opinar ou analisar não significa que defende

que seu posicionamento seja a verdade absoluta (até porque isso não existe), mas a interpretação de fatos que ele achou mais cabível.

A questão, portanto, não é apenas os interesses de quem chama de "falso" tudo o que é divergente de sua ideologia ou que distorce conteúdos na internet. Até porque essa situação se repete em todo o espectro político, da direita à esquerda e envolve uma série de fatores, como a questão do viés de confirmação (tendemos a chamar de verdade tudo com o qual concordamos e de mentira, tudo o que discordamos), as bolhas produzidas pelos algoritmos nas redes sociais (que nos isolam e dificultam o respeito à diferença), entre outros.

Mas, sim, sobre ler tendo consciência do tipo de texto do qual se trata. O que pode mudar totalmente sua compreensão sobre ele.

# 3.2 VÍDEO: POR QUE AS PESSOAS ESPALHAM NOTÍCIAS FALSAS PELO WHATSAPP?



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Por que as pessoas espalham boatos por grupos de mensagens? Por que aplicativos como o WhatsApp viraram terreno fértil para disseminar mentiras? Quem ganha com essa confusão toda? Esse vídeo conta uma **história maluca,** exposta durante uma entrevista encenada – mas, infelizmente, baseada em fatos reais.

**https://youtu.be/P6KrhEASDC0**

# 3.3 OS 10 MANDAMENTOS PARA COMPARTILHAR NOTÍCIAS EM REDES SOCIAIS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

1) Não divulgarás notícia sem antes checar a fonte da informação.

2) Não divulgarás notícias relevantes sem atribuir a elas fontes primárias de informação. Um "cara gente boa", sua "mãe" ou seu "BFF" não é, necessariamente, fonte de informação confiável.

3) Tuítes, posts e mensagens "apócrifos" (sem fonte clara) jamais serão aceitos como instrumento de checagem ou comprovação. Sites que caluniam e não se dignam a informar quem é o responsável, muito menos.

4) Não esquecerás que informação precede opinião. Porque pode ser checada, comprovada.

5) Não repassarás informações que não fazem sentido algum só porque você não gosta da pessoa ou instituição em questão. A disputa entre posições políticas deve ser baseada em um jogo limpo e não em invenciones.

6) Lembrarás que mais vale um tuíte, um post ou uma mensagem atrasados e bem checados que algo rápido e mal-apurado. E que um número grande de retuítes, compartilhamentos e likes não garante credibilidade de coisa alguma.

7) Não matarás – sem antes checar o óbito.

8) Não esquecerás que a apuração in loco, por telefone e/ou por e-mail precede, em ordem decrescente de importância, o chute.

9) Não terás pudores de reconhecer, rapidamente e sem poréns, a falha em caso de divulgação ou encaminhamento de informação incorreta. Errar é humano, pedir desculpas é divino.

10) Na dúvida, não retuitarás, compartilharás, darás like ou passarás adiante mensagem de coisa alguma. Pois, tu és responsável por aquilo que repassas e atestas. Ou seja, se der merda, você também é culpado. E, sim, retuitar, compartilhar, dar like e repassar coisa ruim pode dar condenação na Justiça.

# 3.4 QUER SABER MAIS SOBRE JORNALISMO E MÍDIA? PROCURE CONHECIMENTO!

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Por mais que esse curso traga uma ampla quantidade de temas e recursos, não dá para falar de tudo. Nosso foco até aqui foi discutir alguns dos principais problemas na relação entre jornalismo e redes sociais em uma época na qual tanta gente tem dificuldade para separar o que é verdade da pura enganação.

A ideia é que esse curso seja um primeiro passo na longa jornada para conseguir informação mais aprofundada, apurada, contextualizada, relevante e ponderada. Depois de começar por esse caminho, vale a pena também conhecer algumas outras trilhas paralelas, para conseguir ir mais longe sem se perder.

Para isso, sugerimos um mapa com os outros cursos disponíveis para quem quer se embrenhar na selva dos meios de comunicação.

## QUER SABER MAIS SOBRE OUTROS MEIOS DE COMUNICAÇÃO ALÉM DO JORNALISMO?

John Green, autor do bestseller **A culpa é das estrelas**, criou com seu irmão um canal com diversos cursos on-line no **YouTube** chamado **Crash Course**. Além de tópicos tradicionais, como história, química e literatura, alguns dos temas recentes incluem vídeos sobre mitologia e uma série sobre educação midiática.

https://youtu.be/sPwJ0obJya0?list=PL8dPuuaLjXtM6jSpzb5gMNsx9kdmqBfmY

É uma playlist com 12 vídeos curtos, com média de 10 minutos cada, com um panorama mais amplo sobre o funcionamento e os efeitos da mídia. As aulas tratam de publicidade, cinema, rádio, TV, entretenimento e ficção, além de discussões sobre jornalismo, internet, redes sociais e regulação da mídia – foco também do **Vaza, Falsiane!**

Vale a pena para quem quer entender melhor a conexão do jornalismo com os outros setores midiáticos, além de aprofundar algumas questões mais conceituais e até filosóficas. Em menos de duas horas, o curso parte das críticas de Sócrates contra a escrita, nos diálogos platônicos do século IV a.C., até as motivações e os riscos do sexting no século XXI.

O apresentador da série, Jay Smooth, é conhecido por seu programa de rádio de hip hop em Nova York, e une humor e informação com um volume de referências pop maior do que o Titanic – uma das suas obsessões cinematográficas que pipoca toda hora no curso. Como nos outros cursos do canal,

a narração é acompanhada por animações bem produzidas, com conteúdo denso, rápido e aprofundado.

Apesar de o canal ser em inglês, é possível acompanhar com legendas traduzidas automaticamente para o português que até conseguem funcionar relativamente bem, apesar de tropeçar em alguns trocadilhos e referências da cultura norte-americana.

## QUER CONHECER MELHOR OS PRINCÍPIOS DA CHECAGEM DE FATOS?

Várias agências de checagem publicam seus métodos de apuração para mostrar como chegaram às suas conclusões, descobrindo os exageros, invenções ou absurdos que circulam por aí na boca das autoridades ou nas nossas mãos, pelos aplicativos de celulares.

Manuais com métodos de checagem, como o da **Truco (agência Pública)**, seguem padrões internacionais de verificação de informações, como o **International Fact-Checking Network, do Instituto Poynter.**

Como está destacado nos seus princípios, esses documentos servem para entender como as informações foram checadas, permitindo que qualquer pessoa refaça o trabalho de apuração e verifique se a informação está correta mesmo. Afinal, podemos sim checar os próprios checadores.

A publicação desses métodos garante a transparência dessas agências, mostrando como elas funcionam e como podem garantir a credibilidade de suas informações. É um jeito de checar os checadores. Além disso, esses documentos também podem ser usados como manuais para que o público siga os mesmos passos quando esbarrar em informação de procedência duvidosa.

## AGÊNCIA DE CHECAGEM AOS FATOS

A agência de checagem **Aos Fatos** publicou uma série de manuais para seus leitores poderem replicar os mesmos métodos usados pelos seus jornalistas profissionais na hora de verificar informações.

**Um deles, em formato de história em quadrinhos,** ensina técnicas de checagem de dados, identificação de autoria e verificação de fotos e vídeos.

A agência também **publicou seus próprios guias** com instruções para detectar sites de notícias falsas e traduziu manuais de verificação de autores estrangeiros com instruções para identificar boatos e lendas urbanas, revelando que muitas dessas parecem mentirinhas inocentes, mas podem ocultar interesses ideológicos bastante perigosos.

## LUPAEDUCAÇÃO – FAKE OU NEWS?

Outra agência de checagem que tem uma experiência bem interessante em educação do público é a **Lupa**: há anos eles oferecem cursos para mostrar como as técnicas de verificação deles podem ajudar quem anda confuso com o que lê por aí.

A agência tem até um setor próprio para essas iniciativas de formação, a **LupaEducação, junto ao canal Futura, eles criaram a plataforma Fake ou News**, que ajuda os jovens do ensino médio a refletir sobre a qualidade das suas fontes de informações.

Nesse site, são apresentados dezenas de vídeos, textos e até memes com instruções bastante didáticas para identificar argumentos sem fundamentação ou descontextualizados, além de dicas para desmascarar perfis e sites falsos. Essa plataforma também alerta para os riscos de adulteração de fotos e vídeos e a importância de tomar cuidado para checar antes de compartilhar informações duvidosas.

## QUER TREINAR COM FERRAMENTAS ON-LINE PARA PRATICAR A CHECAGEM DE INFORMAÇÕES?

**Instituto Poynter**

O **Poynter News University**, em parceria com o Google News Initiative, criou o curso **Hands-on Fact-Checking: A Short Course** para treinar jornalistas, estudantes e quem mais estiver cansado de cair em pegadinhas informativas on-line.

Como já dá para perceber pelo nome do curso, a dificuldade fica na barreira do idioma, já que o conteúdo só está disponível em inglês. Mas vale a pena: ao contrário dos manuais anteriores, o curso também contém exercícios e atividades com testes para verificar se você aprendeu mesmo como fazer na prática para avaliar fontes, fotos e vídeos.

Os vídeos e textos mostram algumas técnicas práticas do trabalho dos checadores, ensinando quais dados podem ser checados e em quais fontes. O curso discute alguns dos fundamentos do jornalismo bastante úteis para o público geral, como a distinção entre fatos que podem ser checados e opiniões, ou a diferença entre causalidade e correlação. Ele também apresenta uma série de ferramentas bem inovadoras, como um aplicativo de mapeamento para verificar o tamanho do público em eventos políticos.

**Centro Knight para Jornalismo nas Américas**

Outra opção on-line são os cursos oferecidos pelo **Centro Knight para Jornalismo nas Américas**, da Universidade do Texas em Austin. Lá são oferecidos cursos on-line, mas precisam ser acompanhados em um período específico, porque envolvem debates em fóruns de discussão – alguns em português, mas a maioria em inglês ou espanhol. Essa possibilidade de discussão é uma vantagem dessa plataforma em comparação com as outras opções, mas acaba limitando

o prazo para a participação somente para as semanas agendadas.

Os cursos são renovados com frequência, e sempre aparecem temas novos. Então, vale a pena ficar de olho na programação para se inscrever e poder participar das discussões.

## QUER UMA REFLEXÃO MAIS APROFUNDADA SOBRE OS IMPACTOS DAS FAKE NEWS NA SOCIEDADE?

Para quem já é iniciado no debate sobre comunicação e quiser uma discussão mais acadêmica – e bem menos humorada – sobre os efeitos nocivos das notícias falsas sobre o jornalismo, o professor **Seth Lewis, da Universidade do Oregon, disponibilizou on-line parte de seu curso "Fato ou Ficção?", de 2017.**

O curso inclui uma discussão bastante complexa sobre o que é verdade, e como ela pode ser sustentada em fatos. É algo que, se você parar para pensar, é bem difícil de explicar sem incluir termos intimidadores como "episteme" e "metodologia", mas os textos são bastante acessíveis e você vai até entender o que esses palavrões acadêmicos significam.

Além de uma preocupação em discutir conceitos como "desinformação" e "manipulação" a partir de perspectivas bastante diferentes, a disciplina também focou sua parte final em educação sobre uso de dados e fundamentos da estatística. Esse é um conteúdo que não foi discutido no **Vaza Falsiane!,** porque a gente é de humanas, mas é essencial para entender a validade de estudos científicos, evitando deturpar as pesquisas tão cuidadosas dos nossos colegas das ciências exatas – **fica a dica para quem gosta de jornalismo científico.**

Infelizmente só é possível acessar o cronograma do curso e

os textos indicados (que também estão só em inglês), mas as leituras indicadas são uma base bastante sólida para quem quiser se aprofundar em referências acadêmicas. Alguns desses textos inclusive já foram citados aqui no **Vaza Falsiane!** – quem não teve preguiça de ler as referências no final dos textos vai perceber que o esforço valeu a pena.

## QUER SE FORMAR E TRABALHAR COM COMUNICAÇÃO?

Se bateu um encanto pelo trabalho dos jornalistas, talvez você não tenha prestado muita atenção no curso até aqui :-).

**Estamos brincando, é claro: você compreendeu que essa carreira precisa de gente empenhada, capaz de pensamento crítico e metódico. Você pode dedicar sua vida para a busca da informação e ainda ganhar para isso – se bem que não muito, frequentemente. Mas não adianta reclamar com a gente, você está avisado.**

Falando sério, existem centenas de universidades no Brasil que oferecem cursos de graduação em Jornalismo. Outras áreas da comunicação incluem Editoração, Rádio e TV, Publicidade e Propaganda, Cinema e muitos outros cursos, como o de Educomunicação, que forma educadores que trabalham com a mídia em sala de aula.

Além disso, para ser comunicador não é necessário ser graduado na área. É possível também participar de cursos de formação de comunicadores comunitários, que podem ser presenciais ou on-line, para saber como a área funciona. Com isso, você descobre como trabalhar com comunicação sem o risco de cometer alguma mancada.

VEJA ESTE MÓDULO NO SITE

## MÓDULO 2 ETAPA 4

# COMO USAR O DIÁLOGO PARA COMBATER AS NOTÍCIAS FALSAS

**Fake news** florescem num ambiente de polarização. Tem como combater essa divisão social? É o que vamos discutir nesta última parte! Falaremos sobre técnicas de diálogo e comunicação não violenta. Aqui, abordamos algumas saídas perigosas: resolver judicialmente a questão das notícias falsas ajuda ou atrapalha? Apresentaremos dicas para dar aquele toque de boa para quem posta notícia falsa. No vídeo, monja Coen fala dos benefícios da escuta atenta ao interlocutor. E descubra aqui qual a melhor forma de discordar de alguém.

# 4.1 O DIÁLOGO CONTRA AS NOTÍCIAS FALSAS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Já discutimos os conceitos de desinformação e **fake news**, falamos sobre liberdade de expressão, aprendemos como pegar os mentirosos no pulo... E agora, o que falta fazer?

É hora de passar a mensagem adiante. **Compartilhe e debata o que você aprendeu sobre combate à desinformação com outras pessoas.** Ou seja, exercite o diálogo.

Diálogo... Mais uma das palavrinhas gastas do tipo "varinha mágica": basta mencioná-la para o problema sumir, não é mesmo?

Definitivamente, não. É conversando que a gente se entende, mas conversa precisa de regras para ser bem-sucedida.

## DIÁLOGO COMO TÉCNICA?

Isso mesmo. Dialogar é conversar, e conversar para resolver conflitos exige preparo. Isso significa que diálogo se aprende. Vamos exemplificar esse conceito com um exemplo. Você publica um textão nas redes sociais e alguém te xinga. O que você faz?

A maioria das pessoas opta por uma das duas alternativas a seguir. Ou se cala, abandonando a conversa, ou responde um tom acima, entrando de vez na briga.

Dá para entender as duas reações, mas nenhuma delas ajuda no debate. Entre a submissão e a agressividade, existe um caminho possível?

Existe. E esse caminho é justamente o **diálogo**. Trata-se de um exercício de comunicação que tem como objetivo a empatia – ou seja, entender a situação pela qual o outro está passando. Não significa concordar com a opinião do outro, mas compreender de onde o ponto de vista vem.

## PRIMEIRO PASSO: A ESCUTA ATENTA

Para conseguir empatia, os estudiosos de **comunicação não violenta** concordam que o ponto zero é não rotular o outro. Isso exige uma escuta atenta para descobrir as razões das pessoas – por mais que a opinião pareça absurda.

Não é nada fácil, mas existe uma pergunta que podemos nos fazer sempre que observarmos a tendência a estigmatizar alguém. A dica está no livro **Conversas Cruciais**, dos coaches **Kerry Paterson, Joseph Greeny, Ron Mc-Millan e Al Switzler:**

"Toda vez que se pegar rotulando uma pessoa, pare e pergunte: 'por que alguém razoável, racional e decente faria o que essa pessoa está fazendo'?"

## SEGUNDO PASSO: A FALA HONESTA E CUIDADOSA

Depois de ouvir, é hora de falar. E, no diálogo, a fala é firme e honesta, mas não ofensiva.

Seguimos buscando a empatia – desta vez, queremos que o interlocutor entenda como a gente se sente. Por isso, uma primeira providência é reconhecer na conversa que podemos não estar captando todos os lados do problema. Ou seja, que nossas opiniões são, por definição, incompletas e provisórias.

Um segundo passo é encontrar o tom certo. Você pode substituir expressões agressivas ou "lacradoras" por outras que convidem para a conversa: "eis como eu vejo a situação"; "me parece que as coisas podem ser assim"; "entendo dessa forma" e assim por diante.

Todas as opiniões, por mais duras que sejam, podem ser expressas de uma forma menos violenta. Mesmo que sejam para mostrar que você foi agredido – aliás, é importante sempre sinalizar a agressão! Quando isso é feito de maneira cuidadosa, o agressor pode perceber o equívoco e retomar a confiança na conversa.

O psicólogo Marshall Rosemberg traz um exemplo interessante em seu clássico **Comunicação Não-Violenta.** Um filho ironiza o pai, que decide não responder na mesma moeda. Disposto a manter o diálogo, mas ainda assim dizer com clareza e honestidade o que está sentindo, o pai se dirige ao filho: "Quando ouço você dizer coisas no tom que acabou de usar, é difícil me controlar. Você poderia me ajudar com isso."

## OUTRAS PROVIDÊNCIAS ÚTEIS

Em alguns casos, é importante ajudar seu interlocutor a pensar com clareza. Voltando ao exemplo do textão e do amigo que te xingou, você pode, primeiro, sinalizar a ofensa: "Olá. Vejo que você me ofendeu, não acho que seja um bom jeito de debater um assunto".

Em seguida, ofereça a chance de ele apresentar ideias: "Qual parte do meu texto especificamente você não gostou? Possui alguma sugestão para o problema?" Em geral, frases como essa são suficientes para fazer a pessoa baixar as armas e começar a dialogar.

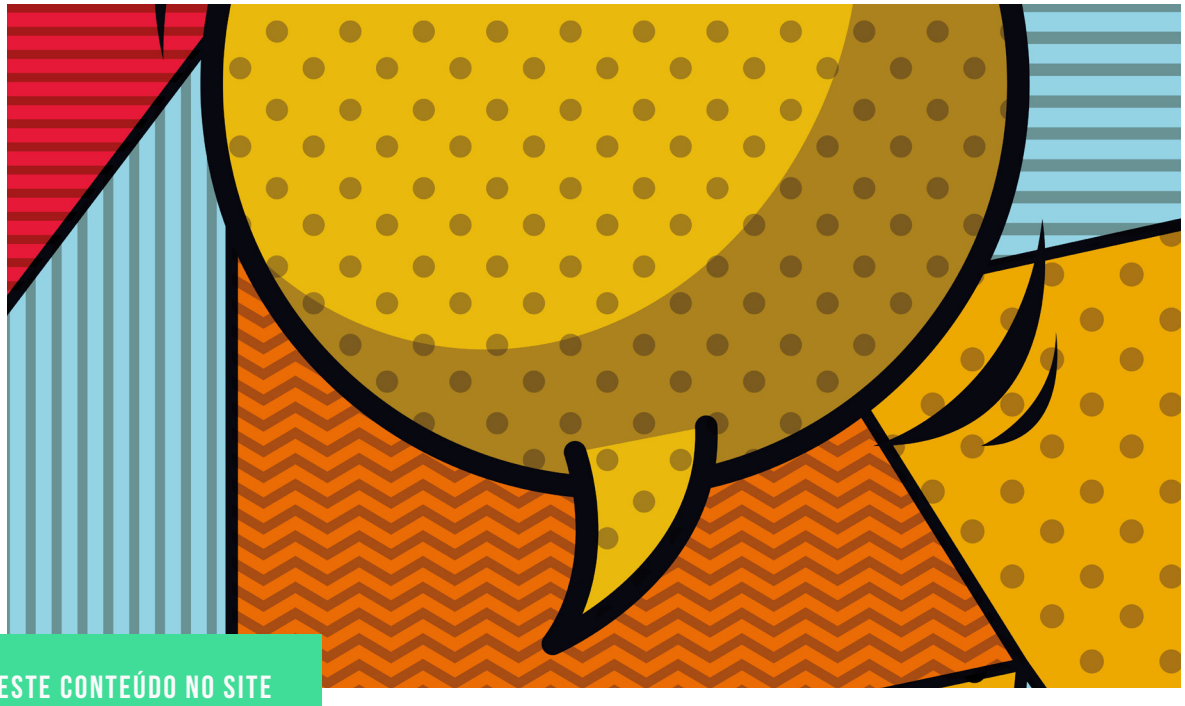
Evidentemente que tudo isso é cansativo. Por isso, é uma decisão sua tentar ou não estabelecer um diálogo. E, às vezes, suas sugestões para a conversa podem falhar. Cabe a você saber o quanto insistir e quando parar. Se você quiser encerrar o papo, vale sinalizar: "Olha, prefiro não continuar conversando nesse tom. Nos falamos mais tarde".

## E SE A GENTE NÃO CONCORDAR?

Muita gente pensa que o objetivo do diálogo é fazer duas pessoas entrarem em acordo em relação a alguma coisa. Quando isso acontece, é muito bom. Mas essa não é a finalidade da técnica. Um diálogo de sucesso pode terminar com duas pessoas "concordando em discordar".

Mas ambas se ouviram e puderam se expressar com clareza. Conseguiram compreender uma questão com maior profundidade, o que é sempre bom. Podem decidir falar mais sobre o assunto futuramente, ou não. Não importa: houve escuta e fala, houve comunicação e não gritaria. Aconteceu o diálogo.

# 4.2 COBRINDO UM SANTO PARA DESCOBRIR OUTRO: COMBATE ÀS FAKE NEWS E SEUS DANOS COLATERAIS



VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

**"A primeira vítima numa guerra é a verdade"**. Essa frase costuma ser atribuída ao senador norte-americano Hiram Johnson mas, na verdade, não se tem certeza absoluta sobre sua autoria. Talvez a verdade seja torpedeada toda vez que alguém faz essa citação sem perceber sua imprecisão. Na guerra da informação, a verdade não é só a primeira vítima: é o campo de batalha.

Os danos que as **fake news** causam são bastante claros. Mas, no desespero para tentar resolver esse problema, surgem propostas bastante polêmicas, que podem acabar criando outros efeitos negativos ainda mais prejudiciais. Para combater a doença da desinformação, não adianta tomar um veneno letal que acabe também com as fontes de informação confiáveis.

Porém, é justamente isso que pode acontecer. Algumas dessas medidas são bem-intencionadas, mas isso não evita que causem danos colaterais bastante sérios. Outras vão aproveitar a onda de medo das **fake news** para reempacotar propostas antigas e bastante problemáticas.

Em ambos os casos, é preciso ficar de olho para não deixar uma preocupação legítima nos transformar em massa de manobra para interesses alheios. Quem já tentou no passado silenciar os críticos pode tentar usar as **fake news** como desculpa para proibir a divulgação de informação incômoda, por exemplo.

## VALE-MORDAÇA: APROVEITANDO A HISTERIA CONTRA FAKE NEWS PARA APROVAR LEIS CONTRA CRÍTICOS

A estratégia nem é original: no passado, muitos já usaram a desculpa da preocupação com as ideias que estavam circulando na sociedade para criar leis que controlassem o que as pessoas podem fazer ou falar. O advogado Luís Francisco Carvalho Filho lembra que sempre que leis são criadas para defender a população de ameaças como ideias subversivas ou insultos, elas acabam fugindo do controle e abrem a porta para "espionagem, o confisco de espaços de vida íntima e privada, as perdas de liberdade".

Essa onda já começou ao redor do mundo. O **presidente da França** tem defendido uma nova lei para combater notícias falsas que pode eliminar postagens, contas e até bloquear sites inteiros.

**Jornalistas franceses** têm criticado essa proposta porque consideram que, sob pressão, juízes podem acabar cometendo erros, removendo denúncias que se mostrem verdadeiras. Por vezes, a investigação jornalística começa a partir de rumores espalhados por aí, que só vão ser publicados após rigorosa apuração e verificação. Definir o que pode ser publicado

e o que deve ser removido é um poder muito grande, e injustiças podem acontecer se essa responsabilidade acabar concentrada na mão de poucas pessoas.

A Malásia aprovou uma lei semelhante e ainda mais rígida, incluindo multas de mais de 100 mil dólares. Até mesmo **servidores de internet e usuários de redes sociais** que repassam informações incorretas sem saber podem ser condenados. **Uma pessoa já foi presa ao criticar a demora de atendimento da polícia com dados imprecisos.**

Essa é a primeira lei anti-**fake news** do mundo, mas foi aprovada em circunstâncias bastante suspeitas. O primeiro-ministro da Malásia se aproximava das eleições, mas enfrentava denúncias de desvios de bilhões de dólares. Para tentar abafar o escândalo, políticos e escritores foram presos por criticar o governo, que também censurou ou fechou veículos de comunicação que tratavam desse tema.

## TROPEÇOS BRASILEIROS NO COMBATE ÀS NOTÍCIAS FALSAS

Aqui no Brasil, **delegados já tem defendido mudanças na lei**, e o exército foi consultado para monitorar e combater **fake news.**

No final de 2017, durante a votação da reforma política, nosso **Congresso chegou a aprovar uma emenda** que poderia suspender publicações que tratem de "discurso de ódio, disseminação de informações falsas ou ofensa em desfavor de partido ou candidato". Essa proposta deixa bastante claro o risco de surfar nessa onda de medo contra as **fake news**: ideias e informações diferentes, muitas delas bem fundamentadas, poderiam ser removidas por ser consideradas falsas ou ofensivas.

Devido às críticas a essa proposta, que parecia abrir a porta

para a censura política na internet, o próprio autor dessa emenda sugeriu que ela não entrasse em vigor, e o trecho foi vetado pelo então presidente Michel Temer.

## MEDOS PÚBLICOS EM LUGARES PRIVADOS

Não é só o Estado que tenta influenciar a reprodução de informação duvidosa. As próprias plataformas das redes sociais e sites de pesquisa também estão preocupados e tentam soluções para minimizar esse problema.

Mas essas alterações técnicas nos algoritmos também envolvem riscos, porque podem ter efeitos inesperados. Quando o **Facebook diminuiu a importância dos links** (e com isso, a frequência com que eram vistos), sites jornalísticos tradicionais reclamaram por ter sua visibilidade mais prejudicada do que as páginas de notícias falsas.

E, ao contrário das leis, quem define as regras nos espaços privados das redes sociais não são representantes públicos eleitos, mas seus programadores, que tentam equilibrar benefícios e direitos do público com seus interesses privados. Resta aos usuários desses sites ficarem alertas para as alterações, cobrar transparência sobre as mudanças e reclamar, caso considerem que os seus efeitos são mais prejudiciais que benéficos.

# 4.3 COMO DAR UM TOQUE NAQUELE PARENTE QUE COMPARTILHA NOTÍCIAS FALSAS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Você está no **WhatsApp** ou em uma **rede social** e ela aparece. A notícia falsa que você identifica na hora, usando o arsenal de estratégias que você aprendeu neste curso. Aí vem a dúvida: **o que você fala para a pessoa que publicou a mentira?**

Muitas vezes, a crença de que a notícia é verdadeira se torna uma questão não de razão, mas de fé.

Se você sinalizar a um interlocutor desse tipo que a notícia é falsa, várias outras pessoas do grupo virão te atacar. Nesse caso, a pesquisadora aconselha seguir um ditado que hoje já é clássico: "não alimente os trolls". Se você acha que a postagem tem mais a ver com um reforço de identidade do que com a vontade genuína de compartilhar informação,

não amplifique o debate. Por mais lamentável que seja, há pessoas que não estão dispostas a se deixar convencer e a mudar de atitude.

Agora, se você achar que **o diálogo é possível** – felizmente há pessoas dispostas a mudar! –, vale a pena seguir alguns passos básicos na hora de dar um toque elegante:

• **Mensagem privada é melhor.** Ninguém gosta de ser exposto publicamente. Isso segue sendo verdade no caso do compartilhamento de uma mentira. Um alô em pvt é a melhor coisa para promover uma mudança de atitude.

• **Adote um tom educado.** Evite a atitude professoral e taxativa: "Me parece que essa notícia é falsa" é uma possibilidade. Outra é recorrer aos nossos memes – que mantêm um tom polido, mas são também provocadores.

• **Busque a empatia do interlocutor**. Você pode fazer isso mostrando as descobertas que você fez a partir da análise das características da notícia – e, eventualmente, indicando as dúvidas com que você mesmo ficou: "Percebi que esse texto não tem autoria"; "Parece novidade, mas se a gente for ver a data, está escrito que é do ano passado"; "Você não achou estranho que não saiu nada nos veículos tradicionais?".

• **Sugira uma correção.** Mostre que admitir o equívoco não é nenhum problema. Pelo contrário, é uma lição de responsabilidade num momento em que verdade e mentira estão cada vez mais difíceis de distinguir.

• **Dê o exemplo**. Promova uma cultura que reverencia a verdade. Cheque suas fontes antes de postar qualquer coisa.

# 4.4 VÍDEO - MONJA COEN: COMO DIALOGAR DE VERDADE NAS REDES SOCIAIS

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Em tempos de tanta radicalização, como manter a calma na hora de falar (e ouvir)? A monja Coen explica como não perder a cabeça na hora de conversar nas redes sociais com quem tem posições diferentes da sua. Ela explica a importância do respeito e da tolerância para podermos viver juntos sem tantas agressões sem sentido.

**https://youtu.be/U861jwbC3EA**

# 4.5 QUAL O MELHOR JEITO DE DISCORDAR DE ALGUÉM?

VEJA ESTE CONTEÚDO NO SITE

Em 2008, o engenheiro de computação inglês Paul Graham lançou o ensaio "How to Disagree" – em português, "Como Discordar". O texto se tornou um clássico pelas dicas sobre argumentação eficaz.

Analisando conteúdo e forma – ou seja, o que se diz e como se diz –, Graham estabelece uma hierarquia que começa pelas estratégias mais pobres e avança para as que mais dão resultado.

A classificação criada por ele vai ser nossa base neste texto. São dicas que podem servir tanto para dar um toque em quem compartilha notícias falsas quanto para aumentar o nível de civilidade de um debate.

## ESTRATÉGIAS INEFICAZES

Graham diz que a pior coisa que se pode fazer – óbvio – é ofender o interlocutor. E aqui não estamos falando apenas de xingamentos clássicos, mas de neologismos como "petralha", "coxinha", "reaça", "feminazi" etc.

Reduzir o interlocutor a uma única característica – e, no caso, negativa – não ajuda em nada a conquistar sua empatia. Também não apresenta qualquer argumento que contraponha o que foi dito.

Outra tática inadequada é o ataque pessoal. Também chamado de ad hominem, é uma ação que desvaloriza o argumentador, mas não diz nada sobre suas ideias. E debater ideias é justamente o que você precisa fazer quando quer dar um toque elegante em alguém.

## ESTRATÉGIAS INTERMEDIÁRIAS

Uma estratégia ligeiramente superior é denunciar o tom do interlocutor. Reclamar da agressividade de quem debate pode ser interessante, mas novamente falha no ponto principal: focar a ideia que precisa ser debatida.

Uma outra ação de eficácia intermediária é a contra-argumentação, que significa abordar o problema oferecendo uma solução diferente da do interlocutor. Se a proposta estiver calcada em evidências, melhor. Mas, ainda assim, a ideia original pode continuar intacta. E os dois debatedores podem terminar a discussão falando de coisas completamente diferentes...

## ESTRATÉGIAS AVANÇADAS

Para Graham, a refutação é a forma de discordância mais eficaz. Refutar significa mostrar porque as ideias de seu

interlocutor são inadequadas – de preferência, com exemplos concretos. Você tem duas escolhas básicas. Uma opção é detonar tudo o que a outra pessoa fala, incluindo problemas de linguagem, erros de datas e números etc. Graham afirma que agir assim serve mais para desacreditar o oponente do que suas ideias.

Por isso, ele sugere ficar com outra alternativa: refutar o ponto central do discurso. Uma refutação efetiva, na opinião do autor, seria mais ou menos assim:

"O ponto principal do autor é x. Mas o ponto x está equivocado pelas seguintes razões."

Lembre-se: foco na ideia, não no argumentador. E na ideia principal, não nos equívocos formais ou auxiliares.

Para saber mais, leia o texto de **Paul Graham** – ou confira um **podcast** sobre o tema aqui (ambos em inglês).

## Fontes / para saber mais

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. Uma História Social da Mídia: de Gutenberg a Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

FUNKE, Daniel. "How to fact-check hoaxes on WhatsApp". International Fact Checking Network @ Poynter YouTube Channel, 26/03/2018. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=ShfpEnk6H3Q

HUGHES, Brian. "How to fix the fake news problem". CNN, 16/11/2016. Disponível em: https://edition.cnn.com/2016/11/16/opinions/how-to-fix-the-fake-news-problem-hughes/index.html

SUNSTEIN, Cass R. A verdade sobre os boatos: como se espalham e por que acreditamos neles. Rio de Janeiro, Elsevier, 2010.

VOSOUGHI, Soroush; ROY, Deb; ARAL, Sinan. "The spread of true and false news online". Science vol. 359, n. 6380, pp. 1146-1151, 09/03/2018. Disponível em: http://doi.org/10.1126/science.aap9559

BEECH, Hannah. "As Malaysia moves to ban 'fake news,' worries about who decides the truth". The New York Times, 2/4/2018. Disponível em: https://www.nytimes.com/2018/04/02/world/asia/malaysia-fake-news-law.html

BETIM, Felipe. "Na última hora, Congresso abre caminho à censura nas redes nas eleições 2018". El País, 6/10/2017. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2017/10/05/politica/1507238763_446744.html

BRANDÃO, Marcelo. "Temer sanciona fundo eleitoral mas veta censura na internet e limite de doação". Agência Brasil/EBC, 6/10/2017. Disponível em: http://agenciabrasil.ebc.com.br/politica/noticia/2017-10/temer-sanciona-fundo-eleitoral-mas-veta-censura-na-internet-e-limite-de

CARVALHO FILHO, Luís Francisco. "Guerra dos mundos". Folha de S. Paulo, 18/11/2017. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/colunas/luisfranciscocarvalhofilho/2017/11/1936360-guerra-dos-mundos.shtml

## Fontes / para saber mais

ERICKSON, Amanda. "The new face of fake news in Malaysia: A Danish visitor who made a YouTube video". The Washington Post, 1/5/2018. Disponível em: https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2018/05/01/the-new-face-of-fake-news-in-malaysia-a-danish-visitor-who-made-a-youtube-video/?utm_term=.40ea909cb347

GOBRY, Pascal-Emmanuel. "France's 'Fake News' Law Won't Work". Bloomberg, 14/2/2018. Disponível em: https://www.bloomberg.com/view/articles/2018-02-14/fake-news-france-s-proposed-law-won-t-work

HERN, Alex. "'Downright Orwellian': journalists decry Facebook experiment's impact on democracy". The Guardian, 25/10/2017. Disponível em: https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/25/facebook-orwellian-journalists-democracy-guatemala-slovakia

ORTELLADO, Pablo. "Três desafios para regular a circulação de notícias falsas". Folha de S. Paulo, 16/01/2018. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/colunas/pablo-ortellado/2018/01/1950799-tres-desafios-para-regular-a-circulacao-de-noticias-falsas.shtml

# VOCÊ TERMINOU A LEITURA DO ÚLTIMO MÓDULO!

Continue desvendando os mistérios da fake news no site do **Vaza, Falsiane!**

VEJA NOVAMENTE TODAS AS ETAPAS

**EXPEDIENTE** **Concepção e realização do curso** Ivan Paganotti, Leonardo Sakamoto e Rodrigo Ratier
**Design** Estúdio Aya **Desenvolvimento web** Líbero+ **Gerente de projeto** Gustavo Heidrich **Roteiro e texto final** Gustavo Martins

**APOIO** Facebook • Faculdade Cásper Líbero • Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM Centro Universitário • Pontifícia Universidade Católica de São Paulo • Repórter Brasil

VAZA, FALSIANE!

CONTEÚDO SOB LICENÇA CREATIVE COMMONS CC-BY.
É LIVRE O USO, CÓPIA E DIVULGAÇÃO DESTE MATERIAL DESDE QUE CITADA A FONTE.