

A Importância da Colaboração dos Discentes e Universidades de Jornalismo no Combate às Fake News: Resultados de um Projeto Acadêmico¹

Janaina da Silva VELOSO²

Luciana Fagundes SILVEIRA³

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, MG

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo realizar uma análise sobre a importância do combate a desinformação e propagação de fatos falsos, indicando o impacto da disseminação de *fake news* na sociedade. Na tentativa de criar mecanismos de fácil acesso e alcance para amenizar o problema, apresentamos o projeto acadêmico piloto “Será que é Verdade” produzido por uma aluna da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais *campus* São Gabriel, em colaboração com o LabSG - Laboratório da Faculdade de Comunicação e Artes da PUC MINAS.

PALAVRAS-CHAVE: *Fake news*; desinformação; jornalismo; projeto acadêmico.

CORPO DO TEXTO

O projeto acadêmico “Será que é Verdade”, idealizado pela aluna de Jornalismo da PUC Minas São Gabriel, Janaina da Silva Veloso, em sua estrutura visa combater de maneira didática e acessível “*fake news*” de grande repercussão. A metodologia estabelecida para o desenvolvimento do resumo consiste em um levantamento bibliográfico que se refere a notícias, notas, comentários e outras informações veiculadas por veículos diversos de imprensa sobre as ações desenvolvidas para o combate do problema aqui descrito. No marco teórico, foi feito um levantamento que diz respeito ao que são as *fake news*. A hipótese estabelecida para o trabalho é reiterar que o combate às *fake news* é um dever de todos, viabilizando o acesso à informação e o fortalecimento da imprensa e dos meios de comunicação.

No tocante à discussão teórica, estabelece-se em primeiro lugar que *fake news* é o termo que se usa para se referir a notícias falsas publicadas através de veículos de comunicação, como se o fato descrito fosse real ou verídico. Estas “notícias falsas”

1 Trabalho apresentado na IJO1 – Jornalismo do 26º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 1º a 3 de junho de 2023.

2 Graduanda do Curso de Jornalismo da PUC-Minas, email: janaina.veloso1@gmail.com

3 Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUC-Minas, email: lufagundessilveira@gmail.com.

possuem grande poder viral, sendo a sua vinculação em potencial compartilhada, normalmente, por pessoas de baixa escolaridade e renda. Entretanto, é importante destacar que a falta de apuração das notícias não perpetua somente nas classes mais pobres, sendo bastante difundidas por pessoas em que necessariamente haja uma associação direta à classe socioeconômica (BRASIL ESCOLA, 2022).

Outro elemento importante a ser discutido é sobre o surgimento desse debate, algo que historicamente não se trata de algo novo. Os grandes veículos de comunicação e os grandes jornais ao longo da história apostavam em notícias falsas para aumentarem a audiência, patrocínio e destaque, como exemplo dos tabloides *Penny Press* e *Yellow Journalism* no final do século XIX onde os jornais desse gênero eram produzidos em massa nos Estados Unidos a partir da década de 1830 (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2018). Porém, durante o ano de 2016 que o termo ganhou força mundialmente com a disputa presidencial dos Estados Unidos quando, à época, conteúdos falsos sobre a candidata Hillary Clinton foram fortemente divulgados por eleitores do Donald Trump.

No Brasil, dadas às polêmicas a respeito do processo eleitoral de 2018, diversas manifestações passaram a acontecer em prol de uma melhor transparência e combate à desinformação visto que as ações influenciaram o resultado do pleito (EL PAÍS, 2018). Na última eleição presidencial as *fake news* marcaram as campanhas eleitorais nos dois turnos e a disseminação de desinformação nas redes sociais está cada vez mais complexa e sofisticada. Um recente estudo realizado pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ) destacou o aumento da circulação de *fake news* nas campanhas para o segundo turno. O crescimento foi registrado no *Telegram* (23%), *Whatsapp* (36%) e *Twitter* (57%) (G1, 2022).

Diante deste cenário, o projeto “Será que é Verdade” foi criado na intenção de combater a desinformação com programas semanais, entrevistando especialistas, mestres, doutores e docentes da própria Universidade sobre temas diversos, na intenção de combater a desinformação propagada por *fake news*, reforçando a importância do papel do jornalista e da imprensa, sendo um produto jornalístico acadêmico. No episódio piloto lançado antes da eleição, o programa “Será que é verdade” tratou sobre o voto da população carcerária e alcançou mais de 2.120 visualizações na página do

Instagram do LabSG (@lab.sg). Houve aumento de seguidores na conta do Instagram, repercussão, elogios e expectativa para o lançamento do segundo episódio.

Os resultados esperados para o trabalho estão associados a reforçar o papel do discente de jornalismo no combate à desinformação, tendo as universidades como um caminho importante na formação do jornalista, provendo ações que visem combater a disseminação de notícias falsas através de campanhas de conscientização, projetos de lei, liberdade criativa e laboratórios especializados nos *campi*, dentre outros mecanismos.

REFERÊNCIAS

BRASIL ESCOLA. **O que são as Fake News?**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/curiosidades/o-que-sao-fake-news.htm>. Acesso em: 17 maio 2022.

EL PAÍS. **Como a desinformação influenciou nas eleições presidenciais?**. [S. l.], 24 fev. 2018. Disponível em: https://brasil.elpais.com/brasil/2018/02/24/internacional/1519484655_450950.html. Acesso em: 3 nov. 2022.

G1. **Estudo mostra que uso de fake news cresce no 2º turno; 'desinformação está mais complexa e sofisticada', diz pesquisadora**. [S. l.], 25 out. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/eleicoes/2022/noticia/2022/10/25/estudo-mostra-que-uso-de-fake-news-cresce-no-2o-turno-desinformacao-esta-mais-complexa-e-sofisticada-diz-pesquisadora.ghtml>. Acesso em: 3 nov. 2022.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. **Jornalismo de centavos, sensacionalismo e cidadania**. [S. l.], 29 abr. 2014. Disponível em: https://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/_ed796_jornalismo_de_centavos_sensacionalismo_e_cidadania. Acesso em: 3 nov. 2022.