

MESA
23 NOV
16H – 18H

FAKE NEWS E LETRAMENTO MIDIÁTICO
Auditório da ADUNICAMP

RESUMO

**FAKE NEWS E CAMPANHAS DE VACINAÇÃO:
DISCURSOS MÓVEIS, CAMBALEANTES E O TRATAMENTO
DA QUESTÃO NO CENÁRIO ESCOLAR**

Francisco Renato Lima (UFPI)

Em um momento da história social do nosso país, marcado por crises que abalam diretamente a educação, torna-se cada vez mais urgente, o papel da escola: intervir diante de situações marcadas pelo medo, pela ignorância, pelo desrespeito, pela intolerância, pelo preconceito e pela alienação, em que o fascismo e o elogio a polêmica tornaram-se modelos apreciados e moeda de circulação social. Nesse cenário, uma força motriz da catástrofe tem sido as notícias falsas – fake news –, com alto poder persuasivo, de controle, influência e manipulação social, infringindo regras e convenções que harmonizam as relações sociais. Elas proliferaram-se em movimentos cíclicos: as inverdades semeadas, nascem e frutificam a desconfiança nos meios de comunicação. Repetidas insistentemente pela mídia social, passam, através da força do discurso, a assumir um estatuto de verdade, que se entranha nas estruturas das relações de poder e saber, estabelecidas socialmente (FOUCAULT, 2007). Nesse sentido, este estudo discute acerca do impacto das fake news em campanhas de vacinação propostas pelo Ministério da Saúde, com foco no papel interventivo a ser assumido pela escola diante da questão. Segundo o Ministério da Saúde, em 2017, atingiu-se apenas 83% da cobertura vacinal, evidenciando que mais de 800 mil crianças estão vulneráveis à infecções, como: sarampo, caxumba e rubéola. Em grande parte, essa não adesão deve-se ao “movimento antivacinação”, que tem seu maior espaço de voz, na Internet, esfera de circulação de informações, que se apresenta como terreno fértil para o plantio e a disseminação das fake news. Assim, o problema motivador desta proposta foi o fato de professores de um Centro de Ensino de Tempo Integral (CETI), localizado no município de Teresina (PI), perceberem que os estudantes e seus familiares, estavam

deixando de tomar as vacinas, colocando em risco suas vidas e a de toda a comunidade em que estavam inseridos, devido as informações falsas nas redes sociais. Face a iminente tragédia, a equipe escolar, desenvolveu um Projeto de Intervenção Pedagógica (PIPed), por meio de uma pesquisa-ação (THIOLLENT, 2005), com o objetivo de mobilizar a comunidade escolar a respeito de seus efeitos negativos à saúde e à educação. O público-alvo foram alunos (grupo primário) e familiares (grupo secundário). A coleta de dados foi realizada por meio de entrevistas e questionários, além da observação participante no contexto. As ações partiram de um caráter interdisciplinar, intersetorial e do diálogo entre os saberes dos diversos componentes curriculares da Educação Básica, na organização de estratégias de ensino e aprendizagem, conforme a área do conhecimento. Neste estudo, esses resultados são apresentados a partir de uma abordagem qualitativa, com o propósito descritivo-exploratório do tema. Os resultados alcançados apontaram para: a) uma possível tomada de consciência pelos sujeitos envolvidos, acerca das consequências negativas de não tomar a vacina; b) a produção coletiva de conhecimentos interdisciplinares, pois os diversos componentes curriculares tiveram a oportunidade de mostrar, na prática, para o aluno, como sua aprendizagem é pensada numa perspectiva integrada; e c) a resolução de um problema social, pois os alunos e familiares, conscientes do problema, poderão fazer adesão às campanhas de vacinação e, além disso, serão divulgadores de mensagens educativas e de conscientização. Conclui-se então, reiterando-se a necessidade de investimento político e pedagógico no desenvolvimento de propostas dessa natureza, que precisam continuamente serem revistas e aperfeiçoadas, no sentido de sensibilizar a comunidade, como uma alternativa viável para a desestabilização de discursos móveis, cambaleantes que ecoam socialmente e comprometem o processo de ensino e aprendizagem escolar e, sobretudo, a garantia dos direitos sociais e a dignidade humana.

RESUMO

**SEMIÓTICA DA DESNOTÍCIA: PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO
DE NOTÍCIAS HUMORÍSTICAS**

Karina Rocha Campos (UNESP – Araraquara)

Jean Cristtus Portela (UNESP – Araraquara)

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o modo de funcionamento de uma prática discursiva que, na última década, alçou-se à popularidade no Brasil: a prática desnoticiosa. As chamadas desnotícias são textos humorísticos que procuram parodiar o gênero jornalístico, produzindo assim notícias falsas que satirizam situações cotidianas, figuras públicas e o contexto sociopolítico brasileiro e internacional. Para a compreensão do fenômeno, foram estudados dois portais desnoticiosos de sucesso em atividade desde 2009: o site Sensacionalista e o blog The Piauí Herald. A produção de ambos se diferencia em ritmo, quantidade, filiação e público-alvo, o que nos motivou a escolhê-los enquanto objetos de estudo. À luz dos postulados teóricos e metodológicos da semiótica de linha francesa, o trabalho buscou na fortuna crítica de A. J. Greimas (1966, 1979, 1993, 2014), José Luiz Fiorin (1996, 2005), Diana Luz Pessoa de Barros (2002, 2005), Jacques Fontanille (1987, 1999, 2008, 2015), Jean Cristtus Portela (2008, 2017) e Matheus Nogueira Schwartzmann (2009, 2017) meios de compreender: 1. como a desnotícia se constitui enquanto gênero, 2. quais são as principais estratégias de composição de seus textos, 3. como a “verdade” é construída no interior dos enunciados desnoticiosos, 4. como a organização de elementos formais das homepages tem influência no processo de significação, 5. qual é o papel dos procedimentos de incorporação do já-dito na leitura das desnotícias e 6. quais as grandezas discursivas mais recorrentes nos textos desnoticiosos. Assim, pôde-se apreender semelhanças e divergências na composição de ambos veículos estudados, inclusive no que se refere ao estilo das inteligências enunciativas responsáveis por cada um deles. O que se observou foi que site e blog se aproximam do modo de composição de um portal de notícias comum e uma revista especializada, respectivamente; enquanto o Sensacionalista escreve abundantemente tanto sobre assuntos típicos do cotidiano quanto sobre a esfera sociopolítica, o blog The Piauí Herald compõe poucos textos por mês valorizando a última temática quase que exclusivamente. Por conta disso, o

estatuto genérico de ambos veículos se diferencia sutilmente, uma vez que o site faz circular valores difusos e o blog, valores exclusivos. Isso se prova também na análise detida dos textos de cada um dos veículos, pois se observa que as desnotícias do site Sensacionalista evocam horizontes referenciais menos complexos e lançam mão de temas, figuras e percursos narrativos com investimento semântico reduzido, o que resulta num texto mais genérico e acessível, revelando o tipo de enunciatário projetado pelos enunciadores. No entanto, observou-se a recorrência de grandezas discursivas que permitem vislumbrar o posicionamento e a tomada de posição de tais enunciadores frente aos assuntos tratados, muitas vezes carregadas de críticas. O blog The Piauí Herald, por sua vez, frequentemente sobrepõe horizontes referenciais que exigem mais de seu enunciatário, explorando nichos específicos da política brasileira e os aliando a outros aparentemente não relacionados; além disso, trabalha com temas, figuras e percursos narrativos intensamente revestidos semanticamente, o que produz um texto mais minucioso e refinado em termos de referência. Ao contrário do site, os enunciadores não abrem brechas que permitem conhecer seus posicionamentos diretamente. Assim, pôde-se delinear que o modo de desnoticiar do blog The Piauí Herald aproxima-se de um pastiche narrativo de caráter alegórico, já que cria ilusões referenciais tão completas quanto absurdas em suas desnotícias, que têm um tom mais jocoso do que de denúncia; o modo de desnoticiar do site Sensacionalista, por sua vez, adota um tom mais denunciador na exploração do nonsense inerente às suas desnotícias.

RESUMO

O VALOR DE VERDADE COMO ATO RESPONSÁVEL E RESPONSIVO – AS AGÊNCIAS DE CHECAGEM DE NOTÍCIAS

Assunção Aparecida Laia Cristovão (UNIFRAN)

Esta proposta de comunicação busca analisar alguns pressupostos das agências e plataformas especializadas em checagem de fake news, um nicho para o jornalismo atual que se torna a cada dia mais relevante, principalmente neste cenário em que, por conta das dificuldades imensas enfrentadas pelos veículos de comunicação após a disseminação da internet, a checagem dos fatos se torna

cada vez mais ausente no dia a dia das redações. O objetivo será mostrar o quanto a palavra verdade, para o jornalismo, continua sendo uma crença que pode ser alcançada, em vez de uma quimera, uma utopia a ser perseguida sem a ilusão de ser concretizada. Será utilizado como suporte teórico o livro *Para uma Filosofia do Ato Responsável*, de Mikhail Bakhtin, um texto do início dos anos 1920, e como corpus principal as categorias de classificação de notícias da agência Lupa, ligada ao jornal Folha de S. Paulo. Apesar de terem surgido tardiamente em relação aos Estados Unidos, que teve sua primeira plataforma de checagem na década de 90 do século passado, são diversas agências hoje no Brasil, entre elas a Fato ou Fake, do grupo Globo; o Comprova, que reúne jornalistas de 24 veículos de comunicação, como Exame, Folha de S. Paulo, Nexo, Nova Escola, Estadão, Uol e Veja; a Agência Pública – Truco, agência sem fins lucrativos formada por mulheres em 2011; a Aos fatos, ligada à Rede Internacional de Verificação de Fatos e contratada pelo Facebook; a Fake Check – Detector de Fake News, uma plataforma criada por pesquisadores da UFSCar e da USP que, ao contrário de outras agências, usa tecnologia para analisar as características da escrita e apontar se uma notícia é verdadeira ou não; a Boatos, uma das mais conhecidas, que possui um site criado pelo jornalista Edgard Matsuki em 2013; e a pioneira agência Lupa, criada em 2015, que usa, para classificar as notícias, as etiquetas “falso”, “contraditório”, “verdadeiro”, “ainda é cedo para dizer”, “exagerado”, “subestimado”, “insustentável”, “verdadeiro, mas...” e “de olho”. Para Bakhtin, em *Para uma filosofia do ato responsável*, “a ética material procura encontrar e fundar normas conteudísticas morais específicas, normas às vezes de validade universal, às vezes primordialmente relativas, mas em qualquer caso gerais, aplicáveis a todos” (BAHTIN, 2010, p. 71-72). Acontece que, para o filósofo russo, não existem normas especificamente éticas. Diz ele que cada norma encontra o seu fundamento específico na sua validação pela disciplina científica correspondente, e cita a lógica, a estética, a biologia, a medicina, ou qualquer uma das ciências sociais, certamente podendo-se incluir aqui o jornalismo. Na maior parte dos casos, entretanto, para Bakhtin, essas normas éticas representam um conglomerado não articulado de diversos princípios e valorações. Por ser desta forma, o filósofo diz ser necessária alguma coisa que tenha origem em cada sujeito, que é

precisamente a orientação do dever moral de cada consciência. Assim, Bakhtin propõe uma articulação, uma arquitetura do mundo real como algo vivido, único, que não pode ser universalmente válido nem mesmo para a ciência, mas que pode ser incorporado na individualidade do ser, no ato-evento, irreproduzível. É o que ele chama de ato responsável, no sentido mesmo de responsabilidade, mas que também pode ser traduzido por responsivo, uma vez que, em russo, a palavra para responsável se assemelha a responsivo, segundo nos informa Augusto Ponzio, no prefácio da edição de Para uma filosofia do ato responsável publicada pela editora Pedro & João. É a partir do conceito de ato responsável e responsivo que a análise desta comunicação estará amparada.

RESUMO

FAKE NEWS, VACINA E OS TIPOS DE DESINFORMAÇÃO

Cesar Augusto Gomes (UNICAMP)

O objetivo central desta apresentação é observar textos que circularam entre 2016 e 2018, nas Redes Sociais Digitais, relacionados à questão das vacinas e, por conseguinte, da saúde pública, que foram checados e publicados pelo site Boatos.org. Usa como metodologia os Sete Tipos de Desinformação, descritos pela pesquisadora Claire Wardle (2017) para o fim de classificar tais informações e entender seu processo de disseminação. Apesar das intensas campanhas de divulgação na mídia, as autoridades de Saúde não estão conseguindo cumprir as metas de vacinação, informa o jornal Correio Brasiliense: “As vacinas que protegem contra o sarampo tiveram queda. A tríplice viral passou de 96% de cobertura da população em 2015, para 83,87% no ano passado” (2017). Essa queda na imunização pode estar sendo impulsionada pela onda de disseminação de conteúdos não factuais relacionados, principalmente, às vacinas, cujo resultado pode vir a ser a volta de doenças já erradicadas como o Sarampo (2016) e a Poliomielite (1990). As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) que caracterizam a Cultura Digital trouxeram um novo tempo. Pierre Lévy (2013) destaca a Revolução Virtual como sendo a 4ª Revolução da Comunicação Humana. Para o filósofo e sociólogo francês, o momento é revolucionário porque pela primeira vez toda a memória da humanidade está reunida virtualmente e todos os elementos

dessa memória podem ser interconectados e acessados de qualquer lugar. Além disso, não somos mais espectadores passivos desse processo, pois, as Redes Sociais Digitais (RSD) dão às pessoas a possibilidade de, não apenas, terem acesso a tal conteúdo, mas também, de produzirem, publicarem e serem lidas por milhares de pessoas. No entanto, se antes da Cultura Digital, quando as notícias eram elaboradas por jornalistas vinculados a diferentes mídias, com seus erros e acertos, já havia a possibilidade de manipulação, hoje, com a produção de informação e sua circulação feitas por qualquer um nas RSD isso se tornou quase incontrolável. Fake News foi a Palavra do Ano de 2017 para o Dicionário Collins. A escolha da mesma sucedeu post-truth (pós-verdade), Palavra do Ano em 2016, pelo Dicionário Oxford. As fake news, definidas pelo Collins como informações falsas, muitas vezes sensacionalistas, divulgadas sob o disfarce de notícias, seriam disseminadoras e legitimadoras de pós-verdades, definidas pelo Oxford como circunstâncias nas quais os fatos objetivos são menos influentes na formação da opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais. Diante desse cenário, iniciativas ao redor do mundo buscam soluções, criando múltiplas propostas e estratégias para identificar tais produções. Uma delas é o Projeto Credibilidade, capítulo brasileiro do The Trust Project, de cuja iniciativa nasceu o Manual da Credibilidade Jornalística do qual extraímos, para esta análise, os Sete Tipos de Desinformação. Entre os motivos para essa disseminação estão: (a) no caso dos sites, sabe-se que ganham dinheiro com cliques em matérias e que as Fake News, segundo estudo do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT, na sigla em inglês), têm 70% mais chances de viralizar do que as notícias factuais, pois em sua essência são mais sensacionalistas, polêmicas e mexem com a curiosidade das pessoas; (b) a partir da Teoria dos Laços Sociais, conexões estabelecidas entre atores sociais, que se formam através de interações e que podem ser classificados em fortes ou fracos, Granovetter (1973) argumenta que os “Laços Fracos” expõem os indivíduos às inovações, porém, para abraçá-la dependem do aval de suas relações de “Laços Fortes”. Isso talvez explique o fato de que parte dos textos que circulam com informações não factuais apareçam com um tom de intimidade e proximidade, pois, quanto mais próximos parecerem de alguém, maior é a chance de o interlocutor acreditar na veracidade da história.

RESUMO

CIDADANIA DIGITAL E FAKE NEWS: REFLEXÕES SOBRE CURSO ONLINE PARA EDUCADORES

Rafaely Carolina da Cruz (Portal TEC Sala de Aula)

Paula Rodrigues Furtado (Portal TEC Sala de Aula)

A partir do constante avanço tecnológico que configura o século XXI, as modalidades de comunicação sofreram mudanças significativas e os ambientes virtuais conectados à internet vêm ganhando espaço nas interações sociais. Temos um cenário complexo em que o digital em rede oferece caminhos para certa democratização dos meios de comunicação, mas também propicia considerável facilitação da produção e circulação de informações falsas. Este cenário demanda do usuário não somente novas habilidades para navegar no ambiente digital mas também novas habilidades de linguagem inerentes ao digital que lhe permitem ter participação ativa como cidadão. Diante dessa perspectiva, desenvolvemos o curso online “Cidadania digital e leitura crítica: como analisar informações falsas” com o objetivo de oferecer a educadores e estudantes da área de educação um espaço virtual para reflexões sobre a relação entre os estudos da linguagem e as perigosas “fake news”. O curso está disponível no site do Portal TEC Sala de Aula desde 2018 e já foram ofertadas 5 turmas atendendo por volta de 250 alunos. Dentre as turmas, destacamos a parceria com um professor da UFPE que utilizou o curso em sua disciplina e a oferta pela modalidade de extensão pelo IFSP. Para elaborar o material do curso, pesquisamos subsídios teóricos e práticos sobre o fenômeno das fake news que ajudassem a desenvolver no público habilidades de como lidar com o ecossistema digital da desinformação. A ementa do curso é composta por 14 aulas que vão desde o aspecto histórico das informações falsas, passando por ferramentas de checagem até a reflexão sobre as consequências da disseminação de informações não checadas. Ele é oferecido na modalidade 100% à distância e em seu percurso de estudos explora práticas de aprendizagem reflexiva e automonitorada, através de sequências didáticas online na plataforma de aprendizagem virtual. Além disso, por meio do uso de linguagem dialógica e dos espaços de debates no próprio ambiente virtual, o curso fomenta formas coletivas de construção de conhecimentos, através da proposta de atividades que demandam discussões online. É a partir destas

discussões realizadas por educadores que foi possível constatar o quão importante é esta temática, pois muitos revelaram que o ambiente escolar ainda carece de atenção sobre os novos meios de interação que sua comunidade participa. Nesse sentido, o presente resumo pretende abordar a questão das informações falsas no meio educacional, buscando uma reflexão sobre as habilidades de leitura que necessitam ser trabalhadas na escola, entre alunos e professores para que o ecossistema da desinformação seja combatido. Assim, a proposta do trabalho é apresentar o material didático e o desenho instrucional desenvolvido para o curso “Cidadania digital e leitura crítica: como analisar informações falsas”, problematizando os comentários dos cursistas (professores e alunos de licenciatura) acerca da temática das fake news.

RESUMO

DESNOTÍCIAS E FAKE NEWS: DIÁLOGOS EM TORNO DOS USOS (E ABUSOS) DA CENOGRAFIA JORNALÍSTICA

Filipo Figueira (UNICAMP)

Esta comunicação busca discutir a relação entre duas formas de “imitação” do discurso jornalístico: as desnotícias (ou notícias satíricas) e as fake news. Por um lado, a desnotícia é um gênero discursivo que emprega a estrutura da notícia fatural tradicional, mas, ao contrário de dizer “a verdade”, produz uma narrativa humorística, parodiando o discurso jornalístico. Por outro lado, as fake news podem ser compreendidas também com um gênero discursivo (por mais que seja pouco estabilizado em estrutura), que emprega elementos das notícias fatuais para, ao invés de noticiar “fatos”, construir e espalhar boatos (isto é, mentiras), de cunho recorrentemente político. Ambos os gêneros, portanto, se espelham no discurso jornalístico para se construírem, ao mesmo tempo que produzem efeitos completamente distintos: um provoca o riso, o outro, a desinformação. Duas questões se colocam: qual a brecha presente no campo jornalístico, tão afeito aos fatos e à verdade, que permite sua completa subversão para fins éticos tão diferentes dos seus? Por consequência, como os dois gêneros exploram essa brecha para se enunciar? A hipótese que pretende-se trabalhar aqui é a de que o campo social jornalístico (BOURDIEU, 2007), em sua dimensão discursiva (MAINGUENEAU, 2008), ao fiar

seu valor de “verdade dos fatos” no registro linguístico (de ordem genérica, mas também sintático-semântico), institui a possibilidade de enunciação desses gêneros. O campo jornalístico funda-se pelo rompimento com um discurso engajado: a mudança de um regime discursivo pautado pela agenda política (como o discurso publicista) para um pautado pela competição econômica é acontecimento que marca a fundação do campo jornalístico (CHALABY, 1998). É nesse rompimento que o discurso jornalístico institui como valor ético central de sua prática a “norma da objetividade” (que engloba outros valores, como neutralidade, equilíbrio, honestidade etc.) Essa mudança trouxe consigo uma mudança simbólica significativa na produção discursiva e textual da imprensa, um novo modo de escrever que – embasado pela norma da objetividade – não é contingente, mas, ao contrário, uma necessidade: é o que o diferencia dentre o restante do macrocosmos social. O que se pretende expor nesta comunicação, portanto, é que, delegando a constituição de sua cenografia (isto é, o modo como constrói sua legitimidade frente aos leitores) ao controle registro linguístico-discursivo, o discurso jornalístico abre espaço para outros usos cenográficos, de variadas matizes éticas, que se pautam pela memória de sua legitimidade. As desnotícias, de seu lado, empregam a cenografia jornalística – como a estrutura piramidal, a construção paratextual – para subvertê-la, enunciando-se em uma reencenação paródica dos valores da objetividade mostrando precisamente que ela é “falha”. As fake news, por sua vez, empregam a cenografia jornalística – novamente os elementos paratextuais, mas também a indicação de fonte, a escrita “neutra”, por vezes a estrutura piramidal etc. –, explorando a artificialidade da norma de objetividade, como forma de dar cor de verdade às mentiras que veiculam, legitimando sua enunciação.