

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO
CURSO DE JORNALISMO**

VICTOR ALMEIDA FAUSTINO

**RELATÓRIO DE PRODUTO MIDIÁTICO - PODCAST:
FAKE NEWS E A MÍDIA**

**RIBEIRÃO PRETO
2023**

**UNIVERSIDADE DE RIBEIRÃO PRETO
RIBEIRÃO PRETO**

VICTOR ALMEIDA FAUSTINO

**RELATÓRIO DE PRODUTO MIDIÁTICO - PODCAST:
FAKE NEWS E A MÍDIA**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) apresentado à Universidade de Ribeirão Preto UNAERP, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientação: Prof^a. Ms. Flávia Cortese Martelli.

**RIBEIRÃO PRETO
2023**

Ficha catalográfica preparada pelo Centro de Processamento Técnico
da Biblioteca Central da UNAERP

- Universidade de Ribeirão Preto -

F268f FAUSTINO, Victor Almeida, 2000-
Fake News e mídia / Victor Almeida Faustino. – Ribeirão
Preto, 2023.
103 f. : il. color.

Orientador: Prof.^a Me.^a Flavia Cortese Martelli.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade de Ribeirão Preto, UNAERP, Jornalismo,
2023.

1. Fake News. 2. Redes sociais. 3. Jornalismo. II. Título.

CDD 070

AGRADECIMENTOS

Dedico este trabalho a todas as pessoas que fizeram parte deste importante capítulo da minha vida:

À minha família, pelo amor incondicional, apoio e compreensão ao longo de todos esses anos. Vocês foram minha âncora nos momentos difíceis e minha fonte de alegria nos momentos felizes.

Aos meus amigos e colegas, que compartilharam comigo os desafios e as alegrias desta jornada acadêmica. Suas palavras de encorajamento e o apoio mútuo fizeram toda a diferença.

À minha orientadora Prof.^a Ms. Flávia Cortese Martelli e professores, pelo conhecimento transmitido, pela paciência, orientação e inspiração. Sem vocês, esta conquista não seria possível.

Aos participantes da pesquisa, cujas contribuições foram fundamentais para o sucesso deste trabalho. Suas perspectivas enriqueceram minha compreensão do tema.

Por fim, dedico este trabalho a mim mesmo, como um lembrete de que com determinação, persistência e trabalho árduo, somos capazes de alcançar nossos objetivos.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso apresenta um podcast que explora um dos desafios mais prementes da era digital: as *fake news* e seu impacto na sociedade contemporânea. Por meio de entrevistas com jornalistas experientes, o podcast analisa a disseminação de notícias falsas em um ambiente cada vez mais tecnológico e conectado, onde as redes sociais desempenham um papel central. As discussões com os jornalistas convidados oferecem uma visão profunda das estratégias utilizadas para verificar a autenticidade das informações em um cenário de crescente polarização e desinformação. Além disso, exploram como as tecnologias emergentes estão sendo aplicadas para combater a propagação das fake news e manter a integridade do jornalismo. O aumento exponencial do uso das redes sociais como plataformas de disseminação de notícias e informações é um tema crucial abordado nas entrevistas. Os jornalistas compartilham suas percepções sobre os desafios que enfrentam ao competir com a velocidade das redes sociais, ao mesmo tempo em que destacam a importância de um jornalismo ético e responsável. Este trabalho oferece uma análise aprofundada das complexidades envolvidas no combate às fake news, examinando as estratégias jornalísticas e as ferramentas tecnológicas utilizadas para enfrentar esse fenômeno. Ao explorar esses tópicos, este trabalho contribui para uma compreensão mais completa das implicações das fake news na sociedade atual e destaca o papel crucial do jornalismo na promoção da verdade e da responsabilidade informativa.

Palavras-chaves: Fake news, rede social, jornalismo

ABSTRACT

This Course Conclusion Paper presents a podcast that explores one of the most pressing challenges of the digital era: fake news and its impact on contemporary society. Through interviews with experienced journalists, this podcast analyzes the spread of fake news in an increasingly technological and connected environment, where social networks play a central role. Discussions with guest journalists offer in-depth insight into the strategies used to verify the authenticity of information in a scenario of increasing polarization and disinformation. Additionally, they explore how emerging technologies are being applied to combat the spread of fake news and maintain the integrity of journalism. The exponential increase in the use of social networks as platforms for disseminating news and information is a crucial topic covered in the interviews. Journalists share their insights into the challenges they face in competing with the speed of social media, while highlighting the importance of ethical and responsible journalism. This podcast offers an in-depth analysis of the complicity involved in combating fake news, examining the journalistic strategies and technological tools used to combat this phenomenon. By exploring these topics, this work contributes to a more complete understanding of the implications of fake news in today's society and highlights the crucial role of journalism in promoting truth and informative responsibility.

Keywords: Fake news, social network, journalism

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
1. DETALHAMENTO TÉCNICO	9
1.1 Divisão de episódios e séries	9
1.2 Público-alvo	10
1.3 Características de linguagem	11
1.4 Modelo de pauta	11
1.5 Roteiros	14
2. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO	46
3. RELATOS DE PRODUÇÃO.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS.....	52
APÊNDICES.....	54
ANEXOS	98

INTRODUÇÃO

A proposta experimental do projeto foi a criação de um produto midiático jornalístico - podcast – que se propôs a investigar e analisar as complexas interações entre fake news, avanços tecnológicos e a proliferação das redes sociais como fontes de informação. Em um mundo onde a informação se propaga com velocidade surpreendente, a veracidade e a confiabilidade das notícias se tornaram questões cruciais.

No âmbito do jornalismo, o desafio de enfrentar a desinformação e promover um ambiente de informação de qualidade é de fundamental importância. Este Trabalho de Conclusão de Curso - TCC mergulhou neste desafio, de explorar e compreender como o jornalismo está se adaptando e respondendo a essa realidade complexa.

O produto apresentado, composto por uma série de episódios gravados em áudio, envolvendo entrevistas com jornalistas especialistas, serve como um veículo inovador para examinar as diversas facetas desse fenômeno. As vozes e perspectivas compartilhadas neste podcast fornecem uma riqueza e conhecimentos que enriqueceram e fundamentaram a pesquisa.

As redes sociais são hoje um dos principais meios de circulação de informações nos dias atuais. No entanto, o aumento da disseminação de notícias falsas tem sido um grande desafio para o jornalismo, que precisa lidar com a responsabilidade de fornecer informações confiáveis e de qualidade para a sociedade. Neste contexto, o produto midiático – podcast, se propôs a analisar os impactos das *fake news* nas redes sociais e no jornalismo, bem como as estratégias utilizadas pelos profissionais da área para combater esse fenômeno.

Na sociedade da informação, o fenômeno da *fake news* cresce cada vez mais em um cenário em que o uso das redes sociais se torna o maior meio de proliferação. Segundo A. Faustino (2020):

É impressionante a velocidade com que as fake news circulam na internet, mais ainda, nas redes sociais com os avanços tecnológicos e com a criação de mais aplicações de internet, que permitem a interação entre os seus usuários e a exteriorização dessa interação ocorrida, quer

seja como forma de divulgação de conteúdo ou até mesmo apenas em busca de mais seguidores ou “amigos virtuais”. (FAUSTINO, 2020, p. 113)

O papel do jornalista em meio a essa sociedade da desinformação fica cada vez mais difícil, fazendo com que a credibilidade desses profissionais diminua cada vez mais, pois a própria sociedade, que muitas vezes proliferam essas notícias, é a mesma que crucifica o jornalista. Menezes (2021), afirma que:

As fake news põem em xeque a verdade e a missão do jornalismo, cuja função primordial é informar corretamente, para que os membros da sociedade se posicionem fundamentados na realidade ou, conscientemente e se preferirem, em seus próprios valores, mas sem utilizar subterfúgios para tal. (MENEZES, 2021)

O podcast buscou explorar como a disseminação dessas notícias nas redes sociais afetou a credibilidade do jornalismo e quais foram as estratégias adotadas pelos profissionais da área para lidar com essa questão. Para isso, a proposta experimental foi a produção de um produto midiático, um podcast. O objetivo central foi entrevistar jornalistas de diferentes mídias para conhecer a realidade vivida em diferentes redações e, assim, compreender de que forma os profissionais lidam com as fake news. Neste cenário, buscou-se compreender de que forma as notícias falsas impactaram no trabalho das redações jornalísticas, que precisam a todo instante desmentir e comprovar os fatos.

Diante da realidade das *fakes news* na atualidade, o projeto teve como objetivo geral explicitar, por meio de um produto midiático - podcast, quais as influências que o avanço da tecnologia e das redes sociais possui em relação à propagação das *fake news*, entrevistando jornalistas de diferentes áreas de atuação. Desse modo, entendeu-se como objetivos específicos conhecer os métodos que os jornalistas utilizam para reconhecer *fake news*, assim como exemplificar pontos positivos e negativos do avanço da tecnologia em relação ao trabalho jornalístico, descrever de que forma cada meio de comunicação faz a correção após cometer um deslize de propagar uma notícia falsa, e por fim, identificar qual a influência do aumento das fake news na credibilidade do jornalista com o público-alvo.

Segundo Sérgio Dávilla (apud Brito, 2017), às notícias falsas sempre existiram, mas, é certo que sua disseminação nunca foi tão intensa quanto é hoje, com as redes sociais. Em 2022, um levantamento realizado pela Poynter Institute, escola de jornalismo e organização de pesquisas americana, com apoio do Google, revelou que 44% dos brasileiros recebem *fake news* diariamente, isso representa que quatro entre dez brasileiros recebem notícias falsas todos os dias. A pesquisa ouviu cerca de 8,5 mil pessoas de diferentes países e mais de mil brasileiros. Diante dessa realidade, o presente trabalho buscou compreender de que forma as notícias falsas impactaram no trabalho das redações jornalísticas, que precisam a todo instante desmentir e comprovar os fatos.

Desta forma, o trabalho resultou na produção de um podcast entrevistando jornalistas e buscando compreender e identificar de que forma as *fake news* mudaram a rotina profissional. De acordo com Martin Baron (apud Brito, 2017), editor executivo do jornal americano The Washington Post, um dos grandes problemas que vem através da pós-verdade¹, é se o jornalista tiver um grande trabalho para apurar os fatos e as pessoas não acreditarem nele, do mesmo modo que o veículo investir muito recurso, tempo e dinheiro, e as pessoas rejeitarem esse esforço feito pelo veículo, porque elas não concordam com as conclusões.

Diante de todo esse cenário, desde a escolha da pauta jornalística até a finalização do material, a preocupação com a checagem é prioridade. Assim, entendeu-se que o produto midiático podcast contribuiu para compreender de que forma as redações jornalísticas convivem com as *fake news* na atualidade e como o jornalista se prepara para combater as notícias falsas. Os podcasts têm um alcance amplo e podem atingir diversos públicos, e o tema abordado pode ajudar a educar as pessoas sobre os perigos da desinformação e como identificá-la.

O podcast é um material digital publicado e distribuído na internet que pode ser baixado para o computador ou dispositivo móvel de usuário com conexão à rede. O arquivo, disponível no servidor, tem, no processo de download, um software de tecnologia Really Simple Syndication (RSS) que permite a busca automática de arquivos de interesse do ouvinte. (JAVORSKI, 2017, p.239)

¹ termo usado quando tira-se uma conclusão baseada mais nas crenças e emoções do indivíduo do que nos fatos objetivos que realmente aconteceram.

Segundo Vital (2022) com o fácil acesso à internet e aos smartphones, a população passou a consumir podcasts com mais frequência, aumentando o número de ouvintes. Com a chegada das smart TVs, também contribuiu para esse aumento.

Por meio do produto midiático podcast, buscou explicações sobre o quanto o aumento da tecnologia e uso das redes sociais, afetou na propagação das *fake news*, com isso, o trabalho teve um caráter de pesquisa qualitativa. Para isso, se fez necessário o uso de entrevista em profundidade.

A entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que se deseja conhecer. (DUARTE, 2017, p.62)

Partindo desse preceito, o podcast seguiu uma estrutura de roteiros de áudio com base em entrevistas semi-aberta, possibilitando a complementação de novas perguntas que poderão surgir durante o programa.

A lista de questões-chaves pode ser adaptada e alterada no decorrer das entrevistas. Uma questão pode ser dividida em duas e outras duas podem ser reunidas em uma só, por exemplo. Por isso, é natural o pesquisador começar com um roteiro e terminar com outro, um pouco diferente. (DUARTE, 2017, p.66)

O podcast possui como nome, “Fatos Checados”. O título se justifica por ser um trabalho que buscou explicitar as influências do avanço tecnológico e das redes sociais na propagação das *fake news*.

DETALHAMENTO TÉCNICO

1.1 Divisão de séries e episódios

A ideia foi criar séries de entrevista em áudio contendo cada uma delas uma média de seis episódios. A produção de cada série tem como projeção levar em média 4 meses. A primeira série de estreia do podcast com seis episódios, trouxe definições sobre *fake news* e história, e abordou ainda, como o avanço das tecnologias e das

redes sociais abriu espaço para as notícias falsas. Jornalistas de diferentes veículos foram entrevistados para contarem como lidam com as *fake news* e de que forma fazem a apuração para garantir a veracidade dos fatos veiculados. O primeiro episódio da série do podcast foi com um especialista para contextualizar o fenômeno das fake news, e os demais episódios da série foram entrevistados jornalistas de diversos veículos de comunicação.

Os episódios foram inseridos na plataforma - Spotify -, portanto, é guiada pela busca de eficácia, alcance e acessibilidade, garantindo que as pesquisas e análises sobre fake news, tecnologia e redes sociais cheguem a um público amplo e diversificado. A plataforma Spotify proporciona um ambiente favorável para atingir os objetivos do produto apresentado, ao mesmo tempo que fortalece a credibilidade e a acessibilidade do trabalho.



1.2 Público-alvo

Para o nicho do produto midiático, o público-alvo teve uma grande amplitude, pois esse é um assunto que afeta muitas pessoas em todo o mundo. No entanto, pode-se incluir:

- Jornalistas e profissionais de comunicação que desejam aprimorar suas habilidades na identificação e combate às *fake news*;
- Estudantes de jornalismo, comunicação social, marketing e outras áreas relacionadas;

- Pesquisadores e acadêmicos interessados em estudar o fenômeno de notícias falsas;
- Pessoas interessadas em política e em como a disseminação de informações falsas pode afetar a democracia;
- Pessoas preocupadas com a desinformação e que buscam informações confiáveis para tomar decisões informadas;
- Pessoas que já foram vítimas de *fake news* e desejam entender melhor como isso aconteceu e como evitar no futuro.

1.3 Características de linguagem

Para o podcast, foi usado uma linguagem clara, objetiva e acessível, de forma que o público possa compreender as informações de maneira fácil e rápida. É importante utilizar uma linguagem jornalística, mas sem ser muito técnica, evitando o uso de termos complexos ou específicos da área, uma linguagem agradável e envolvente, cativando a atenção do ouvinte e tornando o conteúdo mais interessante.

1.4 Modelo de Pautas



Pauta: Fatos Checados

Episódio 1: Cristiano Pavini**ENFOQUE/ANGULAÇÃO:**

No primeiro episódio do Fatos Checados, será voltado mais para a contextualização do termo *FAKE NEWS* e entender esse termo dentro do contexto do avanço das tecnologias, mais votado para as redes sociais.

DADOS CONHECIDOS:

- Estudou Comunicação Social – Jornalismo na instituição de ensino Unesp;
- Cursando Pós-graduação Lato Sensu – MBA(Master Business Administration ou Mestre em administração de negócios) jornalismo de dados;
- Fez 2 cursos voltados para o Jornalismo de Dados na Abraji;
- Curso on-line “Investigando a qualidade da educação com dados públicos” (Abraji);
- Curso “Investigação e esporte: gastos com a Copa 2014 e os Jogos Olímpicos 2016 (Abraji);
- (Analista Sênior de Transparência) Produção de diagnósticos de transparência sobre políticas públicas nacionais ou locais; identificação de temas relevantes relacionados a políticas públicas que podem ser alvo de análises baseadas em informações via Lei de Acesso à Informação (LAI); atualização de conteúdos do site do Achados e Perdidos; estabelecimento e gerenciamento de parcerias com outras organizações da sociedade civil;
- Fundador do site de jornalismo local independente Farolete (www.farolete.info), destinado a reportagens focadas em políticas públicas relacionadas a Ribeirão Preto e região. Conteúdo produzido, em especial com técnicas de jornalismo de dados;
- (Superintendente no Instituto Ribeirão 2030) Coordenação de pesquisas e ações relacionadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, com foco na elaboração, fiscalização e acompanhamento de políticas públicas locais voltadas para o controle social;

- Atuou como repórter da editoria de Cidades e Política no jornal A Cidade, vinculado ao grupo EPTV, um dos principais veículos de comunicação do interior do estado de São Paulo. Em aproximadamente seis anos, diversas reportagens sobre falhas ou irregularidades em políticas públicas resultaram em abertura ou complementação de inquéritos pelo Ministério Público, ações judiciais, aberturas de sindicâncias e correções de rumos nas políticas públicas.

PERGUNTAS:

- Como você definiria *Fake News*?
- Você acredita que o avanço das tecnologias e o aumento no uso das redes sociais, de alguma forma, interfere na propagação das *fake news*?
- Qual a influência da liberdade de expressão com o aumento das *fake news*, em um cenário que muitos usuários das redes sociais falam de tudo, mas muitas vezes sem checar as informações.
- Quais os impactos desse fenômeno na sociedade?

1.5 Roteiros

1. Cristiano Pavini

<p>Trilha - Abertura gravada</p> <p>Loc: Victor</p>	<p>Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial.</p> <p>Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Para nos ajudar a entender melhor e contextualizar esse assunto...</p> <p>Deixa final: Para nos ajudar a entender melhor e contextualizar esse assunto.</p>
<p>Pavini</p>	<p>Olá a todos e todas. Eu quem agradeço, Victor, agradeço a Unaerp pelo convite, um tema de extrema importância que vamos debater hoje.</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Então para iniciarmos esse bate-papo como você define fake news e qual a importância do jornalismo de dados na detecção e combate a esse fenômeno?</p>

Pavini	<p>Deixa inicial: "Bom, antes é importante contextualizar que há uma corrente de estudos que tenta se afastar um pouco da definição em fake news e buscam tratar com desinformação..."</p> <p>Deixa final: "Então é um desafio, mas o jornalismo de dados ajuda nesse sentido. A gente vai depois abordar um pouco mais. Acho que já, já falei demais, vou, vou voltar a bola para você."</p>
Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Em 2022, em um levantamento realizado pelo Instituto Pointer, com apoio da Google...</p> <p>Deixa final: Que é o termo que você diz que é mais adequado para tratar desse fenômeno?</p>
Pavini	<p>Deixa inicial: "E fique à vontade, Victor, para usar o termo que você julgar melhor, apenas não se esqueçam de ressaltar que há de fato, linhas de pesquisa nesse sentido e também há outras que mantêm a descrição, enquanto fake news..."</p> <p>Deixa final: "Assim, muito difícil diariamente e tentar soltar, não digo nem combater, porque é um combate desigual, mas tentar amenizar esse impacto do conteúdo desinformativo."</p>

Loc: Victor	Então, só ressaltando um ponto muito importante, muito interessante que você citou a grosso modo, podemos dizer que o ouvinte ou o leitor é que recebe determinada notícia, determinada notícia falsa, se ela é, já é a favor de determinado candidato ou torce para determinado time, por exemplo. A tendência é muito mais, ela, vamos dizer, compartilhar no grupo do WhatsApp da família, do que pegar essa informação e checar para ver se isso realmente é verdade.
Pavini	Deixa inicial: "Exatamente. É o caráter do viés de confirmação que a gente conversou agora pouco..." Deixa final: "Então o jornalismo também tem esse papel, investigar quem é o beneficiado da desinformação, quem são os grupos organizados que disseminam esses conteúdos."
Loc: Victor	Estamos chegando ao fim, mas tem uma última pergunta aqui, né? É como, como já foi citado no início, você exerce a função de analista sênior da transparência Brasil, com uma difícil missão de combate à corrupção. Esse avanço de propagação de disseminação dessas notícias falsas interfere no seu trabalho, nessa questão de combate à corrupção?

<p>Pavini</p>	<p>Deixa inicial: "Certamente, acredito que todos os setores são, em certa medida, impactados. Por quê? Porque, como eu disse, sempre tem alguém que busca benefícios com a desinformação..."</p> <p>Deixa final: ". Então, parableno você, Victor, por levar esse tema para os para as pessoas que estão nos ouvindo e espero que a gente possa ter jogado um pouco mais de luz sobre esse tema."</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Bom, e esse foi o primeiro episódio do nosso podcast pra contextualizar os impactos das fake news em um cenário de avanço da tecnologia e o aumento do uso das redes sociais. Pavini, muito obrigado por compartilhar seus conhecimentos e experiências conosco nesse episódio e foi um prazer recebê-lo.</p>
<p>Pavini</p>	<p>"Prazer foi todo meu. Fico à disposição de todos e todas e parableno novamente você Victor e a Unaerp por este podcast tão importante nos tempos atuais."</p>
<p>Victor Faustino - Encerramento</p>	<p>E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos Fatos Checados até o próximo episódio.</p> <p>Fatos Checados</p>

Trilha gravada - Encerramento	
--------------------------------------	--

2. Sandra Lambert

<p>Trilha - Abertura gravada</p> <p>Loc: Victor</p>	<p>Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial.</p> <p>Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Neste segundo episódio, vamos discutir um pouco sobre a fake news no rádio...</p> <p>Deixa final: Espero que você se sinta em casa aqui pra gente bater esse papo sobre fake news, que atualmente é um assunto muito recorrente junto com o aumento da tecnologia e o uso das redes sociais.</p>
<p>Sandra</p>	<p>"Victor , eu que agradeço imensamente poder contribuir de alguma forma, né? E espero poder mesmo ajudar e obrigado mais uma vez pelo convite."</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Então, para iniciar, quais são os passos essenciais...</p> <p>Deixa final: Quais são os passos essenciais do jornalista atualmente e</p>

	<p>pensando nessa grande era da desinformação.</p>
Sandra	<p>Deixa inicial: "Pensando não só no rádio, mas independente do veículo, né? No jornalismo, pra você começar a pensar em alguma pauta..."</p> <p>Deixa final: "Sempre com pessoas que têm alguma credibilidade também que tenham referência no assunto, para te dar um suporte mais verídico, daquilo que você quer transmitir."</p>
Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Você citou, né? Em relação a credibilidade, eu acho que todo mundo sabe que com o acesso...</p> <p>Deixa final: ao ponto de prejudicar justamente essa credibilidade do fazer do jornalista, do trabalho do jornalista.</p>
Sandra	<p>Deixa inicial: " Não sei se fica mais difícil, porque em qualquer notícia a gente precisa fazer essa apuração, né?..."</p> <p>Deixa final: "Se o acidente aconteceuem qual faixa que foi, que horário, qual é a interdição que estava provocando? Tem ferido? Não tem. E aí a gente vai trazendo isso numa programação."</p>

<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Nesse cenário de tempo real. A gente sabe que é muito complicado vocês conseguem conciliar...</p> <p>Deixa final: Mas como funciona mais ou menos?</p>
<p>Sandra</p>	<p>Deixa inicial: "Já aconteceu, né? Mas é aí, é. É muitas vezes da falha da checagem mesmo e pensando, por exemplo, a CBN..."</p> <p>Deixa final: "A gente não tem um receio também de trazer informação, né? Reconhecer o erro para trazer a informação correta depois."</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Certo, e aí, quando acontece esse tipo de coisa é, vocês emitem alguma nota em redes sociais? Vocês fazem no ao vivo para reforçar ou para corrigir alguma informação?</p>
<p>Sandra</p>	<p>"Sim, a gente faz, né? Uma correção, né? Normalmente, ou a gente fala né, no ar, se for alguma publicação, por exemplo, em site ou nas nossas redes sociais também, a gente corrige."</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Agora outro ponto interessante é como vocês...</p>

	<p>Deixa final: mas para os ouvintes ou para quem está acompanhando? Muitas vezes não acontece isso, né?</p>
Sandra	<p>Deixa inicial: "Sim, e a gente teve vários episódios, né? Até do período da pandemia mais recente que ficou isso muito marcado pelo contraditório, a questão das vacinas, né?..."</p> <p>Deixa final: "muitas vezes na maioria delas é pela internet que ela se propaga e a gente deixa publicado lá e recorrente quando isso acontece, a gente reporta aquilo que a gente já tinha divulgado anteriormente."</p>
Loc: Victor	<p>Qual você acha que é o papel das estações de rádio na educação midiática do público, especialmente em relação ao reconhecimento e combate a fake news?</p>
Sandra	<p>Deixa inicial: "Informação mesmo, viu Victor. Eu acho que é isso, a gente tem esse compromisso de que a gente tem esse papel de trazer informação..."</p> <p>Deixa final: "Então a base realmente é a informação, esse compromisso, né, que a gente tem que ter com o social."</p>

<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Quais são os principais desafios que o jornalista de rádio enfrenta ao abordar e combater a disseminação de fake news...</p> <p>Deixa final: Qual você acha que foi o principal desafio nessa questão de combater a disseminação de fake news?</p>
<p>Sandra</p>	<p>Deixa inicial: "Exatamente pelo fato de ter muita informação, as vezes a gente também se questionava, né assim, nossa, mas será que isso é ou não?..."</p> <p>Deixa final: "Para garantir a credibilidade daquilo que a gente está trazendo para o nosso público."</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>É, eu acredito que pela demanda de informações que chegam a todo instante é todo dia um é um desafio diferente que tem que ser enfrentado, né? É, eu acho que não só pelas fake news, mas eu acho que é tudo que envolve a profissão do jornalista em si.</p>
<p>Sandra</p>	<p>"Sandra - Sim, com certeza, né? É isso, a gente tem que comprovar aquilo que está sendo colocado ali pra gente, né? E aí você busca não só pessoas envolvidas, datas, né locais ou dados? Fontes oficiais, os especialistas da área, para poder compor da melhor forma possível."</p>

Loc: Victor	Sandra, muito obrigado por compartilhar os seus conhecimentos e experiência conosco nesse episódio, abordando um assunto tão importante e tão difícil de ser combatido por um prazer recebê-la.
Sandra	"Não, eu que agradeço e fico sempre à disposição para poder contribuir de alguma forma."
Victor Faustino - Encerramento	E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos Fatos Checados até o próximo episódio.
Trilha gravada - Encerramento	Fatos Checados

3. Thaisa Figueiredo

Trilha - Abertura gravada	Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial.
Loc: Victor	Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.

Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Nesse terceiro episódio, vamos falar um pouco sobre as notícias falsas no jornalismo digital.</p> <p>Deixa final: Thaísa, muito obrigado por ter aceito nosso convite.</p>
Thaísa	<p>“Imagina, Victor, o prazer é meu. Muito obrigada pelo convite.”</p>
Loc: Victor	<p>Então para iniciarmos esse bate-papo. Qual a importância do aumento do uso das redes sociais no jornalismo digital?</p>
Thaísa	<p>Deixa inicial: “ Olha, Victor, eu posso falar para você que hoje a maior parte da nossa audiência, ela vem das redes sociais, né?...”</p> <p>Deixa final: “Ao invés de entrar nos portais, esse é um fenômeno que a gente tem acompanhado nos últimos anos também de mudança de comportamento do nosso leitor.”</p>
Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Por essas redes sociais, com o aumento das tecnologias e o aumento também do uso das redes sociais,...</p> <p>Deixa final: Qual você enxerga que são os maiores desafios enfrentados pelo jornalismo digital ao lidar com o combate de fake news nas redes sociais?</p>
Thaísa	<p>Deixa inicial: “Esse é um dilema, né? Eu diria assim da nossa atualidade, né? Com relação ao jornalismo com relação à informação...”</p>

	<p>Deixa final: “Que a gente saiba que tenha credibilidade para poder compartilhar um conteúdo antes é muito importante.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: No primeiro episódio aqui do fato, checados, eu conversei com o Cristiano Pavini, né?...</p> <p>Deixa final: Porque a gente vê hoje em dia nesses grupos de WhatsApp, de família, a propagação de notícias falsas é muito alta, né?</p>
<p>Thaísa</p>	<p>Deixa inicial: “E é muito alto, né? E a gente brinca, até que tem a tia do zap, que é a campeã de compartilharem informações falsas, né?...”</p> <p>Deixa final: “ É, então as pessoas precisam saber ter ciência de que os atos delas podem acarretar situações muito sérias. Mesmo envolvendo esse âmbito de compartilhamento de notícias falsas.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>A partir desse momento de compartilhamento de notícias falsas, você se lembra de algum episódio sobre fake news que aconteceu aí no G1 e o que foi feito para conseguir sair dessa situação?</p>
<p>Thaísa</p>	<p>Deixa inicial: “Eu me lembro assim, nada muito grave, não? Mas não, claro, dentro, respeitando as projeções e tal...”</p>

	<p>Deixa final: “Para publicar no site, compartilhar nas redes sociais e também em trabalho em conjunto, aqui com o jornal da EPTV, nós também alertamos a redação também para que eles pudessem levar essa informação pro telejornal, então é uma cadeia, né? Um resultado em cadeia quando isso acontece.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>E todo esse desafio, eu acho que acredito que todos os lugares, todos os jornalistas, todas as emissoras têm e sempre vai ser um desafio para você tentar combater essa propagação de fakenews. Você pode explicar um pouquinho mais para nós? Como funciona a aba de Fato ou Fake que vocês utilizam? E qual a importância dessa iniciativa para o público, para os leitores, enfim.</p>
<p>Tháisa</p>	<p>Deixa inicial: “ A editoria de Fato ou Fake foi criada em 2018 em um consórcio de veículos formada por um consórcio de veículos do grupo Globo, e desde então, ele se dispõe...”</p> <p>Deixa final: “É uma iniciativa inovadora, eu acho. Já tem, apesar de já ter 5 anos, vem dando certo, é positiva e o mais importante, deixa o debate sobre fake news em destaque para todo mundo que está acessando o portal para todo mundo que está buscando formação de qualidade, informação relevante e com credibilidade.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Então estamos chegando ao final desse nosso terceiro episódio, Tháisa, muito obrigado por compartilhar seus</p>

	conhecimentos e experiências desse desafio de combate às fake news no jornalismo digital e foi um prazer recebê-la.
Tháísa	“ Obrigada, Victor. Eu que agradeço o convite e estou sempre à disposição.”
Victor Faustino - Encerramento	E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos Fatos Checados até o próximo episódio.
Trilha gravada - Encerramento	Fatos Checados

4. Flávia Lima

Trilha - Abertura gravada	Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial.
Loc: Victor	Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.
Loc: Victor	Deixa inicial: Nosso quarto episódio, vamos conversar um pouco sobre a desinformação, tecnologia e uso das redes sociais na assessoria de imprensa. Voltado um pouco para a política e para nos ajudar nesse desafio, tenho o prazer

	<p>de receber aqui no Fatos Checados, Flávia Lima...</p> <p>Deixa final: E hoje trabalha como assessora de comunicação da Prefeitura de Ribeirão Preto, Governo de Duarte Nogueira desde primeiro de fevereiro de 2023. Flávia, muito obrigado por ter aceito o nosso convite.</p>
Flávia	“ É um prazer Victor estar aqui com vocês.”
Loc: Victor	É, então para iniciarmos esse bate-papo, como você entende que as fake news podem afetar a opinião pública em decisões políticas?
Flávia	<p>Deixa inicial: “Afeta completamente e de maneira decisiva, né? E eu penso que a gente precisa, em primeiro lugar, ter um minuto para pensar sobre o que é fake news, né?...”</p> <p>Deixa final: “Não, eu acho que sempre é preciso conversar sobre aquilo, deixar claro que aquilo não é verdadeiro, é a melhor forma de combater.”</p>
Loc: Victor	Deixa inicial: Conforme você citou, muito bem, né? As redes sociais, as tecnologias vão avançando e a disseminação fica muito mais rápido, muito mais fácil, né?...

	<p>Deixa final: porque ela já apoia determinado candidato. Como lidam com essa questão período político.”</p>
<p>Flávia</p>	<p>Deixa inicial: “ Pois é, então é isso, acontece com o ser humano em tudo, não só na política, né? É você ama um parente seu e você recebe duas informações conflitantes, você vai automaticamente crer na pessoa que você ama, né?...”</p> <p>Deixa final: “Nunca é 100% satisfatório, por mais que você consiga gerenciar muito bem, faz tudo que é preciso, sempre vai.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Ainda sobre essa questão é, é, você acha que é mais fácil essa disseminação de fake news, essa disseminação de uma notícia falsa do que você é tentar consertar essa notícia falsa depois que ela já saiu para ela ter o mesmo alcance.</p>
<p>Flávia</p>	<p>Deixa inicial: “ Eu acho que o melhor é tentar consertar, fazer com as agências públicas fazem, né?...”</p> <p>Deixa final: “ela conter uma boa manchete, digamos assim, naquele formato de banner, de rede, seja o que for, mas a gente tem que usar essa ferramenta.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>A gente sabe que do mesmo jeito que a notícia propagada é muito rápida, qual você acha que são as responsabilidades dos meios de comunicação e das</p>

	plataformas de mídia digital na prevenção da disseminação dessas notícias falsas?
Flávia	<p>Deixa inicial: “Então checar, né? Checar, checar, que é uma coisa que infelizmente não ocorre por conta da necessidade, do furo, do imediatismo...”</p> <p>Deixa final: “Erramos, foi o total tal informação, leia aqui a versão da prefeitura, aí sim, e isso não é feito por vaidade do veículo ele não vai considerar errado, colocar um erro, colocar um erramos é, é mais ou menos quando qualquer um na vida cotidiana ter vergonha de pedir desculpas, né? “</p>
Loc: Victor	<p>É porque se você atualiza a matéria, a pessoa vai, vai, já vai estar na mente do leitor ou do ouvinte. Ah, eu já ouvi essa manchete, já ouvi esse assunto, não preciso ver de novo. Só que se você posta uma outra nota, aparece outra pra pessoa e a provavelmente a possibilidade dela ler ou escutar é bem maior, né?</p>
Flávia	<p>Deixa inicial: “4 Flávia - E, nesse sentido, os veículos de comunicação tradicionais, né?...”</p> <p>Deixa final: “ Se isso fosse no mídia training, porque eu te dei a seguinte manchete agora, Flávia Lima afirma que jornalões propagam fake news todos os dias. Né? Mas trocando miudos, é isso?”</p>
Loc: Victor	<p>É, mas aí é tem muito aquela questão de você pegar o contexto inteiro, porque a</p>

	Flávia está falando e não cortar só esse, esse simples pedaço, né?
Flávia	“Exatamente, eu daria margem para você fazer isso se a sua intenção fosse apenas ganhar like, e não desvendar e tentar desvendar um grande desafio, como você disse no começo, né? Destrinchar um grande desafio que é essa questão que é a questão, que isso é principal hoje da questão do jornalismo.”
Loc: Victor	Os políticos que você assessora, eles têm essa dificuldade no media training sobre lidar com fake news, porque eu acho que eles são perguntados muitas vezes de determinados assuntos que eles não fizeram, mas que são fake news, eles têm que ter esse treinamento. Eles têm que ter essa moldagem também?
Flávia	<p>Deixa inicial: “É, ó, eu penso que no caso de uma campanha política, o cliente é o candidato e aí, nesse caso, não há muita dificuldade, porque você vai conversar com ele e vai, olha fulano o grande ruído entre você e o seu eleitor hoje é a questão x então você vai falar muito sobre essa questão sempre que você tiver a oportunidade, beleza?...”</p> <p>Deixa final: “Fazer muita matéria, muito release, marcar muita entrevista para que o cidadão ouça, uma vez pelo menos envolvida, esse cara, explicando sobre o tal assunto.”</p>
Loc: Victor	Para finalizarmos, você se lembra de alguma situação em que alguns de seus

	<p>assessorados foram alvo de fake news?E o que foi feito para contornar essa situação?</p>
Flávia	<p>Deixa inicial: “Eu lembro de muitas situações, eu vou contar uma no comecinho do da quando eu comecei porque faz tanto tempo, né?...”</p> <p>Deixa final: “E isso era fake news, porque esse candidato não tinha nenhuma intenção de sair e não saiu candidato ao Senado. Mas isso prejudicou muito a campanha dele, né?”</p>
Loc: Victor	<p>É um erro, podemos dizer, muito pequeno que vai virando uma bola de neve.</p>
Flávia	<p>Deixa inicial: “ Muito pequeno. E nós temos essa responsabilidade. A gente pode não se dar conta, mas em qualquer área, qualquer matéria que você fizer de qualquer área, você está tocando alguém tocando muita gente ao mesmo tempo, né?...”</p> <p>Deixa final: “Ao que ela tem interesse em acreditar, então não pode deixar dúvida. A gente não tem esse direito, né?”</p>
Loc: Victor	<p>Estamos chegando ao fim desse nosso quarto episódio do Fatos Checados. Flávia, muito obrigado por compartilhar seus conhecimentos e experiências conosco nesse episódio e foi um prazer recebê-la.</p>

Flávia	“ Foi um prazer, Victor. Parabéns por esse trabalho. e aos nossos ouvintes. Não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui os fatos checados até o próximo episódio.”
Victor Faustino - Encerramento Trilha gravada - Encerramento	E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos Fatos Checados até o próximo episódio. Fatos Checados

5. Marília Valente

Trilha - Abertura gravada Loc: Victor	Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial. Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.
Loc: Victor	Deixa inicial: Neste quinto episódio, vamos falar um pouco sobre a desinformação voltado um pouco para a TV. E para bater um papo conosco, explicar um pouco mais sobre o assunto, tenho o prazer de receber aqui no Fatos Checados, Marília Valente.

	<p>Deixa final: Marília, muito obrigado por ter aceito o nosso convite.</p>
Loc: Marília	<p>“Eu que agradeço, é um prazer estar participando nesse programa com você.”</p>
Loc: Victor	<p>Bom, então para iniciarmos nosso bate-papo, você acredita que as notícias falsas que são propagadas nas redes sociais afetam o trabalho jornalístico na TV?</p>
Marília	<p>Deixa inicial: “- Olha, Victor, é o seguinte. Assim, né? A gente já é, passou por muitos apuros, né? Ainda passa, claro?...”</p> <p>Deixa final: “Você está dizendo no sentido da gente, divulgar a notícia ou do nosso trabalho mesmo? A dinâmica do da redação.”</p>
Loc: Victor	<p>É, eu falo mais sobre o trabalho de vocês, né? Porque conforme as notícias vão, vão se proliferando cada vez mais rápido na nas redes sociais vocês é têm que se reinventar e ter algumas estratégias ali, algumas cartas na manga para lidar com esse tipo de é de informações falsas, né?</p>

<p>Marília</p>	<p>Deixa inicial: “Por exemplo, quando a pandemia a gente viveu muito isso, né? A pandemia acho que ela além dela acelerar muitos processos com relação à tecnologia, ela também trouxe muito isso...”</p> <p>Deixa final: “. Vamos ver se existe esse estabelecimento lá e vai estar chegando, que não é aqui, mas chega como se fosse, então é óbvio que nossa dinâmica de trabalho desde então vem mudando bastante.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: E como fazer pra pra educar os seus telespectadores, para eles consumirem mais? É notícias de veículos com credibilidade acreditarem mais.</p> <p>Deixa final: Eles só compartilham como você entende que, que dá pra educar os seus telespectadores nesse sentido de checar mais é as informações de ir atrás de um veículo de credibilidade.</p>
<p>Marília</p>	<p>Deixa inicial: “Continuando esse trabalho assim, sabe de seriedade, de imparcialidade, de buscar mostrar todos os dias. Olha, é buscar especialistas na área, fontes que que tenham força dentro daquela comunidade, sabe?...”</p> <p>Deixa final: “O público gosta de estar ali, participando dele, ser ouvido, né? Então é isso. É uma forma do jornalismo se aproximar mais da das comunidades, das</p>

	<p>peças, os nossos telespectadores, né?”</p>
Loc: Victor	<p>Com o passar dos tempos as tecnologias, as redes sociais vão evoluindo. E esse fenômeno da fake news da desinformação também vai evoluindo junto, né? Como você entende? Como você vê o futuro do jornalismo de TV nesse ambiente de cada vez mais impulsionado? É com esse meio digital cada vez mais impulsionado com a desinformação.</p>
Marília	<p>Deixa inicial: “Olha, eu acho assim no jornalismo de TV, a gente tem uma grande vantagem que é a imagem. Então assim, a imagem vale mais que tudo e a gente, e é primordial, né?...”</p> <p>Deixa final: “No passado existiu, é que ela não era disseminada, de uma forma tão rápida. Né? Como é agora? Mas é a gente tem que encontrar caminhos.”</p>
Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Você citou um pouquinho sobre o período da pandemia, né? Fala um pouquinho para nós.</p> <p>Deixa final: como vocês fizeram para conseguir se organizar com todas essas informações logo no começo da pandemia?</p>

Marília	<p>Deixa inicial: “Olha, Victor, eu vou tefalar que a que a pandemia foi uma das coberturas mais difíceis, assim que nós tivemos em vários aspectos, né? Além das fake news, obviamente é que era tudo muito novo, né?...”</p> <p>Deixa final: “É então, assim, fake news, tecnologia, é a pandemia trouxe avanços, fez a gente avançar em muita coisa, nas checagens, na cobertura, no uso dessa tecnologia, que poderia ser tipo assim, ia chegar, mas a gente antecipou, né?”</p>
Loc: Victor	<p>Estamos chegando é ao final de mais um episódio aqui do fato, checados. Marília, muito obrigado por compartilhar os seus conhecimentos e experiências conosco nesse episódio, abordando o fenômeno da desinformação que é sempre muito difícil de ser combatido.</p>
Marília	<p>“Eu que agradeço, espero ter colaborado com vocês, viu?”</p>
<p>Victor Faustino - Encerramento</p> <p>Trilha gravada - Encerramento</p>	<p>E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos Fatos Checados até o próximo episódio.</p> <p>Fatos Checados</p>

6. Fernando Braga

<p>Trilha - Abertura gravada</p> <p>Loc: Victor</p>	<p>Bem-vindo ao Fatos Checados, um podcast onde a informação é importante, mas o compromisso com a verdade é essencial.</p> <p>Olá, eu sou Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Deixa inicial: Estamos começando o sexto e último episódio da primeira temporada de Fatos Checados.</p> <p>Deixa final: Fernando, muito obrigado por ter aceito o nosso convite</p>
<p>Fernando</p>	<p>“Obrigado. Prazer participar do seu podcast.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Então para iniciarmos esse bate-papo, por ser um profissional com muita experiência na área, você acha que o jornalismo tradicional conseguiu se adaptar ao avanço da tecnologia e o aumento do uso das redes sociais?</p>

<p>Fernando</p>	<p>Deixa inicial: “ Sim, ele, de certa forma eles conseguiram sim. Assim, a tiragem do impresso caiu bastante. Por exemplo, a venda da nas bancas a gente percebe, assim, que o número de exemplares é bem menor que que chega aqui em Ribeirão...”</p> <p>Deixa final: “Na internet, mas é paga, então é uma forma que eles conseguiram para eles conseguirem fundos, ne? Mas eu acredito assim, que afetou bastante a parte do jornalismo do impresso, né?”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Quais você acha que são os desafios enfrentado pelos jornais impressos em um ambiente de notícias digitais e mídias sociais em constante mudança?</p>
<p>Fernando</p>	<p>Deixa inicial: “Então, o grande problema assim que eu vejo, que as novas gerações já não leem, né? É então é complicado assim...”</p> <p>Deixa final: “Então talvez uma coisa mais específica assim, nichos, pequenos nichos eu acredito.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Com o aumento do uso das redes sociais e o avanço das tecnologias, as informações circulam com uma velocidade maior, fazendo com que o</p>

	<p>número de leituras de jornais impressos diminua um pouco, né? Como você já citou. E como você faz para que o Jornal da Vila ainda seja um jornal tradicional e com relevância em meio a todas essas mudanças aqui em Ribeirão Preto.</p>
<p>Fernando</p>	<p>Deixa inicial: “Então, eu procuro exatamente notícias que não estão na rede, que não estão na grande mídia...”</p> <p>Deixa final: “De coisas que aconteceram há tempos que tem um público que gosta muito, que é bem ávido por esse tipo de informação.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>Então você entende que voltar um pouco para esses nichos que a grande imprensa não mostra que a grande mídia não mostra, é você entende isso como uma estratégia para continuar atraindo leitores todo o tempo, né? Fazendo um material diferente do que muitos fazem aqui em Ribeirão Preto.</p>
<p>Fernando</p>	<p>Deixa inicial: “Exatamente. Então, apesar que a televisão, por exemplo, eles estão atrás de problemas, né?...”</p> <p>Deixa final: “Do trabalho voluntário, assim, eu acho que é interessante.”</p>

Loc: Victor	Qual você acha que é o papel dos jornais impresso na educação dos leitores em um mundo cada vez mais digital e saturado de desinformação?
Fernando	<p>Deixa inicial: “Então o problema dos jornais dos grandes jornais é que eles pertencem a grupos econômicos, então, é a visão do grupo econômico...”</p> <p>Deixa final: “ E dentro da imprensa, as empresas têm uma ideologia, têm uma ideia do mundo, e eles defendem essa ideia.”</p>
Loc: Victor	<p>Deixa inicial: Você citou uma questão interessante é sobre, é as pessoas que tomam a frente e cuidam de jardins de praças...</p> <p>Deixa final: A mãe começa cuidando e depois vai passando para o filho e aí acaba que o local ali que, que a praça fica sempre muito bem cuidada.</p>
Fernando	“ Exato. Exatamente, e começa a ser frequentada também por pelas famílias, né? É o que dá vida para a praça, no caso é a participação das pessoas que afastam os as, os vamos chamar assim os indesejáveis, né? Que são, sei lá, possíveis furto, coisas assim, droga, então afasta esse público, né?”

Loc: Victor	<p>Isso é. É um ponto legal. A gente entrevistou 2 mulheres de um carro de lanche, né? Não vou lembrar o nome da praça agora, mas era uma praça que não estava muito bem cuidada na época, né? E aí elas disseram que é muito comum acontecer os roubos lá. E é legal porque a gente percebe que elas querem falar, elas querem que as pessoas escutam suas vozes, mas a grandemídia, muitas vezes não volta para esse lado, ne?</p>
Fernando	<p>“Não volta. Assim é, é mais uma coisa genérica, uma coisa assim, bem, bem ampassã, né? Bem rápida assim, então é um olhar rápido assim, né? Sabe, ela não tenta se aprofundar. A diferença do impresso para a televisão é essa que, a não ser programas especiais, né? Na, na TV. Mas a diferença é que o no jornalismo dá para vocês aprofundar, né? O problema, dá para você ir mais fundo, né? Da questão.</p>
Loc: Victor	<p>Durante todo esse tempo com o Jornal da Vila, você se lembra de algum episódio envolvendo fake news ou algo</p>

	parecido? E o que foi feito para contornar essa situação?
Fernando	<p>Deixa inicial: “ Eu tenho muito cuidado assim, de publicar. Por exemplo, se a pessoa vem e relata um problema, eu vou atrás para saber, porque o jornal é mensal, né?...”</p> <p>Deixa final: “Se sair errado é um acidente, de engano mesmo, mas não uma coisa que afete o outro.”</p>
Loc: Victor	<p>Pelo menos no Jornal da Vila que você tem muita experiência. Você vem com esse projeto há muito tempo, né? Que já é uma realidade. Então você acha que essa questão do avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais não tem tanta influência no seu trabalho, no seu jornalismo, no jornal da Vila, né?</p>
Fernando	<p>Deixa inicial: “O jornal, eu tenho sim uma participação legal assim, no Facebook, que eu tenho a página do jornal, tem no Instagram a página e tem um grupo que a gente fez aqui que é os amigos da Vila Tibério, pra trazer os problemas, né?...”</p>

	<p>Deixa final: “Então é interessante. Nas bancas também tem relatos assim, de pessoas que vêm de longe buscar.”</p>
<p>Loc: Victor</p>	<p>É legal, acho que principalmente pelo lado em que a gente sabe que o número de leitores de jornais impresso estão diminuindo. Mas por outro lado, você tem alguns, é alguns fãs ali, vamos se dizer assim, né, que todo mês está ali esperando, é esperando sair a edição para pegar para ler, para compartilhar com os amigos, né?</p>
<p>Fernando</p>	<p>Deixa inicial: “Exato. Exatamente, isso aí é legal, assim. Tem pessoas assim que procuram mesmo, sabe?...”</p> <p>Deixa final: “Então é um jornal que de repente ele, ele expande, ele, ele não está só na Vila Tibério, ele é distribuído na Vila Tibério, mas ele tem uma expansão assim por outros bairros, sabe?”</p>

Loc: Victor	Deixa inicial: É, então estamos chegando ao fim do nosso sexto episódio e também ao fim da primeira temporada do Fatos Checados. Deixa final: Fernando, muito obrigado por compartilhar suas experiências conosco nesse último episódio do Fatos Checados.
Fernando	“Obrigado e um abraço a todos.”
Victor Faustino - Encerramento	E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui no Fatos Checados.
Trilha gravada - Encerramento	Fatos Checados

2. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Mês	Descrição
Janeiro	-
Fevereiro	-
Março	Elementos pré-textuais e textuais / Leitura / Definição de Orientador
Abril	Elementos textuais/Leitura/Definição de alguns entrevistados / Produção de pautas / Definição de nome e logo do podcast
Maiο	Elementos textuais / Leitura/Definição de alguns entrevistados / Início da elaboração do relatório / Confecção de roteiro
Junho	Elementos textuais / Leitura / Elaboração do relatório
Julho	Construção de pautas e roteiros / Busca por fontes
Agosto	Elementos textuais / Leitura / Elaboração do relatório / Escolha da trilha para o podcast
Setembro	Gravação e edição: Primeiro, segundo, terceiro e quarto episódio / Elaboração do relatório / Busca por fontes
Outubro	Gravação e edição: Quinto e sexto episódio / Elaboração do relatório / Banca de qualificação / Posts no Instagram / Postagem do 1º, 2º, 3º e 4º episódio no Spotify
Novembro	Elaboração do relatório / Posts no Instagram / Postagem do 5º e 6ª episódio no Spotify
Dezembro	Banca final

3. RELATOS DE PRODUÇÃO

Para garantir a qualidade do conteúdo, as gravações foram realizadas em um estúdio de áudio profissional no laboratório da Universidade de Ribeirão Preto - SP (UNAERP). Além disso, o técnico responsável pela Rádio Unaerp, Andrei Violante, esteve à disposição para assegurar que o material final fosse de alta qualidade, colaborando com auxílio na gravação e edição dos episódios. Cada episódio do podcast consistiu em uma entrevista aprofundada com um convidado especial.

Durante as discussões, exploramos as origens e manifestações das fake news, os desafios enfrentados na verificação de fatos, as implicações éticas e sociais das tecnologias, bem como o papel e impacto das redes sociais na sociedade.

Após a gravação de cada episódio, no mesmo dia, iniciou-se a fase de edição de áudio do episódio gravado, trabalhando para trazer um conteúdo de qualidade do som, eliminando os erros que surgiram.

No início das gravações, o maior desafio encontrado foi o nervosismo, que acabou afetando um pouco a qualidade da primeira gravação (2º episódio). Mas com a evolução de todo processo essa questão deixou de ser um problema.

Por motivos de agenda apertada dos entrevistados, apenas a entrevista com a Flávia Lima foi de forma presencial no estúdio de gravação de áudio da UNAERP. As outras entrevistas foram feitas de forma online, pelo Google Meet.

Uma das principais dificuldades encontrada no desenvolvimento do podcast, foi perder um pouco o nervosismo nas duas primeiras gravações, que foram essenciais para a qualidade do projeto. Para ter êxito nesse desafio, as pautas construídas com antecedência foram de extrema importância, pois facilitou para ter, literalmente, um começo, meio e fim. Desse modo, diminui a chance de erros que podem acontecer devido ao excesso de nervosismo ou ansiedade.

Por outro lado, os entrevistados escolhidos para cada episódio foram muito importantes no quesito de receptividade, simpáticos e demonstrando total interesse no assunto a ser abordado. Fazendo com que o clima ficasse um pouco mais leve no início de cada gravação.

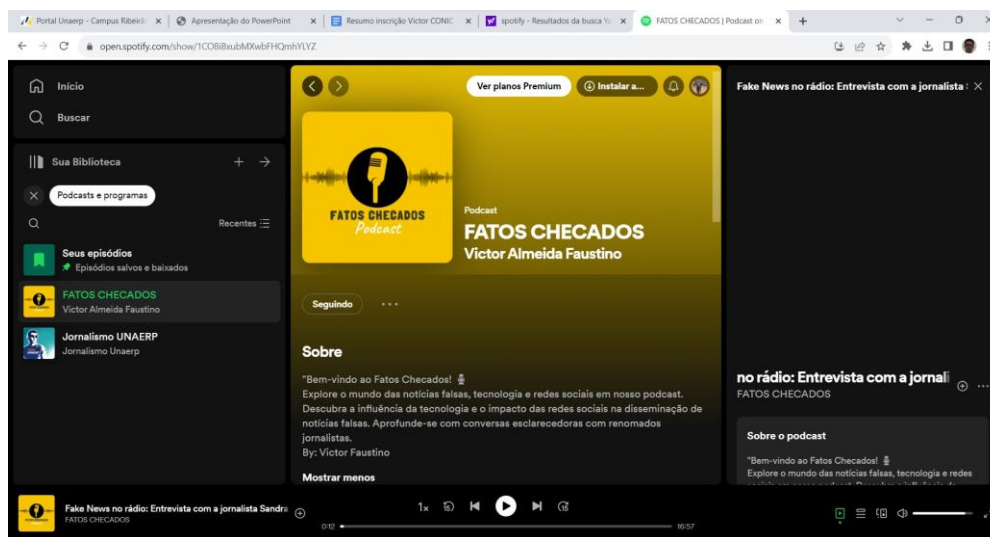
Durante todo o processo, desde a realização de pautas pesquisando sobre experiências e atuações dos jornalistas entrevistados, até a edição final e postagem

dos episódios no Spotify, a maior aprendizagem foi que cada processo necessita de grande atenção, por mais simples que seja. E que cada processo é de extrema importância para garantir a qualidade no resultado final.

O podcast foi disponibilizado no Spotify, conforme a imagem 1, a fim de atingir um público amplo. Além disso, foi criado um perfil para o podcast no Instagram, estabelecendo uma presença ativa na rede social, trazendo fotos e vídeos das gravações para interagir com os ouvintes e promover os episódios, como demonstra a imagem 2.

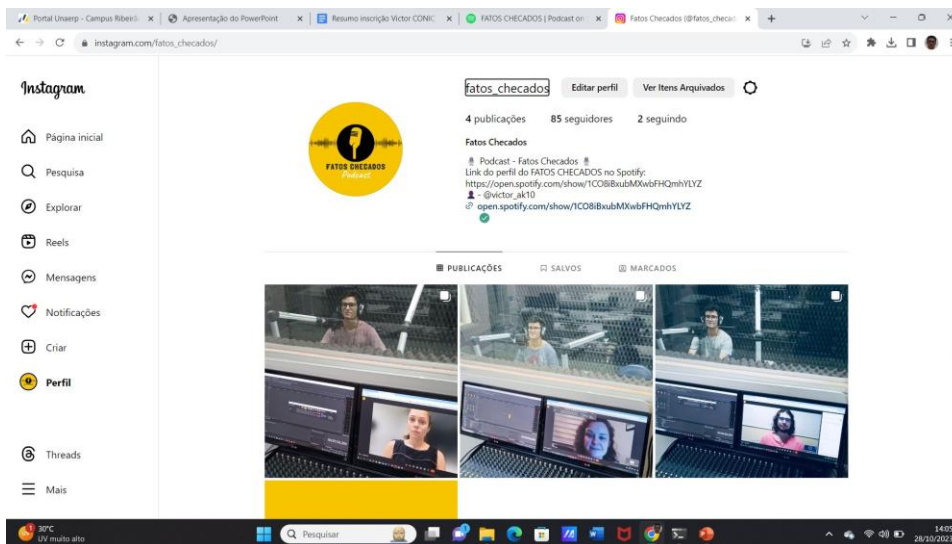
No processo de divulgação dos episódios, a criação da página do “Fatos Checados” no Instagram foi muito importante. Com postagens de breves informações dos jornalistas entrevistados e divulgação da página no Spotify, o público foi ficando cada vez mais próximo do podcast, desse modo, a página no Instagram chegasse aos 85 seguidores rapidamente. Com uma média de 29 curtidas em cada publicação no feed, e com grande visibilidade nos stories, a rede social do podcast garante um alcance e visibilidade maior para a página no Spotify

Imagem 1 - Print da página o Spotify do “Fatos Checados”



Fonte: Victor Faustino (2023)

Imagem 2 - Print do perfil do “Fatos Checados” no Instagram



Fonte: Victor Faustino (2023)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

É importante destacar a relevância do tema na atualidade, em que a disseminação de informações falsas e a manipulação da opinião pública por meio das redes sociais e da internet têm se tornado cada vez mais comuns e preocupantes.

Nesse sentido, a entrevista com jornalistas especializados no assunto foi fundamental para trazer um olhar crítico e embasado sobre o problema estudado. Foi importante abordar não apenas as consequências negativas das *fake news*, mas também discutir possíveis soluções e estratégias para o combate, diante da realidade vivida por cada jornalista.

Por meio de discussões, ficou claro que a disseminação de notícias falsas é um problema complexo que requer uma abordagem diversificada. A tecnologia e as redes sociais, embora tenham facilitado a disseminação de notícias falsas, também fornecem ferramentas valiosas para combater esse problema. As redes sociais, por um lado, tem permitido a rápida disseminação de informações, mas por outro, também tem facilitado a propagação de desinformação.

Ao finalizar e editar todos os episódios, é relevante ressaltar que todos os meios explorados (Rádio, TV, Jornal digital, Jornal impresso e Assessoria) são afetados pela disseminação de notícias falsas derivadas do avanço de tecnologias e do aumento do uso das redes sociais. Mas é válido evidenciar também, que cada meio é afetado de maneira diferente. No caso da TV e do impresso, por exemplo, são dois casos interessantes para discussão. Marília Valente, editora e produtora de rede da EPTV, realçou a importância do avanço da tecnologia e aumento do uso das redes sociais no quesito de imagens e vídeos chegarem muito mais rápido na produção. Por fim, ela também esclarece que não tem nada melhor para comprovar uma informação do que você ter fotos e vídeos que já foram checados, em mãos. No caso do impresso, entrevistando o Fernando Braga, responsável pelo Jornal da Vila, ele explica que em seu ambiente de trabalho, o avanço de tecnologias e aumento do uso das redes sociais não afetou diretamente seus afazeres ao ponto de cometer erros frequentes com produção de matérias com desinformação, desse modo, garantindo uma credibilidade maior ao jornal.

Com toda a desinformação, a checagem que sempre foi muito intensa no jornalismo, precisou ser mais intensificada, para que os profissionais pudessem garantir maior veracidade nas informações, diminuindo deslizos em possíveis *fake news*. Além da checagem, se faz necessário a busca por estratégias para combater essas informações falsas. Um exemplo interessante mostrado no podcast, é a iniciativa do Grupo Globo, com a editoria chamada “Fato ou Fake”, onde os responsáveis procuram falar de matérias de grande repercussão nas redes, pesquisando se as informações são verdadeiras ou não, e ao final, é postado desvendando se o material produzido é Fato (verdade) ou Fake (mentira).

Ao final das 6 entrevistas realizadas na 1ª temporada do Fatos Checados, uma grande diversidade de experiências vividas por jornalistas de diferentes linhas editoriais e de diferentes mídias, cada um com sua maneira, seguindo os planos de suas empresas, enfrentam desafios diários da desinformação. Desse modo, fazendo com que atualmente, o jornalista fique muito mais atento na hora de noticiar o fato. A checagem das informações é um processo primordial, e entende-se após a realização desse trabalho, que o jornalista que não estiver bem informado e não tiver acesso a ferramentas de checagem, também pode cometer um erro e propagar notícias falsas, mesmo que não intencionalmente.

No 4º episódio do podcast, a jornalista Flávia Lima evidencia um dos grandes problemas que são recorrentes em seu exercício enquanto assessora da Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto. No exemplo em questão, ela cita que o G1, um dos portais online da EPTV, comete alguns erros quando postam uma matéria sobre política sem ter as informações totalmente verdadeiras e checadas. Dessa forma, fazendo com que os responsáveis pela assessoria da Prefeitura entrem em contato com o G1 para questionar sobre a matéria, e nesse momento o jornalista do portal pede as informações corretas para que eles possam atualizar as informações postada.

Acredita-se que este trabalho, com abrangência em áudio, possa atingir o público de forma mais rápida e fácil compreensão, e desta forma, contribuir para que a população e também os profissionais da área compreendam o que está sendo vivido hoje nas redações jornalísticas.

REFERÊNCIAS

BRITO, Sabrina. **O impacto das fake news no dia a dia do jornalismo**. 2017.

Disponível em:

<https://www.observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>. Acesso em: 06 abr. 2023.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, p. 384

FAUSTINO, André. **Fake News: A liberdade de expressão nas redes sociais na sociedade da informação**. São Paulo: Lura, 2020. 190 p.

JAVORSKI, Elaine. **Radiojornalismo: do analógico ao digital**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 17 nov. 2023.

MENEZES, M. **Como as fake news impactam o jornalismo no século 21**.

Disponível em:

<https://www.nexojournal.com.br/academico/2021/11/18/Como-as-fake-news-impactam-o-jornalismo-no-século-21#:~:text=As fake news põem em,sem utilizar subterfúgios para tal.>> Acesso em: 06 abr. 2023.

MOROZ, Raphael; BARREIROS, Tomás Eon. **Expressão oral: um guia para você se comunicar bem em diferentes contextos**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2020. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 17 nov. 2023.

OLIVEIRA, Sara. **Disseminação da informação na era das fake news**. 2018. 15 f. TCC (Graduação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

VITAL, Gabriel. **O fenômeno dos podcasts e a necessidade de adaptação do jornalismo**. Disponível em:

<<https://www.anj.org.br/artigo-o-fenomeno-dos-podcasts-e-necessidade-de-adaptacao-do-jornalismo/>.> Acesso em: 17 nov. 2023.

APÊNDICES

DECUPAGEM ENTREVISTA CRISTIANO PAVINI - 1º EPISÓDIO

00:00:00 - Victor - Olá, eu sou o Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais. Para nos ajudar a entender melhor contextualizar esse assunto, em nosso primeiro episódio, vamos conversar com o jornalista Cristiano Pavini. Formado em comunicação pela Unesp em 2012, pós-graduando lato sensu, MBA e jornalismo de dados, analista sênior da transparência Brasil, uma das principais ONGs brasileiras de combate à corrupção, e possui também uma agência de jornalismo. Trabalhou como repórter no jornal a cidade por aproximadamente 6 anos, trabalhou também como coordenador de jornalismo e depois coordenador-geral na rádio Unesp virtual. Então, esses foram um dos passos que contribuíram para a sua formação profissional. Pavini, muito obrigado por ter aceito nosso convite.

00:00:56 - Pavini - Olá a todos e todas. Eu quem agradeço, Victor, agradeço a Unaerp pelo convite, um tema de extrema importância que vamos debater hoje.

00:01:05 - Victor - É, então para iniciarmos esse bate-papo é como você define fake news e qual a importância do jornalismo de dados na detecção e combate a esse fenômeno?

00:01:15 - Pavini - Bom, antes é importante contextualizar que há uma corrente de estudos que tenta se afastar um pouco da definição em fake news e buscam tratar com desinformação, porque a fake new é traduzido, literalmente, notícia falsa, né? E, por princípio, uma notícia nunca pode ser falsa, porque o jornalismo e a sua é o seu produto, né? Que é a notícia. Ele tenta se aproximar sempre da verdade. Nunca pode ser falso, né? E pode ser impreciso, ele pode cometer erros, mas falso, por definição,

ele não pode. Então há uma corrente que utiliza termo fake news, mas também é uma corrente que utiliza desinformação pra gente falar de todo esse contexto que borbulha nas redes sociais, né? Então eu vou usar para este podcast o conceito de desinformação, tá? É algo assim, extrema gravidade em que, com as redes sociais, têm impactos exponenciais ao ponto de determinar rumos de um país. Então, a gente viu a saída da Inglaterra da União Europeia, muito motivada por campanhas de desinformação nas redes sociais. Nós tivemos eleições nos Estados Unidos e no Brasil, em que há desinformação, também teve um protagonismo, então é de fato um problema para a nossa sociedade. A gente vai debater depois ao longo desse podcast, alguns pontos desse problema. E o jornalismo tem como um dos seus princípios, então, a busca pela verdade, aproximação da verdade, eu tenho por mim que a verdade é inalcançável. A gente pode, enquanto bons jornalistas, tentarmos nos aproximar o máximo possível da verdade, mas sem essa pretensão de alcançá-la, mas nessa função de então do jornalista buscar se aproximar da verdade, nós temos a desinformação circulando e acaba sendo nossa função combater essa desinformação.

00:03:24 - Pavini - É, tem várias iniciativas nesse sentido. As agências de checagem, a gente pode abordá-las um pouco mais depois. E o jornalismo de dados é, mais especificamente falando que é o uso de técnico, grosso modo, é uso de técnicas, é para um trabalho com um volume gigantesco de dados. É em outras plataformas esse jornalismo, ele pode ajudar a rastrear essa desinformação nas redes sociais. E rastreando, tem uma vantagem para tentar combatê-las. É muito difícil combater a desinformação pelo seu caráter, né? Que elas se viralizam muito fácil e o jornalismo, por mais ágil que ele seja, com técnicas de jornalismo de dados, não vai ter a mesma agilidade até que você tenha um antídoto, né? Diga, olha, essa informação que circulou, ela é falsa ou ela é desinformativa, ou ela é exagerada, ou ela está descontextualizada. Enfim, até que vem esse contraponto jornalístico, essa informação já circulou por muitas e muitas pessoas, né?

00:04:34 - Pavini – E o papel jornalístico ele não chega a tantas pessoas quanto a desinformação. Então é um desafio, mas o jornalismo de dados ajuda nesse sentido. A

gente vai depois abordar um pouco mais. Acho que já, já falei demais, vou, vou voltar a bola para você.

00:04:49 - Victor - Em 2022, em um levantamento realizado pelo Instituto Pointer, com apoio da Google, revelou que 44% dos brasileiros recebem essas fake news, ou como você citou, essa desinformação é diariamente, então isso significa que 4 entre 10 brasileiros recebem notícias falsas todos os dias e, diante disso, quais são os principais desafios que o jornalista de dados enfrenta ao lidar com a disseminação de fake news ou desinformação? Né? Que é o termo que você diz que é mais adequado para tratar desse fenômeno?

00:05:22 - Pavini - E fique à vontade, Victor, para usar o termo que você julgar melhor, apenas não se esqueçam de ressaltar que há de fato, linhas de pesquisa nesse sentido e também há outras que mantêm a descrição, enquanto fake news então são linhas divergentes, mas que não quer dizer que uma está certa e outra está errado. Bom, de fato é algo preocupante, né? 4 em cada 10, né? Dizem que recebem desinformação ou fake news diariamente. É muito difícil combatê-las até por um componente que é do ser humano, é biológico assim. Tem uma questão que é estudada inclusive na psicologia, que é o viés de confirmação. O que é isso? É a nossa tendência a reforçar os nossos préconceitos. O que significa? É quando eu tenho uma certeza ou não gosto do candidato x eu recebo um conteúdo que diz que aquele candidato que eu já não gosto candidato x ele financiou, vou usar um exemplo absurdo, vai, ele financiou O COVID. Ele foi lá e ele quem criou num tubo de ensaio, o sars-cov, que é o vírus que resultou na pandemia. Enfim, conteúdo plenamente falso, né? Porém, como eu já não gosto do candidato x, aquilo reforça a minha visão crítica. Aquela candidato X, eu tendo a repassar aquilo pra frente, porque aquilo me faz bem, sabe? É, é uma coisa até biológica, eu fico feliz, é como se eu tivesse comendo chocolate, sabe? É então, tem esse componente também, que é muito difícil lidar com a desinformação. As pessoas consomem aquele conteúdo, até suspeitam que aquilo não é tão verdadeiro. Enfim, mas nossos, o cérebro, ele baixa todos os nossos níveis de contraponto, falar não mas se é para reforçar algo que eu já penso, seja uma crítica algo seja 11 notícia positiva a

alguém. Notícia não, né? Um conteúdo positivo, alguém que eu já gosto, enfim, eu acabo consumindo aquilo e repassando, tá? Então, é importante a gente considerar esse caráter da desinformação, que quem dissemina desinformação, ciente ou não, acaba utilizando isso, então são assim, conteúdos absurdos. Todo mundo já recebeu conteúdos desinformativos, uma fake news.

00:08:11 - Pavini - Então são, conteúdos assim, esteticamente, são grotescos em sua maioria com erros de digitação algumas vezes é e mesmo assim as pessoas compartilham e você recebe aquilo e fala, meu Deus, mas como que as pessoas puderam acreditar nisso, né? Então é importante a gente considerar esse componente tá? Em outros casos já é um conteúdo esteticamente mais bem embalado, então que simula um conteúdo real é em que a pessoa fique até na dúvida, né? Se aquilo é real ou não ou nem fica na dúvida acredita que aquilo é real. Tá? Então é importante a gente mostrar que tem esses 2 pontos, né, da desinformação? Por isso que é muito difícil pro jornalista atuar, porque ele tem que considerar que tem pessoas que estão sendo enganadas por aquele conteúdo, precisa atuar nesse sentido. Mas também é importante considerar que tem pessoas, não é que elas se deixem enganar, mas que, de forma acrítica, consome uma informação que grotescamente você já deveria suspeitar dela. E é muito difícil como combater, assim, lidar com esse grupo de pessoas, porque você é como secar gelo. Porque você combate um conteúdo num certo momento, acho que vocês já devem ter visto isso. Os ouvintes nos grupos de família de vocês veem uma notícia, um conteúdo falso. Você rebate aquele conteúdo falso, depois vem outro da mesma pessoa, você rebate, depois vem outro, aquela pessoa tá reiteradamente compartilhando conteúdo desinformativo. Como lidar com ela, né? Como convencê-la daquilo, então você, você não vai acabar convencendo ela, você vai acabar atuando enquanto jornalista, numa redução de danos, vai tentar mostrar para as outras pessoas que opa, esse conteúdo tem, tem alerta sobre, né? Elenão é verídico, mas você não vai convencer, muitas vezes aquela pessoa que disseminou ela já está tão contaminada, aquilo que faz tão bem para ela, né? Reforça tanto os preconceitos dela, você não vai convencê-la só com esse conteúdo jornalístico. Mas você atua então, como uma espécie de barreira, o imunizante para

que quem receba aquele conteúdo não se deixe levar, tenha um pouco mais de ressalva.

00:10:26 - Pavini - É, e esse é o desafio, porque assim, são muitos conteúdos mais informativos circulando nas redes sociais, redes sociais exponenciais pelo caráter das redes sociais, que privilegiam os algoritmos, né? Aquilo que causa polêmica é aquilo que causa comoção, então se você faz um, diz o filho do candidato x, comprou um jatinho de um bilhão de reais. E aquilo, com certeza vai gerar indignação. As pessoas vão ter comentários, curtidas, compartilhamentos. Os algoritmos vão privilegiar aquele conteúdo na hora de disseminar e até que venha um contraponto jornalístico, já foi assim, tarde demais, já atingiu muitas pessoas, então esse é o desafio do jornalismo hoje. Mas não é uma guerra perdida, digamos assim. É embora muitas batalhas se percam, é importante que tenha uma trincheira de resistência jornalística. É por isso que tem nas eleições coalizões como o de uma série de veículos que se uniram nas eleições de 2018, depois na de 2022, para combater conteúdos informativos e também as agências de checagem, lupa, aos fatos que fazem esse trabalho. Assim, muito difícil diariamente e tentar soltar, não digo nem combater, porque é um combate desigual, mas tentar amenizar esse impacto do conteúdo desinformativo.

00:11:49 - Victor - Então, só ressaltando um ponto muito importante, muito interessante que você citou a grosso modo, podemos dizer que o ouvinte ou o leitor é que recebe determinada notícia, determinada notícia falsa, se ela é, já é a favor de determinado candidato ou torce para determinado time, por exemplo. A tendência é muito mais, ela, vamos dizer, compartilhar no grupo do WhatsApp da família, do que pegar essa informação e checar para ver se isso realmente é verdade.

00:12:18 - Pavini - Exatamente. É o caráter do viés de confirmação que a gente conversou agora pouco. Então, o jornalismo já tem até em consenso de que não tem que tentar convencer esse disseminador costuma-se de desinformação porque ele é em, pelo menos, jornalisticamente falando inatingível. Tá, você não vai convencê-lo. A função do jornalista nem é convencer ninguém, né? A função do bom jornalismo

é expor fatos e os fatos que bom jornalismo vai expor a respeito do conteúdo desinformativo compartilhado por essa pessoa, não vão fazer efeitos sobre ela, mas podem fazer efeitos nas pessoas que receberam esse, conteúdo que foi compartilhado, então acho que esse é o papel do jornalismo, não é tentar mais, convencer, entre aspas esses disseminadores costumados é tentar evitar que o estrago seja maior. E aí vem também a função investigativa do jornalismo e tentar encontrar quem são os grandes financiadores de desinformação. A desinformação é importante ressaltar, ela tem fins, ela tem um objeto. Se você desinformar sobre a cloroquina, por exemplo, você vai ter uma linha que vai estar se beneficiando disso. Seja uma linha negacionista, não queria que tivessem medidas sanitárias mais restritivas, porque imaginava que isso poderia prejudicar os seus negócios. Então era importante vender uma solução mágica, né? Que fizesse com que as pessoas não aderissem às restrições sanitárias, fabricantes de medicamentos também, então sempre tem um interesse nesse sentido. Você tem pessoas do alto escalão e citando a cloroquina, é que eu pontuo diretamente o ex-presidente da República de que vendiam isso com um discurso de contraponto às medidas sanitárias. Então, a desinformação, não vou dizer sempre, mas majoritariamente vai favorecer alguém. Alguém está ganhando com aquilo, seja dinheiro, seja prestígio, seja interesse político, enfim. Então o jornalismo também tem esse papel, investigar quem é o beneficiado da desinformação, quem são os grupos organizados que disseminam esses conteúdos.

00:14:42 - Victor - Estamos chegando ao fim, mas tem uma última pergunta aqui, né? É como, como já foi citado no início, você exerce a função de analista sênior da transparência Brasil, com uma difícil missão de combate à corrupção. Esse avanço de propagação de disseminação dessas notícias falsas interfere no seu trabalho, nessa questão de combate à corrupção?

00:15:04 - Pavini - Certamente, acredito que todos os setores são, em certa medida, impactados. Por quê? Porque, como eu disse, sempre tem alguém que busca benefícios com a desinformação, então, campanhas de desinformação que impactem medidas de combate à corrupção são ruins para a sociedade. Ou campanhas de

desinformação que camuflam fatos de corrupção é também podem desviar a atenção da sociedade e criar cortinas de fumaça. Então aí sai um grande escândalo de corrupção. E ao mesmo tempo vem uma campanha de desinformação para tentar tiraro olhar da sociedade para que ela é fato de corrupção. Então, com isso, a mobilização popular é menor e, conseqüentemente, os mecanismos de controle acabam atuando menos. Enfim, então são um pequeno exemplo. Então reforçando, para a sociedade é ruim? Ah, é, seja para o combate à corrupção, seja para saúde, seja para pesquisa, seja pra pros rumos que a sociedade quer tomar. Então vou reforçar aqui o que aconteceu na Inglaterra. Você teve a saída da Inglaterra do da união europeia no Brecht, né? Naquela votação popular, que depois foi comprovadamente influenciada pelas redes sociais e, principalmente, por conteúdo falso ou desinformativo, é veiculado, e aqui Victor antes da gente encerrar só fazer esse adendo, nem toda desinformação vale a pena de conteúdo falso propriamente dito. Você tem também conteúdo falso, mas você tem conteúdo fora de contexto. Então vamos supor que você pince a declaração de um candidato de um contexto e jogue em outro, então vamos supor que eu vou sempre usar o candidato x, né? Candidato x diz que em uma frase, em uma argumentação dele de 10 minutos, ele diz o seguinte exemplo, eu sou contra o aborto por ser cristão, etc, etc. Mas enquanto é presidente vou discutir o tema. Sabe alguma coisa assim? E mais 10 minutos, ele debatendo sobre a questão do aborto, você pinça aquela frase, vou discutir o aborto como se fosse uma proposta de campanha daquele candidato. Isso é pegar uma afirmação que pode até ser verdadeira, tal qual ele disse, mas retirou do contexto. Você só pensou aquilo e desconsiderou todo o resto. Isso também é desinformação, é? Essa descontextualização pode acontecer, inclusive em sátiras. A gente tem páginas nas redes sociais, como o sensacionalista, por exemplo, é em antes o sensacionalista até tinha algumas tiradas que pareciam que era verdade e algumas pessoas caíam naquilo. Sem querer, o objetivo era satírico da página, mas as pessoas que não estão no contexto daquela sátira, né, que sabem que aquela página é satírica. Acabam pensando que aquilo é verdade e a página acaba sendo uma propagadora de desinformação. Então é um tema muito delicado. É, tem o projeto que está em tramitação sobre a regulação, né? Das plataformas e do combate às fake news. E

também é algo que a gente não vai debater aqui. Acredito que vai ser objeto dos próximos entrevistados. Mas a gente também não pode tentar ter um remédio para combater a desinformação, que seja um veneno já tem aquela frase, né? A diferença entre o veneno e o remédio é a dose, a gente vem com uma dose muito alta também para combater à desinformação, você pode acabar, é cerceando a Liberdade de expressão, e alguns outros pontos que merecem um debate mais aprofundado. Então, parableno você, Victor, por levar esse tema para os para as pessoas que estão nos ouvindo e espero que a gente possa ter jogado um pouco mais de luz sobre esse tema.

00:19:23 - Victor - Bom, e esse foi o primeiro episódio do nosso podcast pra contextualizar os impactos das fake news em um cenário de avanço da tecnologia e o aumento do uso das redes sociais. Pavini, muito obrigado por compartilhar seus conhecimentos e experiências conosco nesse episódio e foi um prazer recebê-lo.

00:19:42 - Pavini - Prazer foi todo meu. Fico à disposição de todos e todas e parableno novamente você Victor e a Unaerp por este podcast tão importante nos tempos atuais.

00:19:53 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos fatos checados até o próximo episódio.

DECUPAGEM ENTREVISTA SANDRA LAMBERT - 2º EPISÓDIO

00:00:00 - Victor - Olá, eu estou Victor Faustino, e este é o Fatos Checados um podcast que discute os impactos das fake news e um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.

Neste segundo episódio, vamos discutir um pouco sobre a fake news no rádio e para me ajudar nesse desafio, minha convidada de hoje é Sandra Lambert.

Formada em jornalismo desde 2005 pela Universidade do Vale do Sapucaí, foi locutora da Rádio Difusora Santaritense durante 2 anos e 3 meses, produtora e apresentadora na TV Alterosa por 3 anos e 11 meses, apresentadora na rádio BandNews e TV Band Campinas e hoje atua como chefe de redação e apresentadora da CBN Ribeirão. Sandra, muito obrigado por ter aceito o nosso convite. Espero que você se sinta em casa aqui pra gente bater esse papo sobre fake news, que atualmente é um assunto muito recorrente junto com o aumento da tecnologia e o uso das redes sociais.

00:00:58 - Sandra - Victor , eu que agradeço imensamente poder contribuir de alguma forma, né? E espero poder mesmo ajudar e obrigado mais uma vez pelo convite.

00:01:09 - Victor - Então, para iniciar, quais são os passos essenciais de um jornalista que atua no rádio que ele deve seguir ao verificar a veracidade de uma notícia antes de transmitir para os seus ouvintes, né? Quais são os passos essenciais do jornalista atualmente e pensando nessa grande era da desinformação.

00:01:28 - Sandra - Pensando não só no rádio, mas independente do veículo, né? No jornalismo, pra você começar a pensar em alguma pauta, é porque precisa ter algum conflito, né? Alguma dúvida sobre aquilo que você quer apresentar? Se tem dúvida, você precisa ir atrás das informações para poder checar elas, né? Para saber quem que você precisou ouvir, ouvir diferentes opiniões sobre o mesmo assunto para conseguir identificar o que é verdadeiro, o que que não é, e de que forma você pode trazer isso para o público. Então a base mesmo do jornalismo, para você iniciar qualquer pauta é ter a dúvida. Se tem a dúvida, o jornalista com certeza vai começar a atuar e a partir disso, você irá buscar as referências em relação a esse assunto que você está duvidando. Então sempre vai partir desse princípio, não é para qualquer conteúdo que você queira trazer no jornalismo depende basicamente disso, Victor. E a partir disso aí é a percepção, mesmo daquelas pessoas que você está buscando informação, né? Sempre com pessoas que têm alguma credibilidade também que

tenham referência no assunto, para te dar um suporte mais verídico, daquilo que você quer transmitir.

00:02:58 - Victor - Você citou, né? Em relação a credibilidade, eu acho que todo mundo sabe que com o acesso mais fácil das redes sociais, também fica muito mais simples pra criação e também da propagação de fake news. E com essa proliferação dessas notícias falsas, você acha que o trabalho jornalístico fica mais difícil ao ponto de prejudicar justamente essa credibilidade do fazer do jornalista, do trabalho do jornalista.

00:03:26 - Sandra - Não sei se fica mais difícil, porque em qualquer notícia a gente precisa fazer essa apuração, né? A gente independente se é fato ou fake, é até um termo que a gente usa na própria CBN, no Grupo Globo como um todo, né? Que é uma agência de checagem, mas, é com base mesmo, na dúvida que a gente sempre trabalha, né? O que essa informação trás de verdade ou não? Eu acho que talvez hoje, pelo é excesso de informações que a gente tem, né? Por diferentes meios, principalmente, pela internet, porque a gente também recorre a informações que são publicadas na internet ou que nos chegam pela internet, seja pelas redes sociais, seja por WhatsApp, né? Então, assim, a gente tem um volume muito grande de informação. Mas essa informação sempre tem que vir com uma desconfiança, é isso mesmo ou não é. Então assim, tem realmente muitas informações que você, depois de checar melhor, você vai ver que não tem tanta precisão naquilo que foi informado ou tem algumas distorções? No rádio, como a gente trabalha com hard news, a gente recebe muita informação a todo o tempo, né? Até mesmo referências, por exemplo, de trânsito, que a gente dá muita informação nesse tipo de prestação de serviço. Chega muita coisa para a gente e aí o rádio, talvez o facilitador dele é que ele vai construindo a notícia junto com a programação. Então a gente checa no primeiro ou traz a informação que se chega, por exemplo. É, teve um acidente lá na Francisco Junqueira e está comprometendo o trânsito. A gente num primeiro momento, diz, o ouvinte está informando aqui que teve um acidente em tal local, mas a gente está checando porque é, às vezes é importante naquele momento da informação, depois, a gente checando,

consegue confirmar ou não, também a gente tem a possibilidade, caso aquela informação não seja real, né? Do ouvinte ter, enfim, jogado algo pra gente como uma pegadinha. Enfim, ou pra querer enganar mesmo.

00:05:54 - Sandra - A gente pelo menos tem a oportunidade de corrigir e falar, ó, não tem, né? A informação não procede. A gente tem mais espaço talvez, para poder também fazer as correções caso a gente não consiga né, num primeiro momento, mas é sempre assim no rádio, talvez a gente vá construindo a notícia também conforme ela vai acontecendo, né? E trazendo outros detalhes, né? Se o acidente aconteceu em qual faixa que foi, que horário, qual é a interdição que estava provocando? Tem ferido? Não tem. E aí a gente vai trazendo isso numa programação.

00:06:33 - Victor - Nesse cenário de tempo real. A gente sabe que é muito complicado vocês conseguirem conciliar a necessidade de fornecer a informação com uma certa rapidez, mas ao mesmo tempo, com a responsabilidade de garantir a precisão dessas informações, né? Então é, é muito interessante essa parte de checar, né? Porque é, mas não só na rádio, em todos, em todos os meios de comunicação, mas na rádio também. É muito complicado, porque chega como você disse, chega notícias a todo o tempo. Vocês têm que ficar chegando a todo tempo. E quais são os passos práticos que uma estação de rádio pode adotar para se recuperar, caso divulgue alguma notícia falsa? Não sei se já aconteceu alguma vez aí na CBN. Mas como funciona mais ou menos?

00:07:20 - Sandra - Já aconteceu, né? Mas é aí, é. É muitas vezes da falha da checagem mesmo e pensando, por exemplo, a CBN, que está dentro de um grupo em que há troca de informações e de apurações com a TV, o portal, o G1 ou mesmo o portal, A Cidade On. Então a gente, a gente troca informações a todo tempo, então a gente compartilha também a checagem. Se há alguma informação incorreta, assim que a gente percebe, a gente tem a obrigação de relatar o erro, assumir o erro e trazer o que é a verdade para o nosso ouvinte. A gente não tem um receio também de trazer informação, né? Reconhecer o erro para trazer a informação correta depois.

00:08:14 - Victor - Certo, e aí, quando acontece esse tipo de coisa é, vocês emitem alguma nota em redes sociais? Vocês fazem no ao vivo para reforçar ou para corrigir alguma informação?

00:08:25 - Sandra - Sim, a gente faz, né? Uma correção, né? Normalmente, ou a gente fala né, no ar, se for alguma publicação, por exemplo, em site ou nas nossas redes sociais também, a gente corrige.

00:08:39 - Victor - Agora outro ponto interessante é como vocês, rádios jornalistas podem envolver seus ouvintes no processo de detecção de notícias falsas e promoção de notícias confiáveis? Porque é pra nós jornalistas, é, nós sabemos que tem que checar uma, duas, três até quatro vezes se for necessário a informação, mas para os ouvintes ou para quem está acompanhando? Muitas vezes não acontece isso, né?

00:09:08 - Sandra - Sim, e a gente teve vários episódios, né? Até do período da pandemia mais recente que ficou isso muito marcado pelo contraditório, a questão das vacinas, né? Da eficácia ou de sugerirem tratamentos, que pela ciência realmente não eram reconhecidos. E isso chegou a, atingiu o nosso público, né, que estava acreditando também nessas informações e compartilhando numa velocidade grande, até pelas redes sociais ou até questionando a própria rádio mesmo através do WhatsApp, daquilo que a gente estava trazendo, mas aí a gente vem com base em especialistas na área, porque nós não somos, né? Então a gente tem que buscar realmente a informação de quem tem, para poder orientar esse ouvinte, né? E isso a gente tem feito, desde o início da pandemia até hoje. Então, é uma constância trazer informação real, né? De fazer o ouvinte refletir, né? De se tentar mostrar para ele quaição os caminhos no caso, por exemplo, da CBN a gente tem o portal Fato ou Fake quelá também ficam publicadas as reportagens, notícias as vezes que são divulgadas pela internet, muitas vezes na maioria delas é pela internet que ela se propaga e a gente deixa publicado lá e recorrente quando isso acontece, a gente reporta aquilo que a gente já tinha divulgado anteriormente.

00:10:50 - Victor - Qual você acha que é o papel das estações de rádio na educação midiática do público, especialmente em relação ao reconhecimento e combate a fake news?

00:11:00 - Sandra - Informação mesmo, viu Victor. Eu acho que é isso, a gente tem esse compromisso de que a gente tem esse papel de trazer informação, de fazer com que essa pessoa ela reflita sobre o que está acontecendo, né? O que que é a causa daquele fato, qual que é a consequência dele, né? Seja para uma pessoa, coletiva, normalmente a gente procura assuntos que impactam na vida, né? Da sociedade, né? Não é uma pessoa em si, talvez um exemplo de uma pessoa acaba sendo fundamental para a gente é trazer a experiência que atinja um público maior. Então a base realmente é a informação, esse compromisso, né, que a gente tem que ter com o social.

00:11:51 - Victor - Quais são os principais desafios que o jornalista de rádio enfrenta ao abordar e combater a disseminação de fake news. Eu acho que você pode falar muito bem porque já teve várias passagens, e é muito experiente e eu acho que você já teve que lidar com diversos tipos de fake news, né? Principalmente eu acho que nesse período de pandemia, porque é em questão de vacina, questão de mortes, eu acho que que foi um pico muito alto, né? Qual você acha que foi o principal desafio nessa questão de combater a disseminação de fake news?

00:12:22 - Sandra - Exatamente pelo fato de ter muita informação, as vezes a gente também se questionava, né assim, nossa, mas será que isso é ou não? Eu acho que parte sempre do questionamento e da dúvida mesmo assim. Para a gente buscar, né? Ter essa curiosidade e encontrar os pontos e, às vezes, em algumas situações, não é nem a própria fake news, são posições diferentes, né? Que a gente lida dessa forma, também muitas vezes. Agora, quando é algo preciso, né? Que que tem fato mesmo em si, a gente tem que trazer isso sempre, para o público, informando sempre. É difícil, mas ao mesmo tempo a gente tem um público que é fiel, que está ali querendo obter

informação. Então a gente, até na pandemia também, a gente fala assim, nossa, a gente foi de 8 a 80, porque no começo da pandemia era algo novo para todo o mundo. Então houve um consumo muito grande de informação. A gente fala não, foi o momento em que todos os veículos, acho que tiveram uma maior audiência no começo da pandemia. E depois eram tantas informações, tantas informações também que chegavam, né? E eram atualizadas às vezes, duas, três vezes por dia, que as pessoas também chegaram um momento que cansaram, então não teve um período em que todos os veículos também tiveram uma queda de audiência. Mesmo assim, porque ninguém aguentava mais. E, diante de tantas dúvidas, então assim, a gente lutou bastante, né? Assim foi, foi difícil pelo próprio momento que a gente viveu que afetou, né? O emocional, as famílias, enfim, o trabalho. Mas porque a gente também foi muito criticado, enfim ameaçado, a gente teve situações constrangedoras da equipe fazendo reportagem, inclusive os veículos, né, normalmente eram portados com a marca da imprensa, né, do veículo. Isso precisou ser retirado porque as pessoas estavam agressivas, né? Estavam querendo deprender. Então foi, acho que o momento, assim, a experiência mais profunda foi na pandemia.

00:14:51 - Sandra - E quando acontece um fato, acho que a nossa responsabilidade de tentar é detalhar, né? De transmitir o que realmente está acontecendo, né? Tentando também distanciar um pouco essa coisa do sentimento, né? Porque às vezes a gente lida com questões trágicas, né? Então não sei se eu consegui te responder bem aquela questão, porque é um desafio diário que a gente já vive. Mas é a checagem a nossa responsabilidade com a checagem, talvez seja ainda maior, né? Para garantir a credibilidade daquilo que a gente está trazendo para o nosso público.

00:15:32 - Victor - É, eu acredito que pela demanda de informações que chegam a todo instante é todo dia um é um desafio diferente que tem que ser enfrentado, né? É, eu acho que não só pelas fake news, mas eu acho que é tudo que envolve a profissão do jornalista em si.

00:15:49 - Sandra - Sim, com certeza, né? É isso, a gente tem que comprovar aquilo que está sendo colocado ali pra gente, né? E aí você busca não só pessoas envolvidas, datas, né locais ou dados? Fontes oficiais, os especialistas da área, para poder compor da melhor forma possível.

00:16:10 - Victor - Sandra, muito obrigado por compartilhar os seus conhecimentos e experiência conosco nesse episódio, abordando um assunto tão importante e tão difícil de ser combatido por um prazer recebê-la.

00:16:25 - Sandra - Não, eu que agradeço e fico sempre à disposição para poder contribuir de alguma forma.

00:16:30 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui nos fatos checados até o próximo episódio.

DECUPAGEM ENTREVISTA THAÍSA FIGUEIREDO - 3º EPISÓDIO

00:00:00 - Victor - Olá, eu sou o Victor Faustino, e esse é o Fato Checados, um podcast que discute os impactos das fake news num cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais. Nesse terceiro episódio, vamos falar um pouco sobre as notícias falsas no jornalismo digital. E para bater um papo conosco, explicar um pouco mais sobre o assunto, tenho o prazer de receber aqui no Fatos Checados, Thaísa Figueiredo.

Formada em jornalismo pelo Centro Universitário Barão de Mauá, trabalha um pouco mais de 9 anos no jornalismo digital, e boa parte desses 9 anos com a produção de conteúdo para o jornal G1 da EPTV afiliada da TV Globo na região de Ribeirão Preto, São Paulo e hoje atua também como coordenadora de conteúdo digital, auxiliando a equipe na elaboração de pautas, edição de texto, elaboração e execução de projetos especiais de coberturas jornalísticas para o meio digital. Thaísa, muito obrigado por ter aceito nosso convite.

00:01:00 - Thaísa - Imagina, Victor, o prazer é meu. Muito obrigada pelo convite.

00:01:04 - Victor - Então para iniciarmos esse bate-papo. Qual a importância do aumento do uso das redes sociais no jornalismo digital?

00:01:12 - Thaísa - Olha, Victor, eu posso falar para você que hoje a maior parte da nossa audiência, ela vem das redes sociais, né? Do consumo de redes como o Instagram, como o Facebook, né? E principalmente do celular, né? Não é nenhuma questão do computador ali na mesa da pessoa, né? No escritório ou em casa, é tudo pelo celular e todo mundo está nas redes sociais a todo o tempo, né? Então, hoje em dia, quem não está na rede social praticamente não existe, né? Costumo falar isso porque a primeira coisa que você faz quando quer identificar uma pessoa é correr ali pra rede social e buscar alguma informação, mesmo que seja muito básica sobre o perfil dela, né? Então, hoje em dia, a notícia também precisa estar nesses canais, né? As redes sociais, com o tempo, elas viraram mais um veículo de comunicação, porque ali são compartilhados os conteúdos produzidos nas redações, né? Tanto na TV quanto no rádio quanto no ambiente da internet, né? No digital. Eu acredito que seja assim de máxima relevância, principalmente pelos números que a gente colhe, né? Dos conteúdos publicados, se a gente não está na rede social, o alcance hoje em dia é muito menor do conteúdo publicado e a gente também tem os grupos, né, de WhatsApp, e que a informação gira muito rápido, né? Então, a pessoa recebe o link ali de um veículo que ela está acostumada a ler, ou então ela entra no próprio site, vê a notícia que é relevante, já quer compartilhar ali com a família, com os amigos. É, então é uma coisa muito instantânea, né? Eu acredito até que já o orgânico, porque as pessoas já isso faz parte do dia a dia das pessoas, ninguém mais fica sem o celular sem as redes sociais, se informa principalmente pelas redes sociais hoje em dia, né? Ao invés de entrar nos portais, esse é um fenômeno que a gente tem acompanhado nos últimos anos também de mudança de comportamento do nosso leitor.

00:03:33 - Victor - Por essas redes sociais, com o aumento das tecnologias e o aumento também do uso das redes sociais, as notícias chegam muito mais rápido e têm um alcance muito maior do que tinha antes e, ao mesmo tempo que elas têm esse benefício. Do outro lado, ela também é usada para a propagação de notícias falsas. Qual você enxerga que são os maiores desafios enfrentados pelo jornalismo digital ao lidar com o combate de fake news nas redes sociais?

00:04:00 - Thaísa - Esse é um dilema, né? Eu diria assim da nossa atualidade, né? Com relação ao jornalismo com relação à informação. O que o jornalismo tenta fazer, como sempre fez, mas hoje, numa velocidade, eu diria que muito maior. É ter mais agilidade na checagem das informações, porque é o que eu estava falando mais cedo, ao mesmo tempo que você compartilha o link de uma matéria com agilidade, você também pode compartilhar um vídeo que você recebeu ali no grupo da família ou dos amigos, sem saber a procedência, né? Daquele conteúdo que você está compartilhando sem saber se é verdade o local onde aquilo aconteceu de fato a data, né? Então, a agilidade hoje ela é a nossa, é, digamos assim, o nosso elemento principal no dia a dia de trabalho nas redações, justamente principalmente para os fatos mais relevantes, para eles serem divulgados quase que instantaneamente ao fato ali ocorrendo, né? Então, essa dificuldade é muito grande, por que o que que acontece com o jornalismo profissional? Por mais que você tenha fontes, por mais que você seja um jornalista bem relacionado e empenhado em conseguir a informação o mais rápido possível, muitas vezes a gente esbarra em alguns fatores, né? Por exemplo, é, na própria checagem, você precisar de mais tempo para conseguir um retorno de uma pessoa que está envolvida naquele assunto que está sendo tratado. Então, ao mesmo tempo que a gente está empenhado ali em levar aquela notícia o mais rápido possível, a população com maior assertividade possível também. Por outro lado, as pessoas estão ali é de forma muitas vezes irresponsável, né? Não vou generalizar, mas óbvio que a gente sabe que isso acontece, compartilhando o conteúdo sem saber se aquilo, se aquela informação é verdadeira ou não, né? Então eu diria que a agilidade é o principal fator assim que nós temos que trabalhar com mais rapidez, até com mais assertividade pra evitar que as pessoas se utilizem de materiais que chegaram a elas

compartilhadas aí nas redes sociais de forma equivocada. A gente sabe também que muitas pessoas se aproveitam disso, né? Com má intenção mesmo de compartilhar esses conteúdos inadequados. Por isso, eu acredito também que educação nesse processo todo é um fator essencial, assim, para as pessoas estarem realmente cientes de que aquilo que elas estão compartilhando sem propósito, ou só porque estão em busca de um like não é uma coisa certa, né? Então a gente precisa de, então eu acho que as pessoas precisam falar sobre o assunto fake news, né? Para que quanto mais ele seja discutido, mais as pessoas se conscientizem de que compartilhar informação que não é verdadeira, que é equivocada, que é inadequada, é. É um comportamento assim, que não agrega nada à nossa sociedade, né? É uma coisa que chega a ser maldosa mesmo, muitas pessoas se aproveitam disso de forma equivocada, e então eu acho que falar, educar e conscientizar as pessoas sobre a importância de se ter conteúdos sérios, né? De checar as informações antes de se abrir um portal de notícias relevante, né? Que a gente saiba que tenha credibilidade para poder compartilhar um conteúdo antes é muito importante.

00:07:51 - Victor - No primeiro episódio aqui do fato, checados, eu conversei com o Cristiano Pavini, né? Ele é jornalista de dados, jornalista do Farolete, enfim, muito experiente também no assunto, e ele disse uma coisa muito legal, muito interessante. Ele disse que a maioria das pessoas é, vamos supor, é que apoia determinado político ou torce para determinado time de futebol, por exemplo, se ela recebe uma notícia falsa, mas que agrada ela por conta desse pensamento que ela tem de ser a favor ou não de determinadas coisas, o que ela faz primeiro é compartilhar ao invés de checar a informação pra ver se pra ver se essa informação realmente é verdadeira. A gente até citou a questão dos grupos do WhatsApp, de famílias, né? Porque a gente vê hoje em dia nesses grupos de WhatsApp, de família, a propagação de notícias falsas é muito alta, né?

00:08:43 - Thaísa - E é muito alto, né? E a gente brinca, até que tem a tia do zap, que é a campeã de compartilharem informações falsas, né? É e é um comportamento comum, eu acho que assim o ser humano é muito passional, né? Então, ele tende a

colocar ali as paixões dele mesmo, né? À frente de qualquer princípio, muitas vezes, né? O que é uma falha, porque é nesse momento que a gente se descuida e pode muito bem compartilhar ali um conteúdo inadequado, né? Conteúdo mentiroso falso. É, então é, eu acho que a própria educação nesse âmbito de fake news é muito importante justamente por isso, porque a gente tem que colocar acima de tudo valores, né? Princípios, e não paixões, e não o sangue quente ali numa hora que você está falando sobre política, né? Defendendo x ou y, político é, a gente teria que ser racional na análise do que a gente está compartilhando para ser uma discussão honesta e responsável, né? Acerca de todos os assuntos aí envolvendo esses ambientes, principalmente onde a gente sabe que a discussão vai mais a fundo, né? Na nas eleições a gente viu muita gente aí rompendo, né? Relações entre família, entre amigos porque escolheu x não escolheu y político e nessa paixão toda aí, nessa, nessa campanha toda, muita gente compartilhando é materiais falsos, né? Então eu acho que tudo isso passa por uma mudança mesmo de comportamento das pessoas e entenderem que aquilo ali que elas estão compartilhando é uma coisa séria e é uma coisa que pode, sim, acarretar resultados sérios na vida das pessoas que estão envolvidas ali, né?

00:10:40 - Thaísa - Recentemente a gente viu um caso, acho que, se não me engano, em maio desse ano, no Guarujá, de um homem que foi agredido e morto por uma fake news de um roubo de motocicleta e no final das contas, a polícia averiguou que a que a motocicleta era emprestada de uma pessoa, né? E ele acabou morrendo. Então esses casos todos geram resultados trágicos, podem gerar resultados trágicos, como foi esse do Guarujá. É, então as pessoas precisam saber ter ciência de que os atos delas podem acarretar situações muito sérias. Mesmo envolvendo esse âmbito de compartilhamento de notícias falsas.

00:11:19 - Victor - A partir desse momento de compartilhamento de notícias falsas, você se lembra de algum episódio sobre fake news que aconteceu aí no G1 e o que foi feito para conseguir sair dessa situação?

00:11:30 - Thaísa - Eu me lembro assim, nada muito grave, não? Mas não, claro, dentro, respeitando as projeções e tal. Eu me lembro que, na pandemia, começaram a usar muitos dos links do G1 com o final de outros links de fake news, né? Então, as pessoas usavam ali um título com a logomarca do G1 e falavam, por exemplo, Ah, o prefeito de Ribeirão Preto mandou fechar a cidade, e é em uma época que não havia nenhuma determinação a respeito da quarentena mais rígida que foi adotada em alguns períodos aqui em Ribeirão Preto e as pessoas recebiam aquele link com a logo do G1. E qual o título e não se preocupavam em clicar, né? Na matéria, quando você clicava no link sem ser o do G1, que era um link aleatório, ele caía em um meme, em um GIF. Então as pessoas não tinham a preocupação de nem clicar naquele link. Elas só recebiam uma mensagem ali da notícia falsa envolvendo a prefeitura de Ribeirão Preto e compartilhavam e isso chegou aqui na nossa redação, muitas vezes. E então nós tivemos que, é claro, né? Primeiro, procurar a prefeitura para saber se aquilo é que é o primeiro passo, né? Procurar as pessoas envolvidas ali, já identificadas para a gente saber se realmente existe alguma situação envolvendo aquele título que está sendo veiculado. E ali, depois da checagem feita, nós redigimos uma nota, né? Não para publicar no site, desmentindo aquela informação que a prefeitura não havia determinado nenhum, não havia publicado nenhum decreto emergencial determinando o fechamento do comércio, dos restaurantes, né? Pra trazer ali a informação correta para as pessoas, para que ninguém, para que não gerasse um resultado final, né? Ruim, né? Uma coisa mais séria pudesse acontecer, mas isso aconteceu não só com Ribeirão Preto na época, isso aconteceu com várias cidades, principalmente as menores aqui na região também. Onde a gente sabe que muitas vezes as redes sociais são o único veículo de comunicação mesmo, né? Às vezes, um blogueiro ali na cidade que se envolve mais com os assuntos do cotidiano, né? Ele passa a ter ali uma relação com as fontes e ele mesmo vira um veículo, né? De comunicação na cidade. Então isso aconteceu muito, muito mesmo. E a nossa solução foi essa, de checar em primeiro lugar, depois redigir uma nota, uma notícia, né? Para publicar no site, compartilhar nas redes sociais e também em trabalho em conjunto, aqui com o jornal da EPTV, nós também alertamos a redação também para que eles pudessem levar

essa informação pro telejornal, então é uma cadeia, né? Um resultado em cadeia quando isso acontece.

00:14:36 - Victor - E todo esse desafio, eu acho que acredito que todos os lugares, todos os jornalistas, todas as emissoras têm e sempre vai ser um desafio para você tentar combater essa propagação de fake news. Você pode explicar um pouquinho mais para nós? Como funciona a aba de Fato ou Fake que vocês utilizam? E qual a importância dessa iniciativa para o público, para os leitores, enfim.

00:14:58 - Thaísa - A editoria de Fato ou Fake foi criada em 2018 em um consórcio de veículos formada por um consórcio de veículos do grupo Globo, e desde então, ele se dispõe. Essa editoria se dispõe de várias ferramentas de monitoramento das redes sociais para buscar ali conteúdos que tem ganhado muita relevância e que ainda não foram noticiados. Esse monitoramento é feito todos os dias, né? Com uma grande equipe de jornalistas empenhada nisso, e aí aquele fato que está gerando ali uma repercussão em determinado lugar ou nacionalmente falando ou localmente falando, é feita uma checagem desse conteúdo para saber se ele procede ou não, quais os caminhos editoriais vão ser tomados para tratar aquela notícia. E então, diante da checagem feita por esse grupo, né? De jornalistas, é carimbada ali a informação de que aquela informação que está circulando nas redes sociais é fato, verdade ou fake, informação falsa, desinformação. Essa editoria concentra várias publicações envolvendo conteúdos que estão ganhando relevância nas redes sociais desde 2018. Tem muita coisa publicada lá é envolvendo todos os tipos de assunto possíveis. Assim não tem uma exclusividade de ser política, pelo contrário, até porque a gente sabe que a fake news não envolve só política, né? A gente sabe que isso aí envolve n assuntos, né? Diferentes editorias, então é um trabalho minucioso de garimpo para levar informação de qualidade assertiva às pessoas que estão buscando aquele conteúdo determinado ali, que foi identificado que está tendo busca. Eu considero que é uma iniciativa muito bacana, muito legal, principalmente para você compartilhar, né? Depois nos seus, no seu meio de redes sociais que você usa porque muitas vezes a gente recebe, né? Um conteúdo ali que não é verdade, depois tem lá o Fato ou Fake para

comprovar se aquilo ali é mentira ou é verdade, né? Então facilita, eu acho a comunicação, facilita a informação para quem está buscando e outra coisa que eu acho que é o mais interessante até é aquele balde de água fria naquela pessoa que estava compartilhando o conteúdo falso, né? Porque, olha, está aqui, está vendo? É verdade ou é mentira? O que você estava compartilhando a respeito de determinado assunto, né? É? É uma iniciativa inovadora, eu acho. Já tem, apesar de já ter 5 anos, vem dando certo, é positiva e o mais importante, deixa o debate sobre fake news em destaque para todo mundo que está acessando o portal para todo mundo que está buscando formação de qualidade, informação relevante e com credibilidade.

00:18:05 - Victor - Então estamos chegando ao final desse nosso terceiro episódio, Thaísa, muito obrigado por compartilhar seus conhecimentos e experiências desse desafio de combate às fake news no jornalismo digital e foi um prazer recebê-la.

00:18:18 - Thaísa - Obrigada, Victor. Eu que agradeço o convite e estou sempre à disposição.

00:18:23 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e os acompanhar aqui no fato, checados até o próximo.

DECUPAGEM ENTREVISTA FLÁVIA LIMA - 4º EPISÓDIO

00:00:00 - Victor - Olá, eu sou o Victor Faustino, e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news e um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais. Nosso quarto episódio, vamos conversar um pouco sobre a desinformação, tecnologia e uso das redes sociais na assessoria de imprensa, voltado um pouco para a política. E para nos ajudar nesse desafio, tenho o prazer de receber aqui no Fatos Checados, Flávia Lima.

Formada em jornalismo pela Unaerp em 1994, com experiência em assessoria de comunicação política e cultural em veículos impressos, rádio e TV. De 2000 a 2020,

trabalhou com marketing político, atuando como redatora em programas de rádio e TV. Autora do livro “As incríveis aventuras de Bolívar”, obra produzida entre junho e outubro de 2022. Trabalhou na campanha de políticos como Camilo Santana governador do Ceará, João Paulo Lima prefeito de Recife, Antônio Palocci Prefeito de Ribeirão Preto e entre outros nomes. E hoje trabalha como assessora de comunicação da Prefeitura de Ribeirão Preto, Governo de Duarte Nogueira desde primeiro de fevereiro de 2023. Flávia, muito obrigado por ter aceito o nosso convite.

00:01:15 - Flávia - É um prazer Victor estar aqui com vocês.

00:01:18 - Victor - É, então para iniciarmos esse bate-papo, como você entende que as fake news podem afetar a opinião pública em decisões políticas?

00:01:26 - Flávia - Afeta completamente e de maneira decisiva, né? E eu penso que a gente precisa, em primeiro lugar, ter um minuto para pensar sobre o que é fake news, né? Hoje a gente tem um modelo que é muito claro de fake news, que é passar a notícia pelo WhatsApp, divulgar notícia falsa pela pelas redes sociais, sobretudo, né. Os grandes veículos não costumam fazer isso de forma tão categórica. Mas fake news sempre existiu, é sempre possível, sempre foi possível, sempre foram criados boatos, é mentiras, informações falsas e muitas vezes, em meio a verdade. E às vezes eu penso que eu me formei em 94 aqui nessa instituição, né? E já saí trabalhando, já, inclusive já trabalhava no mercado, eu já estava no mercado e por. E por isso que hoje, naquele momento era mais difícil detectar uma fake news e mostrar pro seu ouvinte, pro seu espectador, pro seu leitor que aquilo era uma fake news, você provar que aquilo era uma fake news era mais difícil, né? Hoje eu penso que isso é mais simples, embora o desafio seja maior porque é mais fácil de disseminar. Então, antes, Ah, a notícia falsa. Espera aí. O Estadão publicou uma matéria que é verdadeira, mas tem um fato ali que induz o leitor a pensar numa. Né? Numa abordagem que não é verdadeira, né? E aí, como destrinchar isso? Era mais difícil, nesse aspecto era mais difícil. Hoje a gente tem um grande desafio da disseminação mesmo, né? E há várias formas de se combater isso nas redes sociais, em assessoria política, em assessoria de comunicação

empresarial, nos veículos de comunicação. A gente combate, divulgando ao outro lado, divulgando a verdade e provando aquilo, né? É falso, é, eu tenho como prerrogativa básica que nunca se deixa uma notícia falsa. Ah, deixa para lá, é melhor não falar porque as pessoas não vão esquecer. Se falar é pior, se ficar tocando nesse assunto é pior. Não, eu acho que sempre é preciso conversar sobre aquilo, deixar claro que aquilo não é verdadeiro, é a melhor forma de combater.

00:03:53 - Victor - Conforme você citou, muito bem, né? As redes sociais, as tecnologias vão avançando e a disseminação fica muito mais rápido, muito mais fácil, né? Eu acho que porque muitas pessoas têm acesso, como você acha que os políticos, e você também, como equipe, né, de político, como assessoria política tem que trabalhar com essas campanhas eleitorais, principalmente em épocas eleitorais, porque são muitas notícias, a tempo todo. Conversei com o Cristiano Pavini, né, que eu comentei com você no nosso primeiro episódio, ele, ele disse uma frase legal e muito importante. Que a maioria das vezes que uma pessoa recebe determinada notícia se ela já apoia determinado candidato x, por exemplo, a tendência é muito mais ela compartilhar essa notícia do que checar pra ver se essa notícia é falsa ou não, porque ela já apoia determinado candidato. Como lidam com essa questão período político.

00:04:46 - Flávia - Pois é, então é isso, acontece com o ser humano em tudo, não só na política, né? É você ama um parente seu e você recebe duas informações conflitantes, você vai automaticamente crer na pessoa que você ama, né? E isso é natural, é uma defesa. Para combater isso, primeiro é preciso bater, bater, bater na mesma tecla, uma comunicação ela é bem feita quando ela é disseminada em vários veículos, né? Então você vai no rádio, o político vai dar uma entrevista no rádio, ele vai, vai, vai virar matéria na televisão aquele assunto, vai sair no jornal e as pessoas entendem falar ah, não, espera aí, tem tanto veículo falando, tanta gente falando, então é verdade, né? Aquilo ali não era verdade, né? É bater, bater, bater, bater, perder tempo com aquilo, é exaustivo, como você disse, assim, a disseminação é instantânea. É, vamos pegar um fato que aparentemente não é uma fake news, mas, por exemplo, um menino morto, a aquela criança que apareceu boiando, o refugiado, né? Um bebê

refugiado aquela, eu conversei com o Malin que é um técnico que segue as redes sociais, acompanha o movimento e vê como ela está, a notícia vai, tem potencial para se disseminar e ele viu imediatamente que uma luzinha começou a piscar ali e se disseminar e falou essa notícia. vai bombar como nunca houve, né? E aí as pessoas no mundo inteiro divulgou aquilo, né? Com pesar que como deve ser, né? Nesse caso unânime, diferente da fake news. Só que se você parar pra pensar, existe uma fake news por trás disso, que é todos os dias aparecer um corpos boiando ali, mas não era de uma criança branca, então não, não chamava tanta atenção, não tinha esse potencial para disseminar. E uma coisa perigosa na fake news é isso. Quando ela é boa, quando ela e como você disse, como Pavini disse, quando a ideia vende o que você quer ouvir, quando a ideia traz uma informação que é o que você quer, né? Aí a ideia é boa, sentir pesar para uma criança morta refugiada é unânime, então essa ideia é muito boa. Quando você divulga uma fake news que traz uma informação que é tudo o que você queria ouvir, falando mau outro que você não gosta é verdade? Pronto, viraverdade absoluta, né? E é muito difícil combater. Como você vai chegar lá no Irã, de repente a fake news bateu la no Irã, como é que você vai fazer? Você vai ter que fazer o mesmo caminho para divulgar, né? Mas é como gerenciar uma crise. Nunca é 100% satisfatório, por mais que você consiga gerenciar muito bem, faz tudo que é preciso, sempre vai.

00:07:44 - Victor - Ainda sobre essa questão é, é, você acha que é mais fácil essa disseminação de fake news, essa disseminação de uma notícia falsa do que você é tentar consertar essa notícia falsa depois que ela já saiu para ela ter o mesmo alcance.

00:07:58 - Flávia - Eu acho que o melhor é tentar consertar, fazer com as agências públicas fazem, né? Aquela checagem, mostrar que ó, isso não é falso, isso é isso e falar daquele mesmo assunto, fazendo o caminho dele, esse é o melhor caminho, não é? É o caminho que nós, jornalistas, temos que buscar e é o nosso diferencial, né? Porque o público, as pessoas que divulgam ou por interesse econômico, muitas vezes ou por ignorância mesmo uma notícia falsa, elas não têm o conhecimento técnico que nós temos de usar os recursos retos para uma notícia ser boa, para conter o lead, ela

conter uma boa manchete, digamos assim, naquele formato de banner, de rede, seja o que for, mas a gente tem que usar essa ferramenta.

00:08:46 - Victor - A gente sabe que do mesmo jeito que a notícia propagada é muito rápida, qual você acha que são as responsabilidades dos meios de comunicação e das plataformas de mídia digital na prevenção da disseminação dessas notícias falsas?

00:09:04 - Sandra - Então checar, né? Checar, checar, que é uma coisa que infelizmente não ocorre por conta da necessidade, do furo, do imediatismo. Se o repórter espera 5 minutos a mais para soltar aquela notícia, ele é considerado um perdedor, digamos assim, né, no meio. Porque ele soltou depois dos outros, e aí o estrago é muito grande. Eu tenho visto isso diariamente na imprensa aqui em Ribeirão Preto, mesmo em veículos grandes como o G1, eu vejo o que que eu vejo? A pessoa divulga uma informação, aí eu ligo, por exemplo, pro veículo e falo, ô fulano, espera aí meu amigo, se não pediu informação pra gente e essa informação está errada? Ah não, então me fala aí, Flávia, qual é o lado da prefeitura? Por que que aconteceu esse acidente, que eu coloco, eu altero a matéria. Esse negócio de alterar a matéria no ar, né? É um crime, porque veja bem a pessoa que leu primeiro a informação errada ou truncada, que é errada também, né? Uma informação truncada é a mesma coisa que uma mentira. Porque vai dar margem para interpretações mil, e aí a pessoa que leu aquilo, ela não vai voltar lá para ler de novo. Ah, deixa eu ver se o repórter atualizou, claro que não. Então o correto seria uma bela de uma manchete. Erramos, foi o total tal informação, leia aqui a versão da prefeitura, aí sim, e isso não é feito por vaidade do veículo ele não vai considerar errado, colocar um erro, colocar um erramos é, é mais ou menos quando qualquer um na vida cotidiana ter vergonha de pedir desculpas, né?

00:10:47 - Victor - É porque se você atualiza a matéria, a pessoa vai, vai, já vai estar na mente do leitor ou do ouvinte. Ah, eu já ouvi essa manchete, já ouvi esse assunto, não preciso ver de novo. Só que se você posta uma outra nota, aparece outra pra pessoa e a provavelmente a possibilidade dela ler ou escutar é bem maior, né?

00:10:54 - Flávia - E, nesse sentido, os veículos de comunicação tradicionais, né? O que a gente chama de jornalões, eles divulgam fake news todos os dias, nesse sentido, não com a intenção de ganhar dinheiro, de ganhar voto, como é feito nas redes por aqueles gabinetes, né? É, mas o que acontece? Ele colabora muito com a disseminação da notícia ruim, né, da notícia errada, e aí a pessoa pega aquilo pronto. Depois já já virou uma notícia errada. Então, se eu tivesse fazendo mídia training, é com que eu já fiz alguns com clientes, né? Políticos? Eu agora puxaria a minha orelha. Se isso fosse no mídia training, porque eu te dei a seguinte manchete agora, Flávia Lima afirma que jornalões propagam fake news todos os dias. Né? Mas trocando miudos, é isso?

00:11:48 - Victor - É, mas aí é tem muito aquela questão de você pegar o contexto inteiro, porque a Flávia está falando e não cortar só esse, esse simples pedaço, né?

00:11:57 - Flávia - Exatamente, eu daria margem para você fazer isso se a sua intenção fosse apenas ganhar like, e não desvendar e tentar desvendar um grande desafio, como você disse no começo, né? Destrinchar um grande desafio que é essa questão que é a questão, que isso é principal hoje da questão do jornalismo.

00:12:29 - Victor - Os políticos que você assessora, eles têm essa dificuldade no media training sobre lidar com fake news, porque eu acho que eles são perguntados muitas vezes de determinados assuntos que eles não fizeram, mas que são fake news, eles têm que ter esse treinamento. Eles têm que ter essa moldagem também?

00:12:54 - Flávia - É, ó, eu penso que no caso de uma campanha política, o cliente é o candidato e aí, nesse caso, não há muita dificuldade, porque você vai conversar com ele e vai, olha fulano o grande ruído entre você e o seu eleitor hoje é a questão x então você vai falar muito sobre essa questão sempre que você tiver a oportunidade, beleza? Está resolvido. Agora numa assessoria cotidiana, um acompanhamento de uma campanha irregular, que a gente chama o acompanhamento de Governo de uma Prefeitura e tal. O que que acontece? Nós temos muitas portas vozes, né. Se a gente

vai falar sobre um buraco na rua, o porta-voz é o Secretário da Infraestrutura. Se a gente vai falar sobre educação ou é o Secretário da Educação ou um técnico, e aí cada pessoa reage de um jeito. Em uma entrevista, ela também nunca tem tempo de abordar todos os assuntos e só o que é fragmentado, né? Só um viés é usado, por exemplo, entrevista de TV, ele fala, fala de uma entrevista longa, explica sobre tudo aí, aquilo que não conseguiu explicar. Se a TV não tiver afim fazer uma matéria negativa, ela vai usar aquilo e aí fica o ruído, fica faltando informação. E o que que a gente pode fazer para combater isso no dia a dia? Fazer muita matéria, muito release, marcar muita entrevista para que o cidadão ouça, uma vez pelo menos envolvida, esse cara, explicando sobre o tal assunto.

00:14:15 - Victor - Para finalizarmos, você se lembra de alguma situação em que alguns de seus assessorados foram alvo de fake news? E o que foi feito para contornar essa situação?

00:14:25 - Flávia - Eu lembro de muitas situações, eu vou contar uma no começo do da quando eu comecei porque faz tanto tempo, né? E que isso não vai ferir, né? Não vai prejudicar ninguém profissionalmente, essas pessoas nem hoje nem mais estão na política, né? Mas tem um caso envolvendo, inclusive, que que foi responsabilidade nossa enquanto profissionais, né? Uma pessoa que estava na campanha, que fazia parte da campanha, uma jornalista recém formada, ela era responsável pela clipagem, e aí ela esqueceu de incluir na clipagem uma matéria que era muito importante, que tinha sido uma nota maliciosa que saiu no Correio Brasiliense e a campanha era aqui em Ribeirão Preto e a nota dizia, o fulano não vai sair, vai o ano que vem, se ele ganhar a eleição, e ele estava com 90% das intenções de voto, para ganhar em primeiro turno. Se o fulano ganhar, ele não vai governar Ribeirão Preto, quem vai governar vai ser o vice dele, porque ele vai sair candidato ao Senado. E o vice dele era muito mal visto nas pesquisas. Era um cara que não era querido, ele não, não havia nada contra ele, mas ele não era simpático ao público. E aí eu pedi para incluir essa matéria na clipagem e depois perguntei, a pessoa ficou com vergonha de falar que não tinha incluído ao invés de falar, errei, avisa lá todo mundo

avisa a coordenação da campanha. Não está assim foi, e aí as pessoas que tinham que ler né? Que estavam finalizando o programa de TV de rádio que iam para o ar na hora do almoço, foi de manhã e tudo é muito rápido mesmo dia tudo muda. Elas não souberam disso e aí, no programa da hora do almoço um candidato era nanico, mas que foi, digamos assim, é ele usou aquilo, né? Mesmo que não fosse favorecê-lo diretamente, mas para prejudicar o que estava na frente, eles tampando o programa de TV deles dizendo, olha, fulano não vai indo conversar Ribeirão Preto aí imediatamente nas pesquisas que são feitas na hora durante o programa, uma campanha de mais vulto. Elas e foi identificado que ele, que teria segundo turno, por conta disso, entendeu? Aí você vê a responsabilidade de um profissional da comunicação só para dar um pequeno exemplo? E isso era fake news, porque esse candidato não tinha nenhuma intenção de sair e não saiu candidato ao Senado. Mas isso prejudicou muito a campanha dele, né?

00:17:17 - Victor - É um erro, podemos dizer, muito pequeno que vai virando uma bola de neve.

00:17:22 - Flávia - Muito pequeno. E nós temos essa responsabilidade. A gente pode não se dar conta, mas em qualquer área, qualquer matéria que você fizer de qualquer área, você está tocando alguém tocando muita gente ao mesmo tempo, né? Então a informação tem que ser sempre muito clara, porque cada um interpreta de um jeito, as pessoas têm limitações inerentes à condição social dela, condição psicológica, a cultura, e principalmente ao que ela pretende acreditar, né? Ao que ela tem interesse em acreditar, então não pode deixar dúvida. A gente não tem esse direito, né?

00:18:05 - Victor - Estamos chegando ao fim desse nosso quarto episódio do Fatos Checados. Flávia, muito obrigado por compartilhar seus conhecimentos e experiências conosco nesse episódio e foi um prazer recebê-la.

00:18:15 - Flávia - Foi um prazer, Victor. Parabéns por esse trabalho.

00:18:20 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui os fatos checados até o próximo episódio.

DECUPAGEM ENTREVISTA MARÍLIA VALENTE - 5º EPISÓDIO

00:00:14 - Victor - Olá, eu sou o Vitor Faustino e esse é o Fatos Checados, um podcast que discute os impactos das fake news e no cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.

Neste quinto episódio, vamos falar um pouco sobre a desinformação voltado um pouco para a TV. E para bater um papo conosco, explicar um pouco mais sobre o assunto, tenho o prazer de receber aqui no Fatos Checados, Marília Valente. graduada em jornalismo pela União de Cursos Superiores, COC em 2005 e pós-graduada com mestrado em linguística pela Unifran em 2010. Trabalha na EPTV Ribeirão Preto, afiliada da rede Globo, como produtora e editora de rede, foi professora na Estácio Uniceb Ribeirão Preto, de 2011 a 2017. Ministro das disciplinas como telejornalismo, documentário, produção de textos e teoria da comunicação. Tem experiência na área de comunicação, com ênfase em organização editorial de jornais, atuando principalmente em termos como literatura jornalística e livro reportagem.

Marília, muito obrigado por ter aceito o nosso convite.

00:01:20 - Marília - Eu que agradeço, é um prazer estar participando nesse programa com você.

00:01:25 - Victor - Bom, então para iniciarmos nosso bate-papo, você acredita que as notícias falsas que são propagadas nas redes sociais afetam o trabalho jornalístico na TV?

00:01:48 - Marília - Olha, Victor, é o seguinte. Assim, né? A gente já é, passou por muitos apuros, né? Ainda passa, claro? É, mas hoje em dia a gente a situação melhorou bastante, né? Porque o que acontece? Quando as fake news chegaram com

as mídias sociais, o WhatsApp e Facebook Instagram, que hoje em dia, que que a gente fala, né? Todo mundo é um produtor de notícia. O celular na mão faz com que qualquer pessoa possa fazer um vídeo possa disparar uma notícia, mandar informaçãoe tal. Então, quando começou a disparar esses vídeos, né? Já há algum tempo. Agente teve muito problema, dor de cabeça, mas não exibir nada, porque a gente teve muito mais trabalho para apurar, sabe mais ter. A gente teve que buscar outros meios para poder dar a notícia. Mas, ao mesmo tempo que chegou isso pra gente, a gente teve um de outro desafio, a nossa profissão no jornalismo abriu um outro leque, questão checadores de notícia, as fake news acabaram criando uma outra área dentro do jornalismo, que hoje em dia, por exemplo, a gente tem no G1 o Fato ou Fake outros é veículos de imprensa têm uma área destinada para isso, que são profissionais que estão se especializando na checagem de notícias. Mas assim, impacto no sentido que eu queria saber. Você está dizendo no sentido da gente, divulgar a notícia ou do nosso trabalho mesmo? A dinâmica do da redação.

00:03:06 - Victor - É, eu falo mais sobre o trabalho de vocês, né? Porque conforme as notícias vão, vão se proliferando cada vez mais rápido na nas redes sociais vocês é têm que se reinventar e ter algumas estratégias ali, algumas cartas na manga para lidar com esse tipo de é de informações falsas, né?

00:03:27 - Marília - Por exemplo, quando a pandemia a gente viveu muito isso, né? A pandemia acho que ela além dela acelerar muitos processos com relação à tecnologia, ela também trouxe muito isso. Muita gente divulgava notícias de vacina contra a vacina que fazia mal. Isso foi muito sério assim. A gente teve aquele caso no Guarujá também, que a notícia falsa se propagou, e aí acho que, tipo, acabou teve um caso de morte, né, que confundiu a uma pessoa. E aí a pandemia se intensificou muito com as notícias do vírus de pesquisa de vacina isso caiu em em rede social no WhatsApp, então o nosso trabalho foi desmentir isso e ir atrás de fontes oficiais e profissionais para conseguir combater um pouco, né? As fake news, porque imagina que você está numa rede social, tipo assim, assim, ó de mais idade, tipo minha mãe, é parentes que, né, tudo pode. Eles acreditam em tudo que vem. Então o legal de tudo isso é que muitagente vem me buscar. Ô Marília, isso é verdade? E meu trabalho nos grupos de família

era, não é mentira, é falso, é falso, ia lá e botava uma verdadeiro. Então assim, e aí eles queriam assistir isso deu um pouco mais de de credibilidade, ainda mais para a gente, tipo, não só EPTV que eu trabalho lá, mas outras emissoras que trabalham com seriedade, as pessoas passaram a buscar mais o jornalismo Sério, sabe a beber mais dessa forma? É óbvio que as redes sociais o WhatsApp. Essas coisas trouxeram essas notícias, né? Trazem ainda muito. Mas e o nosso trabalho de checagem de de apuração e levar a notícia séria pro telespectador trouxe também mais credibilidade pramente, pra as pessoas ainda beber da fonte certa ne? Mas, é claro, mudou toda a dinâmica da redação. Assim é de todas as redações de criar departamentos, inclusive pra fazer esse tipo de checagem de fake news e postar. É verdade ou mentira, fato ou fake, né? Pra poder, é alertar e prestar ainda mais serviço, que é o nosso papel comum contra o jornalista, né? Mas nós já tivemos casos de chegar vídeos que, a pessoafalou, tipo, é, vou dar um exemplo, tá? Uma chuva muito forte em Ribeirão Preto. A gente recebeu vários vídeos. E aí, um vídeo era muito, tinha uma imagem, muito enchente. Assim, uma avenida, ela é toda, é cheia de água, carros boiando e tal. E falando Ah, tal lugar de Ribeirão Preto. E aí a gente bateu o olho e falou, não, não é, Ribeirão, é Ribeirão, não é, e chegam, chegam vários vídeos assim que chegam falando que é Ribeirão, que que é a primeiro passo, é ir checar o local, ligar para as lojas, teto, autoridades, bombeiro, polícia, quem lida com isso? Equipe vai no local e vêque não é aquilo ou, por exemplo, esses dias chegou um vídeo lá de uma onça que apareceu em Jardinópolis, e no meio da rua, uma onça pintada. A primeira coisa que a gente fala bom, a onça pintada não é nossa região. Essa rua não é em Jardinópolis. Vamos ver se existe esse estabelecimento lá e vai estar chegando, que não é aqui, mas chega como se fosse, então é óbvio que nossa dinâmica de trabalho desde então vem mudando bastante.

00:06:51 - Victor - E como fazer pra pra educar os seus telespectadores, para eles consumirem mais? É notícias de veículos com credibilidade acreditarem mais. É em veículos com credibilidade e deixar de lado um pouco aqueles grupos do WhatsApp. Vamos se dizer assim, que é uma coisa que eu que eu conversei bastante com o pessoal que passou aqui pelo fato de checados Né? Que eles. Eles recebem essas notícias pelo WhatsApp e não checam. Eles só compartilham como você entende que,

que dá pra educar os seus telespectadores nesse sentido de checar mais é as informações de ir atrás de um veículo de credibilidade.

00:07:28 - Marília - Continuando esse trabalho assim, sabe de seriedade, de imparcialidade, de buscar mostrar todos os dias. Olha, é buscar especialistas na área fontes que tenham força dentro daquela comunidade, sabe? E propagar não só que nem a gente tem a TV, a gente tem um grupo, né? E levar esse trabalho também para nossas redes sociais, porque esse público também está ali todos os dias. Se não está na TV, está na rede social. E agora a gente tem esse trabalho também. E mostrar pegar é esses temas relevantes, né? No caso da pandemia, a questão da vacina, que foi uma coisa muito falada, né? Ai, não tomo que daí se vacina faz mal, né? Então a gente, tipo assim, começou a fazer uma série de reportagens, trazer especialistas para o estúdio cada vez mais, buscar guardar o tema de formas diferentes para trazer esse público para a gente mostrar para eles o que nosso papel como jornalismo a gente, não a gente não é dono da verdade, né? É, tem uma frase do Ricardo Noblat que fala enquanto o médico pensa que é Deus, jornalista tem certeza, mas a gente não é. Não pode ser assim. A gente apenas é o canal, né? A nossa função é prestar o serviço, então é buscar pessoas que entendam daquele assunto, pessoas que tenham um currículo daquela área para levar melhor informação para a população. E claro, de uma linguagem clara, objetiva, que todos entendam, né? Para tirar essa questão de aié de distanciamento, entre TV e o público. Pelo contrário, a gente tem que aproximar cada vez mais. Então assim é a nossa linguagem se aproxima desse público e mostrar para eles que nós estamos ali mostrando, buscando especialistas que para trazer o bem, né, prestar um serviço para a comunidade. É, ao contrário de muitas fake news, que o intuito é isso, é, é criar dúvida, é prejudicar, é levar a pessoa para tomar atitudes erradas e o nosso papel enquanto jornalista, não. É levar o serviço, buscar aumentar a nossa credibilidade, né? Então, assim, errando menos, porque errar também, a gente vai errar. E buscar trazer esse público de outras maneiras, por exemplo, uma forma que a gente trouxe na EPTV, por exemplo, a gente hoje tem muito mais proximidade com o público pelas redes sociais, pelo WhatsApp, pelo Twitter, eles mandam mensagens e participam ao vivo do jornal. Né? Eles mandam sugestões de pauta. Antigamente, quando eu entrei na TV, eu via o mundo pelo telefone, o produtor, né?

Quando produtora, então eu falava com as pessoas pelo telefone, a equipe ia lá marcada. Era uma coisa mais, era totalmente uma relação mais fria, distante. Era muito pelo telefone a equipe ia lá, hoje não, hoje a pessoa mande você pode pedir pra pessoa mandar um vídeo, você conversa com ela pelo WhatsApp, ela participa do jornal, ela se vê. O público gosta de estar ali, participando dele, ser ouvido, né? Então é isso. É uma forma do jornalismo se aproximar mais da das comunidades, das pessoas, os nossos telespectadores, né?

00:10:41 - Victor - Com o passar dos tempos as tecnologias, as redes sociais vão evoluindo. E esse fenômeno da fake news da desinformação também vai evoluindo junto, né? Como você entende? Como você vê o futuro do jornalismo de TV nesse ambiente de cada vez mais impulsionado? É com esse meio digital cada vez mais impulsionado com a desinformação.

00:11:04 - Marília - Olha, eu acho assim no jornalismo de TV, a gente tem uma grande vantagem que é a imagem. Então assim, a imagem vale mais que tudo e a gente, e é primordial, né? Então você vai fazer uma reportagem se a gente vai fazer uma matéria é, a gente tem que ter a imagem da do acontecimento. Ah, não tem por exemplo, tem pelo menos um documento que prove então que favorece para a gente. É muito a questão disso, né? Em TV, você vai bancar aquilo que você tem? Já o impresso ou na internet, se ela não tiver foto ou imagem, ela vai no texto, então assim eu acho que TV é um pouco mais fácil de você lidar com isso, que você às vezes você vai estar lá no local. Tem um acidente acontecendo por exemplo. Você vai lá, você mostra o que está acontecendo, você está com tudo ali. Você está com, né? Pode errar alguma informação ou outra, mas você está ali no local ou você vai contar uma matéria, você vai estar com a pessoa do lado, se vai ouvir, então, assim podemos cair. Podemos, claro, a gente corre esse risco. Mas a gente tem que que tem que buscar alternativas. A gente tem que correr atrás da notícia, correr atrás da apuração de informação, buscar as fontes corretas, né? Porque a gente também pode é buscar a fonte que que nos passar também pode nos prejudicar. A gente tem que cercar como a gente diz lá no jornalismo, cercando, liga para um liga para outro. A tecnologia ela veio, ela nos ajuda em vários aspectos, mas aí como tudo, é um equilíbrio, né? Ela ajuda e tem o

lado que é ruim, tem o lado que é bom, a gente tem que aproveitar o que é bom Né? Então eu, quando eu entrei na TV, não existe WhatsApp é era mais telefone fixo que você, você fazia ligação, internet não existia, rede social pra você achar as pessoas, era mais difícil. Hoje você acha os personagens que a gente fala muito mais fácil, chegam muito mais notícias pra gente, né? A essa comunicação facilitou muito e tem um lado que é ruim, que é o lado da né das pessoas que querem disseminar fakenews, tudo, mas a gente está sabendo lidar, sabe? Eu acho que no nosso meio, inclusive, tipo, alunos que estão se formando agora e tal, é uma área que você tem que saber que tem um novo nicho, os que eu chamo assim, os secadores de notícia e são essenciais. Eu acho que esse papel vai ser importante durante muito tempo, porque eu acho que não acaba mais, né, Victor? Acho que é difícil terminar, é fake news sempre existiu, né? No passado existiu, é que ela não era disseminada, de uma forma tão rápida. Né? Como é agora? Mas é a gente tem que encontrar caminhos.

00:13:48 - Victor - Você citou um pouquinho sobre o período da pandemia, né? Fala um pouquinho para nós. Como foi essa experiência, né? Que sempre a todo o tempo chegando. Muita informação de vacina, de casos de COVID é de mortes não só de Ribeirão, mas da região, né? De Ribeirão Preto em si falando porque para nós, como foi essa experiência com tanta informação chegando, como vocês fizeram para conseguir se organizar com todas essas informações logo no começo da pandemia?

00:14:15 - Marília - Olha, Victor, eu vou te falar que a que a pandemia foi uma das coberturas mais difíceis, assim que nós tivemos em vários aspectos, né? Além das fake news, obviamente é que era tudo muito novo, né? Então, assim, nem os melhores especialistas ainda sabiam dizer ao certo o poder, né? Dessa doença, o que o que poderia acontecer? Era tudo muito novo. Ninguém sabia muito que falar direito. No início era questão de daquela questão ficar em casa, e aí a gente que era profissional que, né? A questão da, existia o termo, né? Qual que era o termo que precisava trabalhar? Mas tinha os personagens que precisavam trabalhar e não podiam ficarem casa. Nós éramos aqueles, aqueles profissionais que tinham que trabalhar. E a gente trabalhou com muito medo, com muita informação chegando, a gente criou um grupinho lá na TV que ficava com tomando conta dos hospitais. Um levantamento junto

com a prefeitura. Aí, buscando especialistas para tentar apurar, para ver o que estava acontecendo, porque até então, no começo, não se sabia direito. Começou a, começaram as coletivas da Prefeitura falando da das mortes, né? E a gente começou a abrir mais espaço para eles falarem, né? Dar espaço para quem, para as autoridades falarem, né? Porque nós mesmos também. Nós não, não sabíamos ainda ao certo o que realmente estava acontecendo. Então hora que as autoridades começaram a fazer as ações coletivas de imprensa, né, que a gente chama. E falar da real citação que Ribeirão, por exemplo, estava vivendo que os hospitais estavam ficando lotados ea gente começou a ter que fazer é revezamento de equipe, por exemplo, a gente não podia se encontrar, tinha as equipes da manhã, né? A gente se organizou assim para a cobertura, como a gente era, a gente tinha que trabalhar. O jornal tinha que ir para o ar. A gente não podia se contaminar, e nenhum contaminar o outro, porque senão não, não ia ter jornal no ar. Teve a afiliada, que inclusive ficou sem jornal porque todo mundo pegou. Então o que é que nós fizemos, nós dividimos em 2 equipes, era equipe da manhã, e a equipe da tarde, então eu era a equipe da manhã, então eu entrava de manhã com a minha equipe, todos de máscara, né? Obedecendo, todas as orientações fazendo as checagens do dia fazendo levantamento, primeiro os hospitais e com os especialistas que estavam tomando conta desse assunto, tanto no Hospital das Clínicas quanto na Prefeitura, quanto no Ministério da Saúde da Secretaria Estadual, com as autoridades, porque eram eles que passavam tudo pra gente.

00:17:02 - Marília - E aí a gente botava tudo no ar. E ai acabava o jornal, a primeira edição, a gente já ia embora, a gente não cumpria as nossas horas porque não podíamos encontrar com a equipe da tarde. Depois vinha a equipe da tarde e fazia o jornal da noite. E as equipes não se viam por que que é tomou essa atitude? Para não contornar, por exemplo, se eu ficasse doente, eu não podia encontrar aqui porque da tarde para tu contaminar todo mundo à tarde, então assim é bem tenso. Assim. No começo a gente teve muito medo de se contaminar, de levar pra casa porque era uma doença incerta Ninguém sabia de nada. Não existe a possibilidade de vacin. E a gente todo dia vendo gente morrer, números aumentando, porque o que eu falava para minha família, porque às vezes a gente fica até meio paranóico, né, em algumas coberturas. Eu ficava com medo obviamente, fiquei em casa, não saia de casa. Cumpria tudo.

Porque se não você fica muito doida. Por que que a gente fica doido, porque eu não tenho alternativa de falar, não quero ver televisão, eu não quero saber de nada. Nós jornalistas, a gente respira isso. Então era dia e noite respirando COVID como fala ne falar da palavra. E apurando. Há muita coisa chegava pra gente que não era verdade, muita coisa era verdade. Imagens de outros lugares, de gente enterrando , Ah, aquelas coisas que vocês já sabem. E assim foi uma cobertura muito cansativa para a gente. Assim, óbvio que nem se compara com os profissionais da saúde, né? Não estou comparando, estou falando só da cobertura jornalística, mas para nós também foi muito cansativo em todos os aspectos que eu estou te falando, a questão do trabalho em si né? De dividir a equipe, ao medo, a ansiedade e a cobertura de algo que você ainda não sabe ao certo que a gente foi descobrindo aos poucos. E a gente foi descobrindo, desmentindo muitas fake news. É que chegava muitas fake news e as fake de alguma forma você pode verque até tem o lado bom. Colaboraram para que a gente fosse muito mais atrás daquelas informações, a gente descobrir muito mais coisas da COVID, né? É, então, a gente tinha que apurar muito mais é pesquisar muito mais, ouvir mais pessoas, ouvir os especialistas. O Skype também. Ah, outra coisa, o Skype facilitou muito a nossa vida e também nós passamos a fazer muita entrevista porSkype porque nós não podíamos chamar o especialista aí no estúdio. É muitas a gentenão podia ir com repórter no local. É, então gente gravava Skype com esses com essas pessoas que também não podiam sair dos hospitais. Ai é um avanço da tecnologia que nos

ajudou demais nessas coberturas. Então a gente podia entrevistar desde o cara aqui de Ribeirão como um cara lá, tipo de São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília. Todo mundo que a gente queria, a gente poderia ter no jornal coisa que antes não acontecia. É então, assim, fake news, tecnologia, é a pandemia trouxe avanços, fez a gente avançarem muita coisa, nas checagens, na cobertura, no uso dessa tecnologia, que poderia ser tipo assim, ia chegar, mas a gente antecipou, né?

00:20:05 - Victor - Estamos chegando ao final de mais um episódio aqui do fato, checados. Marília, muito obrigado por compartilhar os seus conhecimentos e

experiências conosco nesse episódio, abordando o fenômeno da desinformação que é sempre muito difícil de ser combatido.

00:20:19 - Marília - Eu que agradeço, espero ter colaborado com vocês, viu?

00:20:25 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui no fato, checados até o próximo episódio.

DECUPAGEM ENTREVISTA FERNANDO BRAGA - 6º EPISÓDIO

00:00:01 - Victor - Olá, eu sou o Vitor Faustino e esse é o Fatos de Checados, um podcast que discute os impactos das fake news em um cenário de avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais.

Estamos começando o sexto e último episódio da primeira temporada de Fatos Checados. E hoje vamos bater um papo sobre a influência das fake news, avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais no jornalismo impresso. Para isso, tenho o prazer de receber aqui, no Fatos Checados, Fernando Braga. Iniciou no jornalismo em 1975, primeiro no O Diário, depois no Diário da Manhã, Diário de Notícias, Jornal de Ribeirão, Verdade e A Cidade. Trabalhou também no jornal, Comtudo, e na revista Revide. E, desde 2005, dedica-se a um projeto idealizado e feito mensalmente por ele. E esse projeto é o jornal da Vila, que busca resgatar a memória da Vila Tibério, um dos bairros mais antigos de Ribeirão Preto, interior de São Paulo, e dar voz a pessoas que a grande mídia normalmente esquece. Publicado mensalmente pela editora Jornal da Vila, conta com uma tiragem de dez mil exemplares, com distribuição gratuita casa a casa e nos principais pontos comerciais.

Fernando, muito obrigado por ter aceito o nosso convite.

00:01:36 - Fernando - Obrigado. Prazer participar do seu podcast.

00:01:40 - Victor - Então para iniciarmos esse bate-papo, por ser um profissional com muita experiência na área, você acha que o jornalismo tradicional conseguiu se adaptar ao avanço da tecnologia e o aumento do uso das redes sociais?

00:01:54 - Fernando - Sim, ele, de certa forma eles conseguiram sim. Assim, a tiragem do impresso caiu bastante. Por exemplo, a venda da nas bancas a gente percebe, assim, que o número de exemplares é bem menor que que chega aqui em Ribeirão. Da grande imprensa que eu falo, Folha, Estadão. A gente percebe também que o jornal A Cidade, o jornal tradicional centenário também foi fechado, encerrou suas atividades. Então, de certa forma, a grande imprensa, Estadão, Folha, eles têm conseguido assim, ter uma vida online, né? Na internet, mas é paga, então é uma forma que eles conseguiram para eles conseguirem fundos, né? Mas eu acredito assim, que afetou bastante a parte do jornalismo do impresso, né?

00:03:01 - Victor - Quais você acha que são os desafios enfrentado pelos jornais impressos em um ambiente de notícias digitais e mídias sociais em constante mudança?

00:03:10 - Fernando – Então, o grande problema assim que eu vejo, que as novas gerações já não leem, né? É então é complicado assim. Há um futuro, é, não é bom assim para. Tem um grande parte assim dos leitores, é de um público mais maduro, né? Vamos chamar assim. Então, eu não sei como que vai ser assim. Eu acredito assim, que vai ficar os grandes veículos de comunicação, assim estão sofrendo muito. O que está que vai sobreviver, eu acredito, como é o caso do Jornal da Vila, é um jornalismo assim de nichos, né? Nichos específicos. Mesmo assim, você vê que o caso do Lance que era um nicho interessante de esportes, mas a nível nacional não pegou. Não, não deu certo mais. Então talvez uma coisa mais específica assim, nichos, pequenos nichos eu acredito.

00:04:14 - Victor - Com o aumento do uso das redes sociais e o avanço das tecnologias, as informações circulam com uma velocidade maior, fazendo com que o número de leituras de jornais impressos diminua um pouco, né? Como você já citou. E como você faz para que o Jornal da Vila ainda seja um jornal tradicional e com relevância em meio a todas essas mudanças aqui em Ribeirão Preto.

00:04:34 - Fernando - Então, eu procuro exatamente notícias que não estão na rede, que não não estão na grande mídia. Por exemplo, nessa última edição agora, eu fiz

uma matéria sobre a feira livre aqui de que ocorre aqui às quintas-feiras e que está se reduzindo, o número de barracas foi muito reduzido, então eu entrevistei os feirantes, entrevistei usuários ne, os frequentadores, compradores. E assim, matérias que não saem na mídia, a mídia não tem interesse em divulgar as coisas do bairro, dos bairros, né? Então, aqui no meu caso específico do meu bairro, eu procuro assim noticiar o que que está acontecendo, e também vou atrás de histórias também, né? De coisas que aconteceram há tempos que tem um público que gosta muito, que é bem ávido por esse tipo de informação.

00:05:35 - Victor - Então você entende que voltar um pouco para esses nichos que a grande imprensa não mostra que a grande mídia não mostra, é você entende isso como uma estratégia para continuar atraindo leitura a todo o tempo, né? Fazendo um material diferente do que muitos fazem aqui em Ribeirão Preto.

00:05:52 - Fernando - Exatamente. Então, apesar que a televisão, por exemplo, eles estão atrás de problemas, né? Do dos bairros assim, buraco coisas que são problemáticos assim, buraco na rua, caiu uma árvore ou coisas assim, mais pontuais. Agora, uma coisa mais elaborada, mais assim, por exemplo, uma pessoa que eu vou fazer uma matéria agora, que é uma pessoa que cuida de um jardim, ela vai lá e dedica seu trabalho voluntariamente para cuidar de um jardim de uma praça, sabe? É uma coisa que dificilmente eles vão, sabe, de repente, quando é, é uma coisa muito grande assim, teve uma praça lá no Jardim Independência que a população se reuniu tal e, para fazer plantar flores e aí eles dão a notícia, mas uma pessoa que cuida da praça assim, um solitário, sabe, eu acho que é um exemplo, né? Do trabalho voluntário, assim, eu acho que é interessante.

00:07:04 - Victor - Qual você acha que é o papel dos jornais impresso na educação dos leitores em um mundo cada vez mais digital e saturado de desinformação?

00:07:14 - Fernando - Então o problema dos jornais dos grandes jornais é que eles pertencem a grupos econômicos, então, é a visão do grupo econômico. Não é uma visão, é, vamos dizer assim, isenta, sabe, aquela ideia de que o Ah, o jornalismo, é isento, não é isento. Sabe? Isso aí é uma, uma Falácia até, sabe ele, ele tem, ele tem

lado, então é difícil assim, de educar. Eles querem educar para o sentido deles, porque eles acreditam a visão de mundo que eles têm. TV também grupo econômico as TVs, sabe, é, não são assim. Você vê mais independente assim são blogs, são, é pessoas assim que ou pequenos grupos, mas que também têm uma visão que não é, vamos dizer, uma visão ideológica. Tem a ideologia dos 2 lados, né? Tem um pessoal que fala assim, ah, a esquerda é ideológica, mas a direita também é ideológica. Todo mundo tem ideologia. Ideologia é uma coisa de todo mundo. E dentro da imprensa, as empresas têm uma ideologia, têm uma ideia do de mundo, e eles defendem essa ideia.

00:08:41 - Victor - Você citou uma questão interessante é sobre, é as pessoas que tomam a frente e cuidam de jardins de praças. É ou se eu não me engano, em 2018 eu fiz uma matéria para o Jornal do Ônibus aqui na Unaerp, sobre praças nos bairros, aqui perto da Unaerp, que estão, que não estão bem cuidadas pela prefeitura. E do outro lado nós fizemos para comparar algumas outras praças que estão bem cuidadas. Mas a gente percebeu que essas outras praças, melhores cuidadas, é mais os munícipes mesmos que moram ali em torno que pegam pra cuidar dessas praças. A gente percebeu uma coisa diferente, porque eles gostam muito de falar dessas coisas. Ele, eles têm. Eles têm muitas fotos, muitas recordações e a gente percebe que é uma coisa que é muito de família, sabe? A mãe começa cuidando e depois vai passando para o filho e aí acaba que o local ali que, que a praça fica sempre muito bem cuidada.

00:09:43 - Fernando - Exato. Exatamente, e começa a ser frequentada também por pelas famílias, né? É o que dá vida para a praça, no caso é a participação das pessoas que afastam os as, os vamos chamar assim os indesejáveis, né? Que são, sei lá, possíveis furto, coisas assim, droga, então afasta esse público, né?

00:10:12 - Victor - Isso é. É um ponto legal. A gente entrevistou 2 mulheres de um carro de lanche, né? Não vou lembrar o nome da praça agora, mas era uma praça que não estava muito bem cuidada na época, né? E aí elas disseram que é muito comum acontecer os roubos lá. E é legal porque a gente percebe que elas querem falar, elas querem que as pessoas escutem suas vozes, mas a grande mídia, muitas vezes não volta para esse lado, ne?

00:10:44 - Fernando - Não volta. Assim é, é mais uma coisa genérica, uma coisa assim, bem, bem ampassã, né? Bem rápida assim, então é um olhar rápido assim, né? Sabe, ela não tenta se aprofundar. A diferença do impresso para a televisão é essa que, a não ser programas especiais, né? Na, na TV. Mas a diferença é que o no jornalismo dá para vocês aprofundar, né? O problema, dá para você ir mais fundo, né? Da questão.

00:11:20 - Victor - Durante todo esse tempo com o Jornal da Vila, você se lembra de algum episódio envolvendo fake news ou algo parecido? E o que foi feito para contornar essa situação?

00:11:31 - Fernando - Eu tenho muito cuidado assim, de publicar. Por exemplo, se a pessoa vem e relata um problema, eu vou atrás para saber, porque o jornal é mensal, né? Então eu vou, eu vou atrás para verificar. Para não, não. Inclusive, se é um problema com outra pessoa, eu falo, eu vou ter que ouvir o outro lado, sabe assim, então é difícil. Procuro não deixar passar esse tipo de coisa assim, de desinformação, né? Ou uma informação falsa ou informação errada, né? A gente procura evitar isso. Se sair errado é um acidente, de engano mesmo, mas não uma coisa que afete o outro.

00:12:22 - Victor - Pelo menos no Jornal da Vila que você tem muita experiência. Você vem com esse projeto há muito tempo, né? Que já é uma realidade. Então você acha que essa questão do avanço das tecnologias e o aumento do uso das redes sociais não tem tanta influência no seu trabalho, no seu jornalismo, no jornal da Vila, né?

00:12:44 - Fernando - O jornal, eu tenho sim uma participação legal assim, no Facebook, que eu tenho a página do jornal, tem no Instagram a página e tem um grupo que a gente fez aqui que é os amigos da Vila Tibério, pra trazer os problemas, né? É um grupo grande, assim, ele tem mais de quase trinta mil membros. E ali. A gente, por exemplo, quando tem algum problema. Então o jornal, eu, de certa forma, alguns problemas do bairro ou coisa assim, eu levo para suas mídias sociais, não é? Agora, o jornal em si, ele vive do impresso mesmo. E as pessoas aguardam, é um jornal assim que que é quando sai a pessoa, sabe, assim tem, tem uma procura. É, é interessante,

assim tem as pessoas às vezes de outros de outros bairros. Tem um senhor, por exemplo, do centro que vem buscar aqui o jornal todo mês. E ele leva, porque no prédio que ele mora, ele descobriu que tem outros ex-moradores da Vila Tibério. Então ele já leva 12, por exemplo. Esse senhor leva 12 jornais todo mês. Tem o pessoal que busca assim, sabe? Então é interessante. Nas bancas também tem relatos assim, de pessoas que vêm de longe buscar.

00:14:12 - Victor - É legal, acho que principalmente pelo lado em que a gente sabe que o número de leitores de jornais impresso estão diminuindo. Mas por outro lado, você tem alguns, é alguns fãs ali, vamos se dizer assim, né, que todo mês está ali esperando, é esperando sair a edição para pegar para ler, para compartilhar com os amigos, né?

00:14:32 - Fernando - Exato. Exatamente, isso aí é legal, assim. Tem pessoas assim que procuram mesmo, sabe? É, é interessante. Assim, nas bancas, por exemplo, tem uma banca que fica em frente à Igreja Nossa Senhora do Rosário, ali na praça Coração de Maria, ali aos domingos na missa vem gente de longe que que ex-moradores da Vila Tibério e gostam de frequentar aquela igreja e aí eles pegam o jornal ali naquela banca. Na outra banca aqui que é da praça José Mortari, aos domingos tem uma feira, né? 2 de julho, uma rua ao lado da praça. Então, tem muita gente do Jardim, do Monte Alegre, do Jardim Recreio, na feira, e pega o jornal na banca também. Sabe? Então é um jornal que de repente ele, ele expande, ele, ele não está só na Vila Tibério, ele é distribuído na Vila Tibério, mas ele tem uma expansão assim por outros bairros, sabe?

00:15:39 - Victor - É, então estamos chegando ao fim do nosso sexto episódio e também ao fim da primeira temporada do Fatos Checados. Ao longo dessa temporada, exploramos os impactos da desinformação no cotidiano de experientes jornalistas, podendo entender melhor sobre os desafios enfrentados e estratégias que foram surgindo junto com a propagação de notícias falsas. E lembrando, cabe a cada um de nós procurar fontes confiáveis, verificar os fatos e compartilhar informações com responsabilidade.

Fernando, muito obrigado por compartilhar suas experiências conosco nesse último episódio do Fatos Checados.

00:16:15 - Fernando - Obrigado e um abraço a todos.

00:16:17 - Victor - E aos nossos ouvintes, não se esqueçam de checar as informações antes de compartilhar e nos acompanhar aqui no fato, checados fatos checados.

ANEXOS

**AUTORIZAÇÃO**

Pelo presente instrumento, eu Cristiano Pavini, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Victor Almeida Faustino, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a mídia e está sendo orientado pela Prof.^a Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo", DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Cristiano Pavini

Assinatura: _____



AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Sandra Lambert, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Victor Almeida Faustino, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a mídia e está sendo orientado pela Prof.^a Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo", DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Assinatura: 



AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Thaisa Figueiredo, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Víctor Almeida Faustino, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a mídia e está sendo orientado pela Prof.^a Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo", DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Assinatura: Thaisa Figueiredo

1 de 2



AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu _____ Marília Valente _____, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Victor Almeida Faustino, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a mídia e está sendo orientado pela Prof.^a Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo", DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Assinatura: _____

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Victor Almeida Faustino', is written over a horizontal line.



AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Flávia Lima,
abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Victor Almeida Faustino, estudante
do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha
imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu
TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a
mídia e está sendo orientado pela Prof.ª Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha
imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e
qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD
("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo",
DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão,
televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via
internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material
que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na
Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Assinatura: Flávia Lima



AUTORIZAÇÃO

Pelo presente instrumento, eu Fernando Braga, abaixo firmado e identificado(a), autorizo, Victor Almeida Faustino, estudante do Curso de Jornalismo da Universidade de Ribeirão Preto, a utilizar **minha imagem** e também minhas **informações** prestadas, para elaboração de seu TCC – Trabalho de Conclusão de Curso, que tem como título: Fake News e a mídia e está sendo orientado pela Prof.^a Ms. Flavia Cortese Martelli.

Esta autorização inclui o uso de todo o material criado que contenha minha imagem, de forma que melhor lhes aprouverem, notadamente para toda e qualquer forma de comunicação ao público, tais como material impresso, CD ("compact disc"), CD ROM, CD-I ("compact-disc" Interativo), "home vídeo", DAT ("digital áudio tape"), DVD ("digital vídeo disc"), rádio, radiodifusão, televisão aberta, fechada e por assinatura, bem como sua disseminação via internet, independente do processo de transporte de sinal e suporte material que venha a ser utilizado para tais fins e/ou no exterior, conforme expresso na Lei 9.610/98 (Lei de Direitos Autorais).

Ribeirão Preto, 15 de Novembro de 2023

Assinatura: Fernando Braga

