

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS – DCH-III
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO MESTRADO EM EDUCAÇÃO,
CULTURA E TERRITÓRIOS SEMIÁRIDOS – PPGESA**

LARA RIBEIRO CAVALCANTI DE ALMEIDA

**ESCUDOS CONTRA FAKE NEWS: MÉTODOS PARA APRENDIZADO
SOBRE NOTÍCIAS FALSAS**

**JUAZEIRO-BA
2020**



LARA RIBEIRO CAVALCANTI DE ALMEIDA

ESCUDOS CONTRA FAKE NEWS: MÉTODOS PARA APRENDIZADO SOBRE
NOTÍCIAS FALSAS

Dissertação de mestrado apresentada ao Departamento de Ciências Humanas, Campus III, Universidade do Estado da Bahia, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos.

Linha de Pesquisa: Letramento e Educação Intercultural.

Orientador: Prof^o. Dr^o. Luiz Adolfo de Paiva Andrade.

JUAZEIRO-BA
2020

A447e

Almeida, Lara Ribeiro Cavalcanti de

Escudos contra fake news: métodos para aprendizado sobre notícias falsas /
Lara Ribeiro Cavalcanti de Almeida.-- Juazeiro, 2020.
109 fls : il.

Orientador(a): Luiz Adolfo de Paiva Andrade.

Inclui Referências

Dissertação (Mestrado Acadêmico) - Universidade do Estado da Bahia.
Departamento de Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação Educação,
Cultura e Territórios Semiáridos - PPGESA, Câmpus III. 2020.

1.Fake News. 2.WhatsApp. 3.Rádio. 4.Jornalismo. 5.Educação.

CDD: 001

LARA RIBEIRO CAVALCANTI DE ALMEIDA

ESUDOS CONTRA FAKE NEWS: MÉTODOS PARA APRENDIZADO SOBRE
NOTÍCIAS FALSAS

Dissertação apresentada ao corpo do Programa de Pós-graduação Mestrado em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos do Departamento de Ciências Humanas, Universidade do Estado da Bahia, Campus III e aprovada em ____ de _____ de _____.

Prof^o. Dr^o. Luiz Adolfo de Paiva Andrade
Universidade do Estado da Bahia/UNEB (Orientador)

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Dr^a. Sheila Borges de Oliveira
Universidade Federal de Pernambuco/ UFPE (Examinador Externo)

Prof^o. Dr^o. João José de Santana Borges
Universidade do Estado da Bahia/UNEB (Examinar Interno)

Dedico a realização deste trabalho à minha família. Ao meu esposo Bruno Carvalho e aos meus filhos Caio e Joana. São fonte de toda inspiração e motivação diante de qualquer desânimo. Sem eles, certamente a conclusão desta pesquisa não teria o mesmo sabor de conquista com tempero de esforço, dedicação e amor.

AGRADECIMENTOS

Agradeço à Deus e à todos que colaboraram com este trabalho, principalmente:

Ao PPGESA que sempre soube conduzir com humanidade todo meu processo de permanência no programa.

Aos professores das disciplinas cursadas que sempre colaboraram muito para minha visão de mundo enquanto pesquisadora. Aprendi a ler e questionar como nunca na vida. Em especial, ao Prof^o. Dr^o. Josemar Pinzoh por toda atenção e, principalmente, pelas aulas fantásticas.

Ao Prof^o. Dr^o. Luiz Adolfo de Paiva Andrade, pela condução, paciência e presteza em colaborar e acompanhar a orientação deste trabalho. Sinto-me muito grata por ter tido a sua confiança.

Aos programas de rádio de maior audiência no Vale do São Francisco, nas cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, que abriram as portas para a pesquisa e colaboraram com as informações e coleta de dados.

Aos meus amigos mais próximos que vivenciaram nos bastidores o andamento da pesquisa e que torceram para que terminasse com êxito. Representando meus amigos, cito a Prof^a. M^a. Mariana Barros, que me inspirou, ajudou e sempre esteve a par do processo e minha amiga Prof^a. M^a. Teresa Leonel por tantas informações compartilhadas e, principalmente, por intermediar o convite para Prof^a. Dr^a. Sheila Borges, que faz parte da minha banca avaliadora como professora convidada.

Aos meus familiares, em especial, ao meu tio Prof^o. Dr^o. Jorge Cavalcanti, que sempre esteve à disposição para ajudar e que sempre torceu e torce por mim.

À minha mãe Carolina Avila, pessoa fundamental e que sempre desejou e incentivou a minha carreira não só prática no jornalismo como também acadêmica.

Em memória, agradeço aos meus anjos do céu, meu avô Raul Ribeiro, sempre fonte de inspiração e energia. Tenho certeza de que 'lá de cima' tem muito orgulho. Nessa mesma

torcida faço referências à minha avó Malá que, certamente, no dia da minha defesa, se fosse viva, estaria presente na primeira fileira para prestigiar.

Um agradecimento cheio de amor, carinho e admiração à minha avó Olga que, neste ano de 2020, completou 101 anos e que me inspira.

Um agradecimento especial aos meus anjos da terra: Márcia e Dina, que muitas vezes assumiram meu papel de mãe com muita dedicação com meus filhos para que eu pudesse concluir esse grande objetivo.

Agradeço com todo amor desse mundo ao meu esposo, companheiro, amigo, fã número um, incentivador e, muitas vezes, patrocinador dos meus sonhos. Ele está sempre junto comigo e não renuncia aos meus desejos. Obrigada Bruno.

Por fim, agradeço aos meus filhos Caio e Joana, minhas preciosidades. Vocês dois me ensinam na prática que o poder da resiliência, da calma e da dedicação nos transforma o tempo todo. No final, sempre tudo dá certo. Então, viver a vida um dia de cada vez nos faz pessoas melhores e mais evoluídas. Obrigada filhos!

Cérebro Eletrônico
Gilberto Gil & Marisa Monte
(1996)

O cérebro eletrônico faz tudo
Faz quase tudo
Faz quase tudo
Mas ele é mudo

O cérebro eletrônico comanda
Manda e desmanda
Ele é quem manda
Mas ele não anda

Só eu posso pensar
Se Deus existe
Só eu
Só eu posso chorar
Quando estou triste
Só eu

Eu cá com meus botões
De carne e osso
Eu falo e ouço.
Eu penso e posso

Eu posso decidir
Se vivo ou morro por que
Porque sou vivo
Vivo pra cachorro e sei
Que cérebro eletrônico nenhum me dá socorro
No meu caminho inevitável para a morte

Porque sou vivo
Sou muito vivo e sei
Que a morte é nosso impulso primitivo e sei
Que cérebro eletrônico nenhum me dá socorro
Com seus botões de ferro e seus olhos de vidro

RESUMO

Esta pesquisa trata-se de um estudo em *Fake News*, no qual revela como os fluxos de conteúdo que chegam através do aplicativo *WhatsApp*, são recepcionados nas redações de rádio das duas cidades mais importantes do Vale do São Francisco: Petrolina-PE e Juazeiro-BA. A partir das análises e descobertas com a pesquisa ação, metodologia científica adotada, foi proposto um método chamado de ‘escudos’, que tem como objetivo auxiliar as pessoas que trabalham com notícia (jornalistas, radialistas e comunicadores em geral), como também quem consome informações através das redes sociais na internet. O método ainda pode ser aplicado na educação. Professores e alunos juntos estabelecendo regras e cuidados para o uso consciente do aplicativo. A pesquisa demonstra que isso é possível. São ações de fácil aplicabilidade. A ideia é que com o amplo conhecimento do método, as pessoas não sejam vítimas dos conteúdos falsos e que também não compartilhem, ou seja, disseminem ainda mais as *Fake News*, esse que é um problema social e precisa de atenção.

Palavras-chave: *Fake News*. *WhatsApp*. Rádio. Jornalismo. Educação.

ABSTRACT

This research is a study in Fake News, in which it reveals how the content flows that arrive through the application, WhatsApp, are received in the radio newsrooms of the two most important cities in the São Francisco Valley: Petrolina and Juazeiro. From the analysis and discoveries with action research, scientific methodology adopted, a method called 'shields' was proposed, which aims to help people who work with news (journalists, broadcasters and communicators in general), as well as those who consume information through social networks on the internet. The method can still be applied in education. Teachers and students together establishing rules and care for the conscious use of the application. Research shows that this is possible. These are easy to apply actions. The idea is that with the extensive knowledge of the method, people are not victims of false content and that they also do not share, that is, spread even more Fake News, this is a social problem and needs attention.

Keywords: Fake News. Whatsapp. Radio. Journalism. Education.

LISTA DE IMAGEM

Imagem 1 - Print da publicação de um vídeo Fake em um grupo de moradores de um condomínio.....	26
Imagem 2 - Print da publicação desmentindo o vídeo no site oficial do governo de Pernambuco com informações da pandemia da Covid-19.....	26
Imagem 3- <i>WhatsApp</i> do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação	50
Imagem 4- <i>WhatsApp</i> do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação	51
Imagem 5- <i>WhatsApp</i> do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação	51
Imagem 6- Imagens do <i>WhatsApp</i> do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes.....	79
Imagem 7- Imagens do <i>WhatsApp</i> do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvinte	79
Imagem 8- Imagens do <i>WhatsApp</i> do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes.....	80
Imagem 9- Imagens do <i>WhatsApp</i> do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes.....	80
Imagem 10- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos	84
Imagem 11- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos	84
Imagem 12- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos	85

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 NOTÍCIAS FALSAS E JORNALISMO: EM BUSCA DO ESTADO DA ARTE.....	20
2.1 O QUE SÃO <i>FAKE NEWS</i>	20
2.2 EXEMPLIFICANDO OS RISCOS	31
2.3 MECANISMOS DE DEFESA	33
2.4 ESTRATÉGIAS DE DEFESA	37
2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	41
3 COMUNICAÇÃO, JORNALISMO E <i>WHATSAPP</i>: O QUE ALTEROU NA ROTINA DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO.....	43
3.1 BREVE HISTÓRICO DO RÁDIO E DO RADIOJORNALISMO NO BRASIL	44
3.2 OS CAMINHOS DO JORNALISMO NA INTERNET.....	52
3.3 RÁDIO E INTERNET: A CONVERGÊNCIA	57
3.4 AS REDES SOCIAIS E A INTERATIVIDADE: OS PRINCIPAIS PROGRAMAS DE RÁDIO DO VALE DO SÃO FRANCISCO	59
3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	60
4 POTENCIAL DO <i>WHATSAPP</i> PARA EDUCAÇÃO: COMO O APLICATIVO SE RELACIONA COM A EDUCAÇÃO E COMO PODEMOS INSTRUIR USUÁRIOS A UTILIZÁ-LO DA MELHOR MANEIRA?.....	61
4.1 COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE EDUCACIONAL NA ERA DAS REDES SOCIAIS NA INTERNET.....	62
4.2 DUAS FACES PARA INTERPRETAÇÃO DE CONTEÚDO: ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO	68
4.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS	72
5 <i>FAKE NEWS</i> E RADIOJORNALISMO NO VALE DO SÃO FRANCISCO: RUMO À CONSTRUÇÃO DE UM MÉTODO	74
5.1 PROGRAMA EDENEVALDO ALVES: RÁDIO PETROLINA FM (98,3 FM).....	75
5.1.1 Coleta de dados: programa Edenevaldo Alves	77
5.2 PROGRAMA NOSSA VOZ: RÁDIO GRANDE RIO FM (100,7 FM).....	79
5.2.1 Coleta de dados programa Nossa Voz	82
5.3 PROGRAMA SUPER MANHÃ: RÁDIO JORNAL PETROLINA (90,5 FM)	85
5.3.1 Coleta de dados programa Super Manhã	88
5.4 PROGRAMA DO GERALDO JOSÉ: RÁDIO TRANSRIO FM (99,9 FM).....	89
5.5 ESCUDOS CONTRA AS <i>FAKE NEWS</i> NO COMBATE A DESINFORMAÇÃO	90
5.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	95
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	96

REFERÊNCIAS	101
ANEXO A	104
ANEXO B.....	107

1 INTRODUÇÃO

Iniciamos com um exemplo hipotético. Imagine que o programa de rádio está no ar. Antes do início da transmissão, o/a jornalista que manipula o aplicativo *WhatsApp* e recebe um grande volume de informações precisa abrir as mensagens que chegaram desde o dia anterior. Todas são lidas, ouvidas e selecionadas para a edição do dia. Quando o programa começa, novas mensagens chegam e a demanda para selecionar começa a comprometer o olhar atento e cuidadoso do profissional que cuida dessa missão. Nem sempre todas são ouvidas previamente e vão ao ar. É o que acontece em uma passagem no programa “Bom Dia Vale”, que envolve o áudio de um homem que informa, por exemplo, “estar esperando por uma cirurgia de amputação de um membro há seis meses”. Ele relata toda a dor que sente, os remédios que toma e que já não fazem mais efeito; por fim, ainda diz que está com o benefício cortado pelo INSS, um verdadeiro caos.

A mensagem de áudio enviada através do *WhatsApp* gera comoção e o apresentador enfatiza o descaso da saúde pública, o descaso do poder público municipal e o descaso do INSS com esse ouvinte. Pessoas começam a mobilizar doações e ajudas para este homem. A notícia do “abandono público ao ser humano” começa a ser compartilhada no aplicativo de conversas e viraliza na cidade fictícia, aqui chamada de “Petrovale”, provocando uma “onda de solidariedade”. Imagine ainda que nas redes sociais na internet uma campanha é criada e a mobilização só aumenta.

Quando a secretaria de saúde municipal é procurada, o programa de rádio é informado que todo este drama não passa de uma invenção, uma farsa, ou, de acordo com o vocabulário jornalístico corrente, uma notícia falsa ou *Fake News*. A produção do programa descobre que, na verdade, o homem que mandou o áudio é assistido pelo município por conta de um transtorno grave de comportamento. Sua perna, na verdade, já fora amputada desde a juventude e ele não está aguardando nenhuma cirurgia. O mesmo homem mora em uma casa de apoio e tem ajuda da família e do poder público. Não haveria necessidade de doações e muito menos de campanha. Notem a falha: popularizar uma informação que chegou através do *WhatsApp* sem antes checar, apurar, entender o motivo daquela denúncia principalmente se é verdade ou não.

O comunicador/comunicadora que tem o *WhatsApp* como ferramenta de conteúdo para formatação de programas precisa também ter o filtro apurado para a veracidade dos fatos. O primeiro questionamento neste exemplo seria se o homem está em alguma unidade de saúde,

afinal, quem espera uma amputação de membro necessita estar internado e ninguém espera seis meses por uma cirurgia desse tipo.

É notável que o *feeling*, a percepção, a desconfiança e a experiência contam muito, mas é preciso entender que há maneiras para se proteger do que é notícia falsa, ou seja, as *Fake News*. Este termo em inglês entra em nosso vocabulário como um neologismo, uma nova junção de duas palavras, para citar a notícia fabricada, criada ou interpretada de maneira falsa. E mesmo sendo escrita na língua inglesa, a expressão é assim também falada no Brasil e todos entendem. O autor D'ancona (2018), explica que esse termo antes era disfarçado através de escândalos criados pelos meios de comunicação de massa e hoje ocupa espaço e destaque na mídia on-line e virou um grande perigo na Era da pós-verdade.

O conceito do que é notícia para profissionais de imprensa e para não-jornalistas são diferentes. O/A jornalista entende e interpreta determinados assuntos como notícia e nem sempre o cidadão que consome essa informação entende. Por isso, existem os critérios jornalísticos para a priorização e divulgação de informações. O mais conhecido é o interesse público, que é quando dentre tantos assuntos do dia, são eleitos e escolhidos os mais importantes e que interessem a um maior número de pessoas. Já para o cidadão comum, a percepção é outra, que vai desde a sua interpretação pessoal, comunitária e fora de contexto.

Infelizmente, na Era das Redes Sociais da Internet, a notícia falsa aparece não só partindo das pessoas comuns, de grupos ou de redes de contatos, mas também da própria imprensa. Vivemos uma pandemia da desinformação. Para quem está no anonimato, disseminar conteúdo falso na mídia social reduz de maneira drástica a responsabilidade. Já a mídia tradicional, pode até apoderar-se do seu papel social de informação para traçar metas intencionais de informações produzidas com objetivos obscuros para o grande público e muito bem articulados para produzir resultados calculados.

O *WhatsApp*, por exemplo, foi criado no ano de 2009 por Brian Acton e Jan Koum; anteriormente, os dois trabalharam na empresa *Yahoo*, mas a ideia da criação só veio surgir quando Koum comprou seu primeiro *iPhone* e notou que o aparelho poderia ser muito melhor com aplicativos de comunicação. De acordo com uma reportagem publicada na revista *Exame* em 2016, a origem do nome é simples e óbvia: a terminologia *WhatsApp* é uma derivação da gíria em inglês *What's Up?*, que significa em português “e ai, novidades?”. A ideia dos desenvolvedores do aplicativo foi justamente fazer referência a uma das primeiras expressões que falamos ou escrevemos quando iniciamos uma conversa.

Ainda de acordo com as curiosidades listadas pela reportagem na referida revista, os dois criadores do *WhatsApp* antes tentaram um emprego na empresa *Facebook* e foram

recusados. Em 2014, essa mesma empresa comprou a ideia por 22 bilhões de dólares. Ao longo dos anos, na medida em que o app passa por constante reconfiguração e conquista cada vez mais adeptos, desenvolvedores e usuários acabam lidando com notícias falsas, por exemplo, anúncios irreais de cobrança de mensalidades. Porém, o aplicativo permanece funcionando de maneira gratuita e cada vez mais agrega funções à sua interface, que facilitam o uso por pessoas de todas as classes sociais e níveis de instrução.

Em seu funcionamento, além do bate papo por mensagens de texto, é possível compartilhar mensagens de áudio, arquivos em PDF, fotos, vídeos, *links* etc., o que otimiza a propagação de notícias e informações de todo o tipo, sobretudo as falsas. Além das conversas individuais, que costumam ser chamadas de conversas privadas, há também os grupos, onde podem estar no máximo 256 usuários/as em cada uma destas coletividades. Antes, era possível compartilhar simultaneamente a mesma mensagem para todos seus contatos no *WhatsApp*. Porém, isso mudou, o aplicativo resolveu limitar o compartilhamento e, atualmente, só é possível enviar o mesmo arquivo para cinco pessoas de uma vez. Essa decisão só aconteceu no Brasil em janeiro de 2019, motivada pelo que ocorreu nas eleições presidenciais em 2018, quando a disseminação de notícias falsas interferiu diretamente no resultado do pleito.

Essa nova regra teve o objetivo de evitar e/ou reduzir as informações falsas, mas é constato que na prática esse cuidado não impede a disseminação de *Fake News* e funciona apenas como um paliativo. Isso, porque as pessoas continuam mandando a mesma mensagem para várias pessoas, a diferença é que dá um pouco mais de trabalho.

Assim, o objetivo deste estudo é entender como se dá o uso e apropriação do *WhatsApp* na rotina jornalística, partindo da seguinte questão: Como profissionais das duas principais cidades do Vale do São Francisco, Petrolina-PE e Juazeiro-BA, se apropriam do *WhatsApp* para verificar se um conteúdo é verdadeiro ou falso, durante e depois da transmissão dos programas de rádio ao vivo? A nossa opção pelo formato radiofônico ao vivo acontece em função da quantidade de conteúdo que vai para o ar sem a devida verificação, implicando em considerável propagação de informações, muitas vezes falsas.

O ato de precipitar-se na publicação de um fato, seja por parte dos/as comunicadores/as ou da audiência que compartilha sem critério, pode trazer sérios prejuízos para a sociedade. Na prática do jornalismo, chamamos de “furo jornalístico” toda notícia que é dada em primeira mão; na busca por este “furo”, ou também por displicência e falta de formação profissional, jornalistas acabam divulgando a notícia com uma apuração incompleta. Nesse sentido, desdobra-se outra meta deste trabalho: Desenvolver uma proposta

de método para verificação de notícias falsas, feito a partir do acompanhamento da rotina dos programas de rádio de Juazeiro e Petrolina, buscando entender como se dá a apuração das informações nas principais cidades do Vale do São Francisco. O método para verificação de notícias falsas, que será elaborado a partir desta pesquisa, poderá ser útil para a área do ensino, especialmente médio e superior, nos quais o/a professor/a poderá orientar estudantes sobre como proceder nas interações envolvendo uso e seleção de conteúdo recebido via *WhatsApp*, um aplicativo extremamente popular nos dias atuais.

Para realizar este trabalho, a escolha metodológica foi pela pesquisa ação. Durante o processo de apuração junto aos programas escolhidos para a análise, alguns aspectos tomaram outro direcionamento. Isso ocorreu por conta da pandemia da Covid-19 em 2020 que precisou alterar drasticamente o contato com as pessoas. Por isso, a pesquisa transcorreu de maneira quase que 100% remota e com muito auxílio da internet. Os programas escolhidos foram: Edenevaldo Alves, na rádio Petrolina FM; Nossa Voz, na Grande Rio FM e o Super Manhã, na Rádio Jornal, localizados em Petrolina; e o programa do Geraldo José na rádio Transrio FM em Juazeiro. Apesar das sedes das rádios serem em cidades diferentes, os quatro programas são transmitidos nas duas cidades.

A análise foi feita através de questionários preenchidos pelos programas e de maneira paralela à rádio escuta, uma técnica antiga na prática do jornalismo e que será bem explicada no capítulo metodológico. Ainda por conta da pandemia da Covid-19, alguns processos foram adaptados e surgiu também a necessidade da *Live* escuta. Em resumo, as práticas nos programas também foram observadas em suas transmissões em redes sociais na internet como o *Instagram*.

Com os resultados obtidos foi possível listar os 10 principais problemas mais comuns e que levam o/a jornalista ou qualquer pessoa comum a cair nas armadilhas das *Fake News*. Com a identificação desses problemas, foi possível a criação de um método que chamo de “escudos”. E esses escudos podem ser usados nas redações de jornalismo como também no ambiente educacional e em outros contextos sociais.

Quando comecei a trabalhar com jornalismo ainda estagiária, em 2005, meu primeiro emprego foi em rádio, porém na esfera do entretenimento, não jornalismo. Sai de lá para um novo estágio, desta vez em televisão, e participei da implementação do site de notícias da TV Aratu, emissora do SBT, em Salvador, Bahia. O site “AratuOnline” surgiu como um portal de notícias, aproveitávamos muitas apurações da redação da TV e do departamento de esporte; basicamente, tratava-se de uma reprodução de informações de fontes oficiais que chegavam

no *e-mail* do portal, junto de notícias da ronda policial. As “notícias frias”, aquelas que não eram factuais, eram programadas para entrar automaticamente. Os vídeos da programação dos jornais da emissora começaram a ser postados com mais frequência, mas tudo ainda bem longe do que hoje encontramos em sites de televisão, onde é possível encontrar o que foi ao ar e muito mais, como conteúdos extras.

Naquela época, a internet começava a integrar as redações na Bahia. Não era algo que dominava a cena da rotina jornalística. Tudo era como nos manuais. Aprendi a ser repórter de rua, por exemplo, usando as técnicas ensinadas na faculdade, que por sua vez, seguiam os manuais. Dois anos depois começaram as mudanças. Nessa época já estava em TV. O repórter passou a ter pernas, sentimentos e emitir opinião em alguns momentos. Passei a andar nas reportagens, contar os fatos com uma linguagem mais coloquial, mais próxima da audiência. Não tenho dúvida de que essas modificações no fazer jornalismo, nos veículos de comunicação de massa foram motivadas pela internet. Ao mesmo tempo, os programas nacionais, tidos como referenciais, foram passando por modificações gerais. De lá para cá, podemos notar como o formato mudou, está melhor e mais atrativo. E essa evolução continua até os dias de hoje, por isso a necessidade de adaptação constante dos jornalistas que convivem com o público-usuário e que também é consumidor de novas mídias.

Na época em que comecei a trabalhar em TV, jamais imaginava que uma reportagem poderia ser concluída com material colaborativo produzido pela audiência e enviado através de ferramentas das redes sociais da internet. Era difícil imaginar algum/a colega dizer, por exemplo: “*através de imagens enviadas para o WhatsApp da emissora, é possível perceber a real dimensão do fato*”. Enfim, abrir uma reportagem com imagens amadoras, usar frequentemente as imagens feitas através de um celular não era algo que imaginávamos.

Atualmente, a maioria das redações disponibiliza números de *WhatsApp* para a audiência e o volume de informações que chega diariamente é consideravelmente grande. Entre notícias verdadeiras, notícias criadas e notícias falsas, vamos aprendendo na prática como não prejudicar nossa missão, enquanto jornalistas, de informar a população com clareza e veracidade. O princípio da apuração é um fator decisivo para que a imprensa não seja vítima de *Fake News* com tanta frequência. Porém, é preciso avaliar cada contexto, cada tipo de mídia e como se dá a relação entre comunicadores e amadores.

E dentro desse mesmo princípio, nada impede que outras pessoas, de outras profissões e em outros contextos aprendam também algumas técnicas comuns no jornalismo, mas de fácil aplicabilidade na prática do consumo de informações através das redes sociais na

internet. Afinal, estamos todos no mesmo barco e precisamos enfrentar juntos, o mesmo problema: as *Fake News*.

Assim, surgiu a minha inquietação em observar as principais falhas no curso de programas ao vivo de rádio, que usam o *WhatsApp* como suporte para sua produção. Como filtrar o conteúdo em áudio, vídeo e imagem enviados diariamente pela audiência? Como deve ser esse processo de apuração? Torna-se imperativo nos dias de hoje pensar em ferramentas que possam auxiliar profissionais de jornalismo e parte da audiência, especialmente docentes e discentes do ensino médio e superior, a lidar com informações enviadas pelo *WhatsApp*.

Este estudo será estruturado da seguinte maneira. No segundo capítulo, abordo o tema motivador da pesquisa: as *Fake News*. A ideia é situar as pessoas quanto ao processo histórico e definir os melhores conceitos, problemas, desafios e preocupações quanto às notícias falsas. Sobre os riscos das informações falsas, exemplos hipotéticos serão usados para ilustrar como na prática acontece. Fiz uso da minha experiência no rádio para criação desses exemplos. Para finalizar foram traçados mecanismos e estratégias de defesa contra as *Fake News*.

No terceiro capítulo, apresento um histórico do rádio e do radiojornalismo no Brasil. Dentro desse contexto estão relatados os caminhos do jornalismo na internet, depois a junção de rádio e web trazendo a convergência em destaque na pesquisa. Ainda neste capítulo, descrevo brevemente como são os programas de rádio do Vale do São Francisco que utilizam o aplicativo *WhatsApp* para produção de conteúdo diário. Discutimos a dependência criada pelos comunicadores acerca do aplicativo, produzindo um breve relato da minha experiência no rádio, web e televisão, visando contribuir com algumas questões históricas do jornalismo.

No quarto capítulo, apresento uma associação deste debate sobre *WhatsApp* e notícias falsas com a educação, vislumbrando o potencial deste aplicativo para os ambientes educacionais e como educadores podem instruir alunos e alunas para utilizá-lo de maneira segura, sem prejuízos individuais ou coletivos. Este capítulo abordará também como a educação se relaciona com esse novo contexto de relações sociais nos ambientes digitais, mostrando as duas faces para interpretação do conteúdo: a alfabetização e o letramento.

No quinto capítulo será explicada a abordagem metodológica que eu utilizo, a “pesquisa-ação”, situando as intervenções e o meu envolvimento com atitudes e mudanças de alguns hábitos para promover uma segurança efetiva para quem trabalha com o *WhatsApp* nas

redações de rádio em Juazeiro e Petrolina. Também relato algumas das dificuldades encontradas em 2020, ano de pandemia da Covid-19, que afetou parte do meu trabalho de campo e cronograma para coleta de dados, me obrigando a adotar novas condutas para não atrapalhar meu estudo.

Por fim, no sexto e último capítulo, analiso os dados coletados em quatro programas de rádio da região, sendo três deles em Petrolina-PE, que são considerados concorrentes diretos por disputarem a audiência no mesmo período da manhã. Na cidade vizinha Juazeiro-BA, analiso um programa tradicional, considerado o mais popular e influente na cidade, mas que infelizmente foi extinto no final de setembro de 2020, por conta da pandemia. Com base neste trabalho, desenvolvo nas considerações finais, uma proposta que contribui com o ensino na região do Vale do São Francisco, baseada em um método para lidar com conteúdo que chega às redações de jornalismo através do *WhatsApp*.

2 NOTÍCIAS FALSAS E JORNALISMO: EM BUSCA DO ESTADO DA ARTE

Neste capítulo apresento conceitos teóricos sobre as *Fake News*, trazendo também exemplos práticos de métodos que começam a ser aplicados por quem mais é afetado por esse fenômeno: os órgãos públicos. Será feita uma revisão de literatura acerca do surgimento da notícia, “não notícia” e notícia falsa. Fatos pontuais e até exemplos hipotéticos serão descritos com o objetivo de situar o leitor em um universo muito presente em nosso dia a dia, pois precisamos buscar cada vez mais ampliar o conhecimento sobre esta modalidade de comunicação, mediada pelos *smartphones* e aplicativos.

Este capítulo também destaca os conceitos de pós-verdade e verdades concorrentes, postulados por autores como D’Ancona (2018). A minha intenção é promover a percepção do que é possível fazer com um fato criado ou mesmo interpretado de maneira equivocada. Após essa percepção, busco também apontar resultados negativos causados pelas *Fake News*, para indivíduos, comunidade e poder público.

Dentro desse universo, todos podem ser usados para a disseminação de conteúdo falso. Assim, pretendo mostrar que o mesmo cuidado que a imprensa deve ter ao checar uma informação antes de ser publicada, todos devem ter: cidadãos, iniciativa privada e poder público. Os prejuízos de uma informação criada ou mesmo interpretada de maneira equivocada pode resultar em danos que, por vezes, são irreversíveis. É uma temática bem recente, o número de publicações que analisam essa temática ainda é bem escasso, o que evidencia a necessidade de mais estudos sobre o tema. Partindo do princípio que hoje, os usuários da internet produzem e compartilham conteúdo, precisamos estar atentos aos critérios usados, os objetivos pensados e, principalmente, os riscos desse conteúdo ganhar proporções inadequadas e prejudicar pessoas.

2.1 O QUE SÃO *FAKE NEWS*

A notícia falsa está inserida na convivência humana há muito tempo. Desde o relacionamento em sociedade, que a comunicação falada, o boato, a informação errada e o ruído existem. O que vai diferenciar na intensidade dos prejuízos para os seres humanos é o contexto de mundo e o período histórico em que o falso se manifesta. Em ‘O Livro de Ouro da Comunicação’, Gontijo (2004), nomeia: a oralidade, a escrita, a imprensa, a criação dos meios de comunicação até chegar à Era digital, como etapas desse processo evolutivo. Mas

deixa claro que as ‘relações faladas’ sempre existiram e pode estar evidente também a presença de informações erradas e até imaginações da época reveladas em figuras rupestres e hoje interpretadas por pesquisadores que supostamente imaginam o que se passou naquela época. E se o que ficou registrado nessas figuras são situações falsas? Quem pode garantir?

A linguagem oral foi o principal meio de comunicação na pré-história e na Antiguidade, a despeito do surgimento da escrita, e mesmo na Idade Média, quando o manuscrito começou a se disseminar, ler e escrever ainda eram privilégios de uma minoria em todas as civilizações existentes. Para haver comunicação, são necessários o emissor, a informação/mensagem, o meio – pelo qual essa mensagem é expressa – e o receptor. Foi assim na pré-história e é assim hoje (GONTIJO, 2004, p. 13-14).

Se há dúvidas quanto à presença do boato na pré-história, no presente há evidências em nosso cotidiano de maneira frequente: como informações criadas para influenciar pessoas a não vacinar os filhos e até prejudicar ou favorecer uma campanha eleitoral. É preciso destacar esse momento em que estamos vivendo, onde a notícia criada ou inventada encontrou um facilitador para a sua rápida disseminação: as redes sociais da internet.

Há um movimento contra vacinas com bases ideológicas em que pais e mães de todo país estão unidos através das redes sociais na internet para compartilhar, criar e disseminar conteúdos que influenciam novos pais para não imunizar os filhos. Esse movimento começou em 1998 quando um médico britânico publicou estudo em uma revista científica respeitada em todo mundo, a Lancet, relacionando a vacina tríplice viral contra a caxumba, sarampo e rubéola, ao autismo. Essa é a base do movimento, que também faz outras associações perigosas ao ato de vacinar e que influencia para a “não imunização”, o que tem preocupado as autoridades em saúde de todo mundo.

O favorecimento de uma campanha eleitoral com informações falsas e disseminadas nas redes sociais da internet é muito bem exemplificado nas eleições para a presidência dos EUA com Donald Trump e na sequência em 2018, copiando os mesmos moldes, as eleições do Brasil com a vitória tida inicialmente como impossível do presidente Jair Bolsonaro.

As notícias, notícias falsas e qualquer outro conteúdo, são facilmente compartilhados nas redes sociais na internet. Essas ferramentas, através dos aplicativos no celular, são as protagonistas do alcance e disseminação de conteúdo. Mas, precisamos entender os conceitos de todos os envolvidos. Vamos começar pelas notícias. O que é notícia? Um conceito clássico no jornalismo vem do autor Luiz Amaral que afirma ser a matéria-prima do jornalismo. Mas é

o autor Mauro Wolf, no livro *Teorias da Comunicação*, que estabelece critérios básicos para um assunto ser notícia no jornalismo.

Dentro do contexto instintivo do próprio jornalista que decide em meio ao alto volume de informações que chegam à redação, o que vai virar notícia ou não, os profissionais se valem de critérios que Wolf classifica em valores-notícia que é a capacidade de um fato virar notícia ou não. E ainda há o critério individual de cada veículo de comunicação para estabelecer o que é prioridade enquanto informação, do que não é prioridade.

Para Traquina (2005), os valores-notícia são um elemento básico da cultura jornalística que os membros desta comunidade interpretativa partilham. Ou seja, servem como o olhar para ver o mundo e traduzi-lo em informação. Os critérios são subjetivos e muitas vezes pessoais nesta definição. O que é notícia para você, pode não ser para mim, mas qual o consenso que define isso? Será que notícia é tudo o que foge à normalidade, a catástrofe, a guerra, a politização, a violência, a morte e a celebridade? Na atualidade da Era das redes sociais na internet, podemos incluir a pessoa anônima que ganha notoriedade por conta das curtidas e compartilhamentos nas redes sociais na internet. Essa mesma pessoa, em outros tempos talvez não atendesse a nenhum critério para virar notícia.

Trabalhei em redações onde o factual, termo usado no jornalismo para denominar aquilo que está acontecendo naquele exato momento, era prioridade, justamente pelo seu indiscutível imediatismo do acontecimento e, conseqüentemente, o interesse público. Como também tive vivências em redações que priorizavam o pitoresco e o cômico para retratar a vida comum das pessoas na busca pela audiência. Entre uma reportagem sobre a campanha de vacinação, era priorizada a matéria com o vendedor de cafezinho do centro da cidade que está fazendo o maior sucesso na internet porque canta igual a Alceu Valença.

Sobre o conceito de redes sociais, Recuero (2012) deixa bem claro que há diferenças em chamar redes sociais e redes sociais na internet. Redes sociais é qualquer grupo onde existem interesses em comum como: uma sala de aula, uma comunidade de uma determinada religião e os colecionadores de carrinhos. Já as redes sociais na internet são os sites e aplicativos que oferecem ferramentas para dar suporte aos relacionamentos entre atores de uma mesma rede social, como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp*. Sendo assim, há uma clara migração do ambiente social real para o virtual, levando hábitos que antes só eram possíveis de maneira presencial e agora acontecem sem as barreiras geográficas.

São essas conversas públicas e coletivas que hoje influenciam a cultura, constroem fenômenos e espalham informações e memes, debatem e

organizam protestos, criticam e acompanham ações políticas e públicas. É nessa conversação em rede que nossa cultura está sendo interpretada e reconstruída (RECUERO, 2012, p. 18).

Dentro desse contexto de rede social fora do âmbito pessoal e presencial, que se popularizou a internet. No passado, disseminar um boato para atingir um maior número de pessoas podia levar dias e até meses para ter o seu objetivo inicial atingido por quem inventou e, mesmo assim, nem sempre era certeza que causaria algum dano a alguém. Hoje, o ato de espalhar, dá lugar ao ato de compartilhar e com muita facilidade um determinado conteúdo pode ganhar o mundo em segundos. Mas antes de compreender o fenômeno das *'Fake News'* em seu estado da arte, precisamos entender como esse termo chegou para nós e o que hoje ele representa em nosso dia a dia.

Para os pesquisadores dessa área, que ainda são poucos aqui no Brasil, mas já podem ser conhecidos em recentes publicações, nunca foi tão eficaz espalhar e atingir um maior número de pessoas com uma informação errada como hoje. Ao que aparenta, se tornou fácil montar estratégias políticas e ideológicas a partir de um conteúdo falso e manipulador. Essa afirmação pode ser comprovada no livro *Pós-Verdade e Fake News*, organizado pela autora Barbosa (2019) e que reúne 11 artigos de autores brasileiros que fazem análises muito pertinentes sobre o atual momento.

A disseminação de *Fake News* tem provocado mal-estar na sociedade. Precisamos urgentemente nos nutrir de uma dieta rica em informações de qualidade, livre de conteúdos tóxicos e *Junk News*. Esta obra não oferece receitas prontas, mas é um chamado à reflexão sobre o nosso consumo de mídia – individualmente e como sociedade (BARBOSA, 2019, p. 11).

Sobre a obra, é possível citar outros autores brasileiros e pesquisadores a exemplo de Eugênio Bucci, Fernanda Bruno, Tatiana Roque e a própria organizadora, Mariana Barbosa, que assina três artigos. Há um consenso na obra de que hoje uma publicação em rede social na internet, feita gratuitamente, tem o potencial de alcançar mais pessoas ao mesmo tempo do que um comercial de campanha publicitária de algum produto em uma rede de televisão, que custa milhões de reais. Isso vem dando um novo sentido para a militância política, para grupos com ideologias e outros. Deixando claro o 'prato cheio' que a notícia falsa encontrou para a sua propagação.

D'Ancona (2018) explica que o termo *Fake News* entra em nosso vocabulário como um neologismo, uma nova junção de duas palavras, para citar a notícia fabricada, criada ou interpretada de maneira falsa. Mesmo sendo escrita na língua inglesa, a sua pronúncia ocorre

da mesma forma no Brasil e todos entendem o seu significado. Antes disfarçada através de escândalos e sensacionalismo criados pelos meios de comunicação de massa, hoje, ocupa espaço e destaque na mídia on-line e virou um grande perigo, pois, pode gerar escândalos, tragédias e grandes ocorrências negativas que prejudique toda sociedade. O autor também aponta as eleições de Donald Trump para presidente dos Estados Unidos da América, em 2016, como grande responsável para que esse termo chegasse ao Brasil e em pouco tempo tornar-se tão popular.

Há algumas décadas existe, no Brasil, a tradição anual do chamado “hit do verão”, música que dominará as festas, praias, rádios e programas de auditório durante a estação praieira nacional. Não seria absurdo afirmar que, com o advento das mídias sociais, surge de tempos em tempos um “hit do verão das ideias”. Foi o que aconteceu, a partir da segunda metade do ano de 2016, sobretudo depois do chamado “Brexit” e da vitória de Donald Trump nas eleições presidenciais norte-americanas, com a “pós-verdade”, apontada indistintamente como sintoma, causa e consequência daqueles dois eventos e de outros semelhantes. Mas se o hit do verão dura no máximo até a próxima estação, a pós-verdade, pelo menos enquanto fenômeno sociológico, parece destinada a perdurar por muitos carnavais. É prudente, pois, ir um pouco além das polêmicas de internet e tentar entender, de fato, o que ela significa. É isto o que faz Matthew d’Ancona em *Pós-verdade*. A nova guerra contra a verdade e como reagir (D’ANCONA, 2018, p. 9).

Por fim, D’ancona (2018, p. 10), parece enfático em dizer que “(...) a novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso”. É justamente como recebemos a informação e o que fazemos com ela. Antes dos *smartphones* era preciso um esforço muito grande para comunicar uma informação, um acontecimento ou um flagrante às diversas pessoas ao mesmo tempo.

Apesar dos estudos serem recentes quanto à popularidade do termo *Fake News*, sua essência e a previsão sobre o que estamos vivendo hoje já era sentida por outros pesquisadores. As publicações anteriores ainda analisavam o jornalismo amador como uma ameaça, algo perigoso e que não era digno de nenhuma confiança. Isso com base na crítica e no embate à cultura do amadorismo, descrita por Keen (2009):

Esse é o futuro da política no mundo da Web 2.0. O suposto agente de democratização do conteúdo gerado pelo usuário está criando uma cultura da exposição embaraçosa ao estilo dos tabloides – onde um comentário casula impensado eclipsa toda uma plataforma política, e carreiras inteiramente dedicadas à vida pública são destruídas por uma piada fortuita ao fim de um longo dia de campanha. E quando a política é tão facilmente distorcida, somos nós, o eleitorado, que perdemos. Quando nós, os cidadãos, não

sabemos em quem acreditar ou em quem confiar, podemos acabar tomando as decisões erradas, ou, pior ainda, perdendo o interesse – pelos candidatos, pela política, por qualquer tipo de votação (KEEN, 2009, p. 67-68).

Nesta pesquisa é evidenciada que a facilidade no “passar adiante o fato” banalizou até a “factualidade” do acontecimento. Pois, ao que parece para a maioria das pessoas, pouco importa que horas aconteceu e onde aconteceu. Compartilhar alguma informação, mesmo que seja algo que aconteceu no passado, tornou-se frequente, os usuários das redes sociais na internet não prestam atenção nisso. Mais vale passar adiante, sem preocupação com o resultado. Essa é uma armadilha comum para quem trabalha com notícias em qualquer meio de comunicação (rádio, TV, sites de notícias e jornais impressos).

Para ilustrar, observem a imagem 1, vídeo que recebi tanto em meu *WhatsApp* privado como no profissional. Selecionei grupo do condomínio que moro, onde as mensagens dos participantes são bloqueadas. Apenas o síndico manda mensagens, avisos e tudo o que ele elege como importante. Na segunda-feira, dia 02/11/2020, foi compartilhado o vídeo do governador de Pernambuco Paulo Câmara, no qual faz alertas espantosos sobre a pandemia da Covid-19. Acontece que esse vídeo na verdade foi divulgado no dia 06/04/2020, coincidentemente uma segunda-feira também. Ainda há uma edição *fake* onde é inserida no canto da tela a data errada para confundir quem receber. No dia seguinte, conforme mostra a imagem 2, o vídeo foi desmentido no site www.pecontracoronavirus.pe.gov.br na aba destinada as *Fake News*.

Imagem 1 - Print da publicação de um vídeo Fake em um grupo de moradores de um condomínio



Fonte: Arquivo pessoal, 2020.

Imagem 2 - Print da publicação desmentindo o vídeo no site oficial do governo de Pernambuco com informações da pandemia da Covid-19



Fonte: Arquivo pessoal, 2020.

Espera-se sempre das pessoas com um nível de escolaridade, mais cuidado com o compartilhamento de notícias nas redes sociais na internet. Acontece, que essa atitude está

presente em todos os usuários da internet. Não há o cuidado de uma breve verificação. E no caso em questão teve um efeito negativo ao pretendido pelo síndico que era o de informar.

É possível avaliar diante do exemplo em questão, que o comportamento das pessoas ao compartilhar é muito visual. No vídeo há uma data inserida, onde a pessoa identifica, não termina de assistir o vídeo e já começa a passar adiante. Supostamente, isso acontece de maneira igual: é feita a leitura apenas da manchete do link recebido, ou mesmo o que estiver em maior destaque e através de um aplicativo de conversas como é o caso do *WhatsApp*, rapidamente aquele conteúdo é repassado para todos os contatos da rede social na internet. Notoriamente, não há um critério para compartilhar aquela informação, conseqüentemente, é percebido um comportamento em massa onde pouco importa se a informação é verdadeira ou falsa.

Difícilmente, na rotina frenética da Era em que vivemos, usuários dedicam muito do seu tempo para a leitura de um texto na *web* – e muitas vezes, a leitura ainda ocorre de forma rápida, que chamamos de leitura dinâmica. Johnson (1997, p. 38) classificou link como “[...] um elo ou vínculo, uma maneira de traçar conexões entre coisas, uma maneira de forjar relações semânticas”. Talvez, ele já tivesse noção do que estava por vir. A vontade de ser mais rápido e o “detentor” daquela informação releva a autoestima de quem compartilhou. Pouco se pensa em conseqüências, pouco se filtra, pouco se edita. O que se percebe é o desejo de passar para outras pessoas, mesmo sem ler, interpretar ou mesmo ter certeza se é verdade ou mentira.

Podemos avaliar uma conseqüência reversa para quem não interpreta ou mesmo não lê o que compartilha. Alguém que cria um link ou mesmo uma notícia falsa para ser compartilhada com o objetivo de causar algum prejuízo, encontra ao seu favor pessoas que recebem e compartilham sem critério, e assim, ajudam esse “primeiro alguém” atingir suas metas. É o que podemos correlacionar com o que Chomsky (2013), no livro *Mídia – Propaganda política e manipulação* cita Walter Lippmann que o chamou de “rebanho desorientado”.

Em primeiro lugar, existe a classe de cidadãos que têm de assumir um papel ativo na gestão dos assuntos de interesse público. Essa é a classe especializada. São as pessoas que analisam, executam, tomam decisões e administram as coisas nos sistemas político, econômico e ideológico. Trata-se de um percentual pequeno da população. Naturalmente, qualquer um que avance essas ideias é sempre parte desse pequeno grupo, e eles estão discutindo sobre o que fazer com aqueles outros. Aquelos outros, que estão fora do pequeno grupo, a grande maioria da população, são o que Lippmann chamava de “rebanho desorientado” (CHOMSKY, 2013, p. 16).

Estendendo um pouco esta compreensão, podemos acreditar que o comportamento da grande massa pode também ter contaminado o exercício da profissão do jornalismo. Os comunicadores usam as redes sociais na internet para captar notícias que vão alimentar seus programas sejam eles em qualquer mídia. Será que é notória uma dependência para o “fazer jornalismo diário” na Era das redes sociais na internet?

O aplicativo de conversas passa a ser uma importante interface para marcar entrevistas, conversar com as fontes oficiais para apurar fatos e cobrar respostas para denúncias e reclamações da população. Há ainda a possibilidade de estreitar os laços com o grande público para captar de forma instantânea e literalmente on-line conteúdos que vão gerar grandes manchetes dos noticiários e até assuntos para o programa inteiro. Para os comunicadores é um grande facilitador na rotina de quem trabalha com notícias. Um exemplo muito claro e visível é o uso do *WhatsApp* em programas que acontecem ao vivo, seja de rádio, TV ou mesmo em sites. A exemplo do Fantástico, considerada a revista semanal da Rede Globo, com exibição sempre aos domingos, como também da rádio Jovem Pan que utiliza muito esse recurso.

É possível perceber que agora o receptor da informação passa a ser também emissor, sugerindo um pensamento evolutivo na teoria da informação/comunicação onde havia uma hierarquia no fluxo da notícia. Tendo como base as três leis da cibercultura: emissão, conexão e reconfiguração, propostas por Lemos (2002). A primeira lei é a liberação da emissão, ou seja, faça você mesmo, produza e distribua a informação. A segunda lei é o princípio de conexão, sendo assim não basta só a criação, é preciso fazer circular, fazer chegar ao maior número de pessoas com a máxima da colaboração para disseminação de conteúdo em rede. E por fim, com todo resultado da era da informação, a terceira lei: reconfiguração de práticas sociais, instituições e modalidades midiáticas.

Há uma liberação do polo de emissão e hoje não há fluxo certo. A informação pode vir de todos os lados, de várias fontes, sejam elas oficiais ou oficiosas, tendo como destaque os usuários das redes sociais na internet. Pode ser esse o grande perigo para o fazer jornalismo: a descentralização da informação.

As diversas manifestações socioculturais contemporâneas mostram que o que está em jogo como o excesso de informação nada mais é do que a emergência de vozes e discursos anteriormente reprimidos pela edição da informação pelos mass media. Assim, chats, weblogs, sites, listas, novas modalidade midiáticas, e-mails, comunidade virtuais, entre outras formas sociais, podem ser compreendidas por essa segunda lei (LEMOS, 2002, p. 14).

É possível pensar que não existe mais “o dono”, a pessoa, um veículo de comunicação, uma empresa ou o poder público que detém ou centraliza a informação. Em tempos de redes sociais na internet a notícia demonstra não ter dono, regras ou quem se preocupa em checar, e isso, traz de volta para o jornalista, o papel fundamental da apuração e da publicação de informações confiáveis. Percebe-se que é justamente na ausência da checagem da informação que muitos jornalistas se perdem no imediatismo e terminam publicando informações falsas ou equivocadas. O volume de informações que chegam por meio das redes sociais na internet aumentou, trazendo mais um elemento importante: a seleção do conteúdo.

Traquina (2005) classifica a pessoa que seleciona o conteúdo de “tomadora de decisões”. Dentro de uma redação de jornalismo ela é o chamado *Gatekeeper*. Na prática, é como se o fluxo da notícia até ser publicada passasse por diversos “portões” chamados de *gates*. Esse é um termo consenso adotado entre os teóricos do jornalismo.

Pena (2017), no livro *Teoria do Jornalismo*, resume e atualiza a função do *Gatekeeper* numa redação de jornalismo, como a pessoa que tem o poder de decidir se deixa passar ou se bloqueia a informação. Para o autor, este profissional é um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal.

Diante de um grande número de acontecimentos, só viram notícia aqueles que passam por uma cancela ou portão (*gate* em inglês). E quem decide isso é uma espécie de porteiro ou selecionador (o *gatekeeper*), que é o próprio jornalista. Ele é o responsável pela progressão da notícia ou por sua “morte”, caso opte por não a deixar prosseguir, o que significa evitar a publicação (PENA, 2017, p. 133).

Mas esse termo no jornalismo não foi aplicado de maneira recente. O primeiro teórico a aplicar este conceito foi David Manning White, em 1950. Ou seja, de lá para cá muita coisa mudou, mas a essência da função continua. Nos grandes conglomerados de comunicação do país, não há um jornalismo livre e com “portões livres”. Há os critérios de noticiabilidade, mas há também os interesses empresariais que ditam regras.

Seu estudo de caso foi a observação da atividade de um jornalista de meia-idade, com 25 anos de experiência profissional, morador de uma cidade de cem mil habitantes, cuja função era determinar as notícias que deveriam ser selecionadas entre as centenas de despachos de agências que chegavam diariamente à redação. White chamou seu pesquisado de Mr. Gates e, durante uma semana, anotou os motivos que o levaram a rejeitar as notícias não utilizadas. White concluiu que as decisões de Mr. Gates foram subjetivas e arbitrárias. Dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper* (PENA, 2017, p. 134).

Os estudos seguintes concluíram que esse papel perdeu força e que as decisões são influenciadas por critérios profissionais “por uma avaliação individual de noticiabilidade” (PENA, 2017). Esse papel do *Gatekeeper*, um profissional, editor do conteúdo jornalístico que será publicado, ressurgiu com uma função atualizada para as necessidades atuais: é preciso um treinamento específico de filtro para notícias falsas. Sugere aqui, pensar em um novo *Gatekeeper*. Um profissional da comunicação, com habilidades atuais e com filtros mais amplos. As notícias rejeitadas nos veículos de comunicação de massa passam também a serem aproveitadas no ambiente da *web*.

O autor Bruns (2005) cria o conceito de *Gatewatching* para classificar o novo papel do jornalista na *web*. É aquele profissional que fica conectado, uma espécie de repórter que acha assuntos e fatos já publicados e transforma em notícias. *Gatewatching*, para Bruns (2005, p. 25), é a “[...] observação dos portões de saída de veículos noticiosos e outras fontes, de modo a identificar o material importante assim que ele se torna disponível”.

No presente trabalho de pesquisa, o que se pretende é sugerir novas maneiras de trabalho que aperfeiçoem o jornalismo realizado por esse novo repórter *Gatewatching*. Trazendo para as principais rádios da região do Vale do São Francisco, métodos de como trabalhar a receptividade da informação que chega através do aplicativo *WhatsApp* e transformar em conteúdo de interesse público e seguro.

Todos os programas de rádio da referida região trabalham conectados com a participação dos ouvintes que mandam áudios, textos, fotos, vídeos e outros conteúdos através das redes sociais na internet. Programas inteiros são feitos dessa maneira. Muitos deles nem buscam nas fontes oficiais a veracidade dos acontecimentos, simplesmente colocam no ar.

Sugere aqui, pensar que a necessidade desse conteúdo proveniente das redes sociais na internet deixe alguns profissionais reféns dessa fonte de informações, mesmo que “amadoras e colaborativas”. Em um artigo publicado na edição de 2017, no maior evento de comunicação do país, o Intercom, com o título: “*Fake News*: Ética e credibilidade jornalística em risco”, dos autores Kennedy Anderson e Felipe Tassarolo, coloca em discussão que os jornalistas e repórteres ficam no dilema: “ser veloz e acreditar nas informações que chegam nas redações ou perder a oportunidade do furo e investir um tempo maior para checar a informação”.

Na dúvida, na falta de tempo ou mesmo na falta de assuntos para alimentar horas no ar em um programa de rádio, por exemplo, podemos aplicar o primeiro método de proteção às *Fake News*: a aposta do dia. Definir um assunto, um tema, uma história de apelo ou denúncia faz com que a audiência e o envolvimento do público sejam mantidos. E essa aposta pode vir acompanhada de expectativa, anunciando o que está por vir, e tentar fazer com que as pessoas

ouçam o programa, porque o assunto pode interessar. Isso demonstra que o “furo jornalístico” perde o seu sentido como único responsável pela audiência e dá lugar a novas possibilidades, como é o caso já citado da “aposta do dia”.

Macdonald (2019), consultor de comunicação estratégica e autor do livro “Verdade – 13 motivos para duvidar de tudo que te dizem”, propõe em sua obra métodos simples de verificação da notícia. Como um mesmo fato pode ser tendenciosamente tratado para atingir uma ou mais verdades e criar contextos e tendências que influenciam a grande massa. Ele trata de verdades parciais, verdades subjetivas, verdades artificiais e verdades desconhecidas. Traçando assim, uma profunda análise de conteúdo onde preza a desconfiança acima de tudo. Para o autor existem maneiras diferentes de falar a verdade, mas nem todas são honestas. E com mais um detalhe: mesmo o “fato” sendo uma “verdade”, ainda precisamos ir além, porque um mesmo fato pode ter inúmeras interpretações e, conseqüentemente, inúmeros compartilhamentos, prejuízos ou benefícios.

2.2 EXEMPLIFICANDO OS RISCOS

Cabe aqui um exemplo meramente ilustrativo para campanhas de solidariedade na internet. O exemplo é fictício, mas vai ajudar a percebermos a dimensão de um fato interpretado de diversas maneiras e com objetivos de repercussão diferentes. Imagine uma situação em que uma mulher manda a mesma mensagem em áudio por *WhatsApp* para diferentes programas de rádio. Ela que é jovem, está desempregada e cria sozinha cinco filhos, todos com idades próximas e em fase escolar. Ela pede ajuda financeira para comprar comida e alimentar suas crianças. O triste apelo comove o apresentador, que está ao vivo em seu programa diário de rádio. Rapidamente, o operador da mesa muda, a música de fundo e o apresentador dá ênfase ao problema dessa mulher, exclamando: *“Que drama! Que situação! Que país é esse onde uma mulher precisa pedir comida em um programa de rádio!”*

Diante de uma situação como essa, os órgãos sociais da prefeitura da cidade devem ser questionados. Pessoas de diversas localidades querem ajudar. Os grupos de *WhatsApp* começam a compartilhar o triste fato. As ajudas começam a chegar, os assistentes sociais da prefeitura correm para visitar a família no endereço passado pelo programa de rádio. Tudo isso, de maneira muito rápida e eficaz. O fato gera uma grande repercussão na cidade. Uma mobilização gigante em torno da triste história que veio à tona por causa do forte apelo. Mas, e se tudo não passar de uma mentira? E se aquela mulher estiver apenas testando a sua própria participação em seu programa de rádio preferido? O dano já foi causado. Ela conseguiu

mobilizar diversas pessoas em prol do seu pedido e a audiência da rádio é mantida para saber o final feliz dessa triste história.

Para a segunda rádio, ela manda a mesma mensagem. Porém, o comunicador, que conta com seu assistente de produção, estabelece uma comunicação mais eficaz com a mulher. Faz perguntas, pega seus dados, como nome completo, pergunta onde mora, se recebe bolsa família, se os filhos estão matriculados na escola e se estão frequentando. Procura saber por que ela está desempregada, se a comida sempre falta, cadê o pai das crianças, e muito rapidamente percebe que a mulher se enrola em suas respostas, não fornece todas as informações com clareza.

O mesmo comunicador solicita que a secretaria de serviço social da prefeitura cheque as informações da mulher, e logo descobre que ela é conhecida na cidade e que usa os filhos para pedir dinheiro. Por diversas vezes, teve suas crianças recolhidas pelo conselho tutelar por estar nas ruas, mesmo tendo uma casa popular, que recebeu através dos programas do governo.

O exemplo emblemático mostra que o áudio da mulher não vai ao ar por um simples mecanismo de conversa e percepção do falso por quem hoje administra contas em *WhatsApp* disponíveis para o grande público pelos programas de rádio. Não era mentira a falta de comida em casa. Mas a culpa para isso acontecer estava na mulher e não no sistema. Acontece que o receptor do áudio fez toda diferença no processo. Com esses mecanismos de rotina é possível estabelecer maneiras de verificação sem perder tanto o imediatismo da participação do ouvinte. É como o fato é tratado. O autor Macdonald (2019) sugere como verdades concorrentes e, por vezes, somos influenciados por verdades concorrentes escolhidas por outros.

Todos nós vemos o mundo através de pontos de vista diferentes, formados em grande parte pelas múltiplas verdades que ouvimos e lemos. Ao mesmo tempo, outras pessoas estão sempre nos conduzindo a determinadas facetas e interpretações da verdade, intencionalmente ou não (MACDONALD, 2019, p. 16).

Vale reforçar que, o conceito das *Fake News* proposto por Macdonald (2019) refere-se às notícias falsas criadas e articuladas de propósito visando o objetivo de vantagem, influência, construção ou destruição de um fato. Isso é novo e está dentro do contexto em que vivemos onde muita coisa se propaga nas redes sociais na internet. Diferente das notícias que não são verdadeiras, que sempre existiram, e que apresentam características de apuração com falhas, erros de interpretação de quem apurou com a fonte e até erros do imediatismo.

2.3 MECANISMOS DE DEFESA

No Brasil esse fenômeno só cresce e a imprensa tradicional e até órgãos públicos têm criado mecanismos de combater as *Fake News* e disponibilizam números de *WhatsApp* para que as pessoas comuns chequem as informações que recebem, e por algum motivo desconfiam da veracidade. É o caso do Ministério da Saúde que no ano de 2018 criou um canal direto com a população para tirar dúvidas sobre notícias que se espalham nas redes sociais na internet. O canal *Saúde Sem Fake News* tem combatido notícias falsas de doenças, campanhas de vacinação e falta de medicamentos. Em um ano de atuação, mais de 12 mil dúvidas foram esclarecidas. Nos casos da saúde, a notícia falsa criada para prejudicar, pode de fato atingir muitas pessoas de maneira negativa, passa a ser um problema de saúde pública mesmo. De acordo com o portal do Ministério da Saúde, a região Sudeste foi a que enviou o número mais alto de dúvidas.

Mais de 50% das conversas respondidas vieram de estados do Espírito Santo (ES), São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Minas Gerais (MG). Apenas o estado de São Paulo enviou quase 25% das notícias analisadas. Sobre demandas de números estrangeiros, a maioria das mensagens é de brasileiros residentes no exterior, principalmente em Portugal.

Por meio do canal, também foi possível constatar que existem alguns movimentos cíclicos na circulação das *Fake News* em saúde. Percebemos, por exemplo, que na época de vacinação contra a gripe, a principal notícia recebida era de uma nova gripe e que o chá de erva doce era a cura para doença. Além do tema vacinação, notícias como bactéria no feijão e água de coco faz mal para saúde chegam diariamente para esclarecimento (MINISTÉRIO, 2019, n. p.).

Há uma tendência para esse tipo de canal de comunicação onde a própria população passa a se sentir responsável pela disseminação de notícias falsas. Essa situação nova, incomoda as pessoas que começam a incorporar o medo em ser um agente disseminador de notícias falsas e, por isso, usa a ferramenta para tirar a dúvida antes de compartilhar. Isso não isenta a vontade em compartilhar, mas cria uma tendência de comportamento onde o princípio jornalístico da checagem passa a fazer parte também das pessoas comuns.

Ainda de acordo com o quantitativo divulgado pelo portal do Ministério da Saúde, nesse primeiro ano de atuação, o estado da Bahia teve 814 perguntas checadas e em Pernambuco foram 414. Um número ainda tímido se comparado com as cidades que mais usaram esse canal de comunicação com o Ministério da Saúde. Há uma tendência muito

positiva em abrir essa comunicação dos órgãos oficiais com as pessoas comuns, tirando da figura do jornalista a exclusividade do contato com as fontes oficiais.

Essa ação não enfraquece a profissão do jornalista, pelo contrário, os órgãos oficiais precisam investir na contratação desses profissionais para que deem conta do fluxo das mensagens e mantenham a comunicação com o grande público. Antes, o jornalista de órgãos públicos precisava responder só à imprensa, hoje, ele precisa também responder as pessoas comuns que buscam informações verdadeiras. Ou seja, a demanda é bem maior.

As prefeituras das cidades brasileiras têm criado também esses canais, disponibilizando números de *WhatsApp* para que as pessoas se cadastrem e recebam as notícias oficiais da cidade em um formato que facilita também o compartilhamento ‘sem medo’ além de estreitar essa relação entre público e governo para tirar dúvidas sobre notícias falsas. Nas cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, ambas localizadas no Vale do São Francisco, nordeste brasileiro, os *WhatsApp* oficiais foram criados em 2019 pelas prefeituras para facilitar a comunicação entre o poder público municipal e a população. Partindo do princípio que a maior parte da população está muito mais conectada nas redes sociais na internet do que assistindo TV, lendo jornal impresso, esse cada vez mais escasso, ou mesmo acessando os sites e blogs da região.

O fluxo da procura pelas notícias parte muito mais da rede social na internet para os órgãos oficiais de gestão pública do que o contrário. Por isso, a necessidade da fonte oficial estar presente nesses aplicativos de conversas nos quais mais se compartilham notícias e informações. De acordo com o relatório de segurança digital no Brasil, do laboratório *dfnd*, sigla que significa “defender” sem as vogais, os *apps dfndr* (aplicativos de defesa) são desenvolvidos pela *PSafe* – empresa líder em segurança para celulares na América Latina – e somam mais de 180 milhões de instalações em todo o mundo. Um número assombroso de mais de 4,8 milhões de notícias falsas foram registradas nos meses de julho, agosto e setembro de 2018. Em três meses, o total de *Fake News* foi maior do que o registrado em todo ano de 2017, e o principal tema dessas notícias falsas foi a política brasileira.

Há uma tendência para a sofisticação da notícia falsa no Brasil, e isso se evidenciou nas últimas eleições presidenciais de 2018, onde o presidente vencedor, Jair Bolsonaro, promoveu toda a sua campanha com o uso quase que exclusivo das redes sociais na internet, tendo em vista que o seu espaço na TV aberta para a propaganda política era restrito e quase sem evidencia. O referido laboratório ao divulgar esses dados alarmantes também indica métodos de segurança muito gerais, mas que, de certa forma, podem ajudar às pessoas comuns na relação com a notícia falsa que chega através dos aplicativos de conversas.

Alguns pontos-chave podem ajudar a evitar o compartilhamento de fake news. Abaixo, listamos as três principais dicas dos nossos especialistas em segurança

1) Duvide de informações compartilhadas na internet, especialmente se forem temas polêmicos e/ou alarmistas. Procure fontes confiáveis. Isto vale não apenas para notícias, como também no caso de promoções e outras oportunidades;

2) Instale um aplicativo de segurança que alerta sobre links maliciosos e fake news. A função Bloqueio de Hackers do dfndr security, aplicativo de segurança gratuito, detecta e avisa sobre páginas ou sites maliciosos em tempo real, inclusive dentro do WhatsApp, Messenger e SMS. Toque aqui para instalar.

3) Utilize e indique para seus conhecidos uma ferramenta de verificação de páginas, como o dfndr lab. Através do site www.psafes.com/dfndr-lab/pt-br/ o usuário pode colar o link da notícia suspeita e os especialistas verificarão se o link é confiável ou não (PECSEN, 2018, n. p.).

Ainda de acordo com o relatório de segurança digital no Brasil, o *phishing* via app de mensagens, que significa a tentativa de obter informações através da ação de pessoas criminosas nos contextos de informática, é considerada a categoria mais presente no alerta de segurança, seguida de publicidade suspeita e em terceiro lugar as notícias falsas. Houve uma queda acentuada nos *ciberataques* e um crescimento do número de *Fake News*, mostrando que esse dado acentuado não é algo para ser negligenciado, mas sim, muito bem compreendido pela sociedade.

Dentro da realidade em que vivemos podemos buscar uma avaliação dos danos das *Fake News*. É possível supor que não só afeta o jornalismo, mas todas as áreas que podem virar alvo com uma notícia falsa. Grupos estrategistas criam ou mesmo manipulam a informação para promover um objetivo diferente do que parece ser. Isso vai desde a influência para a escolha de um presidente da república, até fatos de saúde como divulgação de campanhas de vacinação em épocas erradas e até a volta de notícias antigas e agora republicadas com mitos relacionados à nossa conduta alimentar, por exemplo.

É preciso aqui, voltar um pouco nos estudos do fenômeno das *Fakes News* no Brasil e no mundo, que ainda são muito recentes. As primeiras análises e pesquisas começaram a ser iniciadas a partir do ano de 2016 (MACDONALD, 2019), época em que conteúdos falsos/criados, sobre a candidata Hillary Clinton foram compartilhados em massa pelos eleitores do atual presidente dos Estados Unidos da América, Donald Trump. Artigos sugerem uma série de tendências, inclusive do termo ‘pós-verdade’, que não é sinônimo de mentira (D’ANCONA, 2018), para classificar essa Era em que vivemos.

Pós-verdade não é a mesma coisa que mentira. Os políticos, afinal, mentem desde o início dos tempos. O que a pós-verdade traz de novo “não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso. A indignação dá lugar à indiferença e, por fim, à convivência”. Massacrado por informações inverossímeis e contraditórias, o cidadão desiste de tentar discernir a agulha da verdade no palheiro da mentira e passa a aceitar, ainda que sem consciência plena disso, que tudo o que resta é escolher, entre as versões e narrativas, aquela que lhe traz segurança emocional. (D’ANCONA, 2018, p. 10).

A verdade é o que você interpreta dos fatos. Ou seja, o autor D’Ancona (2018) sugere que cada pessoa tem a sua verdade de um fato e há pessoas que preferem não interpretar a sua própria verdade e seguir aquela que mais se identifica com as suas próprias crenças. Em um artigo publicado no Observatório da Imprensa, o autor Castilho (2016) anunciou que estávamos entrando no período da pós-verdade e denomina de cognição preguiçosa, o comportamento das pessoas que não conseguem mais interpretar fatos, dados e eventos que obriguem o cérebro a um esforço adicional.

Uma observação relevante e preocupante do ponto de vista que a preguiça para interpretar, checar e até desconfiar, pode estar favorecendo à disseminação das *Fakes News* no Brasil e no mundo. O autor D’ancona (2018) classifica esse comportamento como a ascensão da indústria da desinformação. Para ele, nunca houve um modo mais rápido e mais poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la on-line.

Conclui-se que há lucros a serem auferidos da linha de produção de embustes caça-cliques – afirmações médicas não científicas, teorias excêntricas, visões imaginárias de discos voadores ou de Jesus. Os desestímulos à publicação são (até agora) marginais e a facilidade de produção é instigadora. Para aqueles que estão na mídia social, o anonimato reduz drasticamente a responsabilização. A agitação da colmeia envia efervescência do embuste para o ciberespaço para fazer seu trabalho. Nunca o antigo adágio de que a mentira viaja muito mais rápido do que a verdade pareceu tão atual (D’ANCONA, 2018, p. 54).

Para complementar essa afirmação de D’Ancona (2018), o autor Castilho (2016) sugere que a imprensa não é uma observadora, mas também uma protagonista do processo de transformação de mentiras ou meias verdades em fatos socialmente aceitos. Ele conclui que a pós-verdade é talvez o maior desafio para o jornalismo contemporâneo, isso porque afeta a relação de credibilidade entre os jornalistas e o público. Em sua primeira colocação há coerência justamente, porque nessa Era de notícias falsas, o jornalista aparece como um refúgio de comprovação e credibilidade. Na conclusão há uma incoerência, porque não afeta a

relação de credibilidade. Muito pelo contrário, faz do papel do profissional do jornalismo essencial para convivência e proteção no combate às *Fakes News*.

As verdades concorrentes propostas pelo autor Macdonald (2019) trazem para as discussões outra percepção para o fenômeno das *Fake News*.

Toda história tem vários lados. Modificando ainda mais o velho ditado, podemos dizer que todo conjunto de fatos permite deduzir mais de uma verdade. Aprendemos isso desde bem cedo: os alunos indisciplinados sempre sabem como selecionar as verdades que melhor sustentem seu caso. Mas podemos não apreciar a flexibilidade que essas diferentes verdades oferecem aos comunicadores. Em muitos casos, há uma variedade de maneiras genuinamente – talvez igualmente – legítimas de descrever uma pessoa, um evento, um objeto ou um princípio. São o que chamo de “verdades concorrentes” (MACDONALD, 2019, p. 13- 14).

Ou seja, na prática, cada pessoa faz uma publicação da maneira que interpreta e a repercussão do fato vai depender dessa interpretação inicial. As crenças individuais de cada indivíduo que interpreta também vão ser levadas em conta. Esse não é um problema só de quem não trabalha com notícias, mas também de quem vive delas. O autor destaca que somos facilmente influenciados quando não temos nenhum conhecimento sobre algum assunto, o que leva a pensar que esse comportamento também pode ser aplicado ao acreditar em uma notícia falsa e compartilhá-la. Para Macdonald (2019), existe uma tendência das pessoas a serem mais receptivas a novas verdades que se encaixem em nosso *mindset* preexistente e resistente àquelas que confrontam ou desafiam nossas visões já formadas.

Mindset é um conjunto de crenças, ideias e opiniões que criamos e montamos a respeito de nós mesmos e do mundo ao nosso redor. Nossas posturas mentais determinam nossos pensamentos sobre as coisas, bem como nossas escolhas de ações (MACDONALD, 2019, p. 16).

Tudo isso, nos faz pensar no cuidado com o discurso. No cuidado com as reproduções sem o aprofundamento. Para Macdonald (2019), não é exagero afirmar que muito do que pensamos e fazemos é determinado pelas verdades concorrentes que ouvimos e lemos. Somos influenciados o tempo todo.

2.4 ESTRATÉGIAS DE DEFESA

Antes das eleições de 2018, no Brasil, o Ministério Público Federal, através do Grupo de Apoio Sobre Criminalidade Cibernética, publicou um alerta para investigação das notícias

falsas. É um breve artigo que tenta ensinar e orientar o funcionário público como se combate as *Fake News*. Temos, portanto, uma espécie de passo a passo para a investigação. De acordo com o artigo, o primeiro passo é identificar o provedor de aplicações de internet (*Facebook, Twitter, Youtube/Google, WhatsApp, site na web, etc.*) e depois preservar todos os elementos referentes àquela publicação falsa/criminosa. O segundo passo é requerer judicialmente, o afastamento de sigilo de dados telemáticos, nos casos criminais e nos casos cíveis. Com o número do IP em mãos é possível identificar o provedor de conexão.

No caso de investigação criminal, é a medida cautelar de busca e apreensão do que foi divulgado. Em caso de investigação cível, não tem necessidade de busca e apreensão da notícia que já é pública. Esse passo a passo, teoricamente, pode até funcionar. Ainda mais quando levamos em consideração que para aqueles que estão na rede social na internet, o anonimato, pode reduzir a responsabilização. *Fake News* não se combate com investigações desse tipo, mas com educação para que ela não se propague.

A punição aliada à Lei de Crimes Cibernéticos (12.737/2012) pode ser uma “falsa segurança” para os órgãos públicos que precisam estar sempre ancorados nas regras para que tudo funcione ou pareça funcionar. Saber que poderá ser punido criminalmente não impedirá que a notícia falsa seja criada e muito menos disseminada. Como há o controle de milhares e milhares de usuários da internet compartilhando ao mesmo tempo o mesmo conteúdo falso? Como controlar, intermediar e investigar todo curso dessa notícia que se espalha como uma grande epidemia para o mal. A única “vacina” para prevenir que este problema piore ainda mais é a educação para o uso. É instituir o pertencimento de consciência e responsabilidade individual com o pensamento no coletivo.

Nunca as redes sociais na internet foram tão pautadas para temas de discussões, regras, proibições e reflexões em sala de aula. Mas é preciso partir para a prática, incorporando ao ensino, como usar e os riscos sociais ao compartilhar o que não é verdade. É preciso uma análise sobre regras ou fórmulas, e se faz sentido incentivar o desenvolvimento do *feeling* de cada pessoa, que agora tem que aprender a desconfiar, checar e só compartilhar o que realmente tem certeza.

A sobrecarga de informação significa que todos nós devemos nos tornar editores: filtrar, checar e avaliar o que lemos. Da mesma forma que crianças são ensinadas a como entender textos impressos, suas faculdades críticas devem ser treinadas para enfrentar os desafios muito diferentes de um feed digital (D’ANCONA, 2018, p. 101).

Quando D'Ancona (2018) afirma que a pós-verdade não é sinônimo de mentira e que a novidade não é a desonestidade dos políticos, mas a resposta do público a isso, nos faz refletir ainda mais sobre o nosso papel nesse processo. Muito mais do que criar e adequar legislações que punam os autores das notícias falsas, seja investir tempo e direcionar as políticas educacionais para a convivência com essa situação e que se criem mecanismos para que a própria população seja o escudo da notícia falsa criada para o mal.

Diversas plataformas podem ser criadas para isso. Nesse contexto, grandes sites de jornalismo criam seus próprios canais de comunicação com o grande público onde lá é possível checar a veracidade ou não de uma notícia. Foi o que fez o portal de notícias da Rede Globo, lançando em julho de 2018, a campanha “Fato ou *Fake*”. Um departamento criado com jornalistas para monitorar as redes sociais na internet e as sugestões enviadas pelo público. Através do trabalho de verificação, com consultas às fontes oficiais, testemunhas e especialistas. Após passar pela checagem a informação é publicada com o selo de fato ou *fake*.

Esse canal de relacionamento com o grande público, para esclarecer assuntos duvidosos também interpreta informações dúbias e aplica um selo nos casos de “ser um fato” (quando é verdade), “não é bem assim” (quando a informação é parcialmente verdadeira, exagerada ou incompleta) e “*fake*” (quando é falsa). Em um ano de atuação, esse canal fez a checagem de 400 boatos e 750 declarações verificadas. Além disso, um manual em vídeo ajuda a população a identificar uma notícia falsa.

Nesse vídeo, o primeiro critério que deve ser usado antes de compartilhar é ler a notícia toda. Se não leu, é preciso ler antes de compartilhar. Os títulos podem não ter nada a ver com o corpo do texto. Justamente para chamar atenção e fazer com que a pessoa compartilhe na emoção da notícia sem nem mesmo ter lido tudo. O segundo passo é perceber se esse texto tem conotação exagerada. O que parece ser muito inacreditável pode ligar o alerta para algo falso, criado apenas para conseguir muitos compartilhamentos.

Outro aspecto é perceber se as informações contidas no texto são vagas. Sem detalhes do ocorrido, local, pessoas envolvidas e fontes, esse texto pode ser bem suspeito. O texto verdadeiro normalmente responde a todas as perguntas do leitor, baseadas no que chamamos jornalisticamente de *lead* (ou lide), isto é, no início do texto apresentar respostas às indagações: O que? Quando? Onde? Por que? Quem? Como? De acordo com Pena (2017), o *lead*, nada mais é que o relato sintético do acontecimento logo no começo do texto. É importante e aconselhável também estar de olho na data de publicação da informação compartilhada, pois, pode ser a primeira suspeita de que algo está errado com a publicação.

Em aplicativos de conversas, diversas notícias falsas perduram por anos. Elas vão e voltam e quando está no ‘furacão do compartilhamento’ parece que ela é do dia, quando na verdade além de ser falsa, é um *fake* antigo que ressurge como novidade. Esse retorno pode causar muita confusão e até pânico.

A exemplo do que aconteceu com uma notícia falsa de 2009 compartilhada às vésperas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), onde dizia que a prova havia sido cancelada. Essa *Fake News* voltou em 2012 causando muitos transtornos para os estudantes que não lembravam mais do furto das provas no ano de 2009 e que de fato as provas haviam sido canceladas. Mais um critério é olhar para a imagem publicada. Fotos e vídeos podem ser facilmente editados para confundir as pessoas.

Na hora da suspeita é só clicar com o botão direito do mouse na imagem e procurar no site de pesquisas *Google*. Lá é possível ver quantas vezes e como essa mesma imagem foi publicada. Muitas vezes, quem cria a notícia falsa, pega uma imagem de uma notícia que não corresponde ao conteúdo que está ali. A função dessa imagem em uma *Fake News* é enganar junto com o título, o que pode reforçar ainda mais o primeiro quesito que é de ler a notícia na íntegra. Notícias verdadeiras são normalmente publicadas em veículos da imprensa profissional.

No Brasil e no mundo existem vários, onde podemos com credibilidade buscar em suas últimas publicações o que recebemos através do celular. Checar as fontes é outro critério muito importante. Sites oficiais costumam publicar suas informações, dados, estatísticas, antes mesmo do envio para a imprensa.

Essa convivência com a notícia falsa vai ainda muito além dos cuidados antes de compartilhar. Antes disso, vem toda a tecnologia a favor dos criadores de *Fake News*, que utilizam esses recursos para disseminar ideias que alguns grupos acreditam, e a tomam como verdade.

A mídia social e os mecanismos de busca, com seus algoritmos e hashtags, tendem a nos dirigir para o conteúdo de que vamos gostar e para as pessoas que concordam conosco. Muitas vezes, rejeitamos como “trolls” aqueles que se atrevem a discordar. A consequência é que as opiniões tendem a ser reforçadas, e as mentiras, incontestadas. Definimos no assim chamado “filtro bolha”. De fato, nunca houve um modo mais rápido e mais poderoso de espalhar uma mentira do que postá-la on-line (D’ANCONA, 2018, p. 53).

Em última análise, D’Ancona (2018) entende que a tecnologia digital foi a infraestrutura principal da pós-verdade. É exatamente o que norteia todo o “barco desse

náufrago das notícias falsas” em que estamos sendo testemunhas, autores, coautores e coadjuvantes no processo. Ninguém pode se isentar, precisamos aprofundar os estudos e nos proteger para depois proteger o próximo, assim como acontece com as instruções de segurança durante um voo: “coloque primeiro a sua máscara para depois auxiliar quem precisa de ajuda”. Como os estudos sobre o fenômeno das *Fake News* ainda são muito recentes, reforça a necessidade de continuidade das análises em trabalhos de pesquisa como este pretende.

2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo tentou resgatar os fatos históricos que corroboraram para a disseminação das *Fake News* no Brasil e no mundo. Conceitos que norteiam esse fenômeno também foram discutidos a fim de contextualizar a necessidade de ir além nos estudos. O comportamento humano está diretamente relacionado com as primeiras conclusões dos autores citados. As primeiras tentativas para conter esse fenômeno começam a surgir de maneira mais acentuada na esfera pública e foram citadas neste capítulo para trazer mais clareza à pouca teoria existente sobre esse tema.

Foi resgatada no contexto histórico, a presença do “boato” que sempre teve o objetivo negativo para prejudicar alguém ou até mesmo toda uma sociedade. Só que antes, esse boato demorava a ganhar proporções. Hoje está mais que provado que a notícia falsa ou criada ganhou força com as redes sociais na internet tomando grandes proporções e alcance geográfico antes nunca visto.

Termos como pós-verdade e verdades concorrentes também ganharam evidência neste primeiro capítulo, deixando claro o quanto a rotina jornalística tem precisado mudar nestes últimos anos, mais precisamente, a partir das últimas eleições presidenciais no Brasil em 2018.

Dentro desse contexto de mudanças na prática jornalística, órgãos públicos também precisaram abrir os canais de comunicação de uma maneira direta com o público. A ideia é que as pessoas comuns tirem suas dúvidas quanto a um conteúdo que chegue através das redes sociais e na internet e possa “checar” diretamente com o poder público com seus canais de comunicação oficiais que usam o aplicativo de conversas *WhatsApp*.

Poder público, empresas e até a própria imprensa têm criado mecanismo de defesa contra as informações falsas. Neste capítulo, exemplos reais foram descritos e para deixar esta

pesquisa acessível para o ambiente educacional, exemplos hipotéticos ilustraram os efeitos das *Fake News* nos veículos de comunicação de massa, a exemplo do rádio que é o objeto em questão.

No próximo capítulo, será explorada de maneira cronológica como está a relação da comunicação, do jornalismo e do *WhatsApp*. Como esse aplicativo mudou a rotina nos veículos de comunicação no Brasil e no Vale do São Francisco e, principalmente, como contribuiu para a disseminação de notícias falsas. E ainda, como a cultura do amadorismo, bem criticada pelos autores que pesquisaram este fenômeno na época se transformou em algo positivo, mas que ainda assim, demanda o papel do jornalista com apuração séria. Mas esse amador extremamente perigoso ganhou um novo nome: repórter amador. Aquela pessoa que colabora com o conteúdo de programas jornalísticos e serve como um produtor de conteúdo colaborativo.

3 COMUNICAÇÃO, JORNALISMO E WHATSAPP: O QUE ALTEROU NA ROTINA DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

Atualmente, é fácil perceber que a comunicação mediada por *smartphones* e aplicativos exerce grande influência no cotidiano das pessoas. Ela renova a relação entre emissores e receptores, impactando nas novas relações de noticiabilidade que começaram a surgir a partir do uso das redes sociais na internet. A facilidade de acesso aos *smartphones* e a abertura dos pacotes de dados para internet no celular por parte das operadoras de telefonia facilitaram a conexão virtual entre as pessoas. Neste capítulo, vamos mostrar como os *smartphones* através dos aplicativos de conversas se tornaram os responsáveis pela inovação no modo de fazer jornalismo diário. Um jornalismo cada vez mais conectado com o público e um público que cada vez mais participa do processo de produção de conteúdo.

Podemos entender que os *smartphones* “(...) são novas plataformas com potência para gerar e reconfigurar os modos de produção, publicação, circulação e recirculação, consumo e recepção de novos conteúdos e novos formatos/gêneros” (CANAVILHAS, 2015, p. 14). O resultado disso é um maior poder de comunicação e informação, principalmente no que se refere às notícias locais, estaduais, federais e mundiais. O jornalismo ganhou uma nova dimensão e alcance com as redes sociais na internet e é o que essa pesquisa pretende mostrar. Esse é o lado bom, mas há o lado que preocupa com toda essa amplitude que o acesso à informação proporciona: as notícias falsas. Este capítulo fará um resgate histórico relacionando como era e o que mudou nos processos de comunicação dos veículos de massa, em especial, o rádio, objeto desta pesquisa.

Nesta jornada, podemos perceber que os veículos de comunicação de massa foram perdendo espaço para a internet, que facilita o compartilhamento de notícias. Foi preciso despertar e aderir ao uso das redes sociais na internet, ampliando a participação do grande público que passou a ser concebido como importante colaborador para circulação de notícias. Este colaborador contribui diariamente muitas vezes com conteúdo em primeira mão, produzindo fotos e vídeos, fornecidos em sua maioria gratuitamente para a grande mídia e, em troca, tem o seu crédito fornecido pelos veículos de comunicação durante a veiculação da notícia, gerando uma espécie de capital simbólico para o usuário.

Mas, após essa abertura de espaço, um novo problema surgiu: como filtrar, apurar de forma precisa e não publicar fatos falsos? Afinal, os emissores estão em todas as classes sociais e dentro desse contexto vários níveis de escolaridade, letramento e até a ausência dos

dois. Junto com a participação desse novo colaborador, chamado de “repórter cidadão”, os veículos de comunicação tradicionais passaram também a reformular a apuração para o conteúdo que chega via redes sociais na internet. Muitas vezes, essa apuração precisa ter uma velocidade diferente do que antes os comunicadores eram acostumados.

Será que a ausência de alfabetização ou letramento influencia diretamente no compartilhamento de notícias falsas no aplicativo de conversas *WhatsApp*, por exemplo? E como as redações de jornalismo passaram a lidar com isso? O cuidado passou a ser redobrado e a apuração tem ficado cada vez mais criteriosa? Surge uma nova demanda de trabalho com a necessidade de profissionais cada vez mais conectados e com novos critérios de noticiabilidade. “Lidar com a população produzindo conteúdo praticamente o dia inteiro é fruto de um novo ecossistema comunicacional onde os dispositivos móveis passaram a ser extensões do corpo humano” (MONTEIRO, 2015, p. 43) e o hábito de fotografar ou filmar, aliado à facilidade de compartilhar podem ajudar e ao mesmo tempo atrapalhar a divulgação de conteúdo noticioso, sério e de interesse público. Outro aspecto é a ausência de alfabetização ou letramento com o uso desses *smartphones*.

Muitas vezes, o conteúdo chega e o receptor, mesmo sem conseguir interpretar o que leu compartilha sem nenhum critério. E isso acontece também com a imprensa. Este capítulo também vai abordar as principais armadilhas que o comunicador cai com frequência e as consequências dessas notícias falsas se tornarem públicas. Afinal, não há critério para compartilhar. Não há barreiras. Hoje é possível observar que pessoas com vários níveis de alfabetização usam as redes sociais na internet e compartilham fatos. Elas também ajudam na produção de conteúdo da grande mídia. Mas a questão é: mesmo alfabetizadas, essas pessoas integram o grupo onde o letramento é quase inexistente. Afinal, o letramento envolve mais do que meramente ler e escrever (SOARES, 2014).

Este capítulo vai falar da relação entre rádio e web e redes sociais na internet. Será finalizado com essa realidade no Vale do São Francisco e como o aplicativo *WhatsApp* consegue ser responsável pela produção de conteúdo e disseminação de *Fake News*.

3.1 BREVE HISTÓRICO DO RÁDIO E DO RADIOJORNALISMO NO BRASIL

A evolução da mensagem escrita através de Gutenberg, inventor da prensa de tipos móveis, da tinta para impressão e da prensa, que fez nascer os primeiros registros em livros, foi um grande avanço para a comunicação social. Mas o acesso à leitura, desde a época de sua criação, excluía os menos favorecidos. Era preciso ir além, transmitir fonemas, sons, palavras,

fala, seria talvez inimaginável para a época dos escritos. Os livros nunca conseguiram entrar na classificação de um meio de comunicação de massa, ou seja, atingir várias pessoas ao mesmo tempo. De acordo com “O Livro de Ouro da Comunicação”, da autora Gontijo (2004), é preciso primeiro entender o sentido de um veículo de comunicação de massa:

Com certeza, um meio de comunicação de massa deve atingir um grande número de pessoas. Quão grande precisa ser o público atingido para o meio ser considerado de massa? Talvez a palavra *massa* não seja a mais apropriada, por lembrar multidões, em vez de remeter à leitura de um jornal, que é uma ação individual. Ouvir rádio também é uma experiência normalmente individual e, no entanto, os dois meios são considerados de massa porque remetem à ideia de anonimato. Trata-se da apropriação de um conceito industrial que aponta para a diferença entre produzir artesanalmente para um comprador conhecido e produzir em série para uma massa de indivíduos desconhecidos. O livro impresso e, mais adiante, os jornais foram veículos cuja mensagem podia ser consumida por indivíduos sem vínculo e sem contato visual com a fonte emissora. Outra característica do que hoje definimos como meio de comunicação de massa é o fato de existir sempre uma organização dedicada à produção e circulação da comunicação em intervalos regulares. A periodização começou com os jornais e, mais adiante, com o rádio e a televisão. Não é mais possível, nos dias atuais, pensar em comunicação de massa sem considerar a existência de uma tecnologia entre o emissor e o público. No caso de um jornal, essa tecnologia é a máquina impressora; no caso de uma rádio e de uma TV, a gravação e a transmissão são as tecnologias; no cinema, a fotografia e a projeção (GONTIJO, 2004, p. 319).

A primeira linha telegráfica no Brasil data de 1852. Na virada do século já eram 20 mil quilômetros de rede telegráfica no país com estações em todas as capitais e no Distrito Federal. Na sequência, a chegada do telefone que data o ano de 1876, sendo uma das primeiras linhas implantadas no Rio de Janeiro. Em 1878, chega o fonógrafo elétrico a pilha no país, trazendo a novidade da gravação da voz para reprodução quantas vezes fosse necessário.

No primeiro momento em que o rádio foi descoberto como extensão do telégrafo foi usado para comunicar com navios em alto-mar, Gontijo (2004). Na sequência era usado para ouvir nos aparelhos receptores, óperas, leituras da Bíblia e poemas. Mais na frente, a Companhia de Telégrafo e Telefone dos Estados Unidos aprimorou os microfones para transmitir o som da voz humana. Começa uma história que perdura até os dias de hoje, com inovações claro, mas que está bem longe de acontecer o mesmo com o jornal impresso: a sua extinção e remodelação para o formato on-line.

Em 1920, o rádio já estava presente em cinquenta países com conteúdo de notícias e músicas em sua programação. Na história oficial do rádio no Brasil, ele chega no dia 7 de

setembro de 1922 durante a comemoração do Centenário da Independência (GONTIJO, 2004). Contudo, em 2020, um documento intitulado “Carta de Natal”, trouxe um novo fato à história do radialismo no Brasil. A Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, reconheceu que a primeira transmissão no país foi no Recife, capital de Pernambuco, através da Rádio Clube. Passando a ser em 6 de abril de 1919 a primeira transmissão sonora à distância. Ou seja, quando de um ponto se transmite para outros diferentes ao mesmo tempo. Este marco sempre gerou dúvida entre os estudiosos e agora passa a ser um consenso e reconhecido.

Com a chegada da televisão na década de 1950, o rádio passou por uma crise, mas o hábito de escutar nunca acabou. Um novo modelo de rádio surge com o advento da internet e essa fase fica bem definida com o que disse a autora Prata (2008), uma das referências em pesquisas e artigos publicados sobre a história do rádio até os dias de hoje.

Com o advento da web, empresas brasileiras em geral criaram suas páginas na internet para uma interface com o consumidor. O rádio viveu o mesmo processo e muitas emissoras passaram a ter um site na rede, com informações sobre a empresa e os locutores, letras de músicas, tabela de anúncios publicitários, etc. Aos poucos, as rádios também passaram a ofertar a transmissão on-line, isto é, um único produto midiático podendo ser acessado simultaneamente no aparelho de rádio e no computador. A partir de 1998, foram criadas, no Brasil, emissoras de rádio com existência apenas na internet, que denominamos de webrádios. Por webrádio entende-se a emissora radiofônica que pode ser acessada por meio de uma URL (Uniform Resource Locator), um endereço na internet, não mais por uma frequência sintonizada no dial de um aparelho receptor de ondas hertzianas. Quando Meditsch (2001) fala que o fantasma da extinção do rádio ronda nossos estúdios sob a ameaça da internet, é preciso lembrar que a web, certamente, não representa o fim, mas o início de uma nova era, regida pela digitalização. Desta vez com uma nova linguagem, novos signos textuais e imagéticos, novo suporte, novas formas de interação e a presença de gêneros reconfigurados, alguns do velho modo hertziano e outros novos nascidos das modernas tecnologias (PRATA, 2008, p. 2).

Nos dias de hoje, podemos perceber uma volta mais acentuada para escuta on-line quando pensamos na transformação dos programas de rádio em *podcasts*, que são arquivos digitais de áudio, disponíveis em aplicativos e que podem ser escutados em qualquer dia ou horário.

Assim como acontece com a TV, que teve que disponibilizar seus telejornais e programas de conteúdo na íntegra em seus sites, para serem vistos e compartilhados pela grande massa no horário que cada um decidir ver, com o rádio tem acontecido cada vez mais essa adesão ao *podcast*, também por ser um programa temático e sem o conteúdo factual.

Talvez o momento em que vivemos hoje, esteja resgatando os chamados “tempos de ouro do rádio”, onde esse meio de comunicação era o mais popular e a primeira opção para informação e entretenimento na casa dos brasileiros.

Porém, a ruptura na maneira de produzir rádio nos dias de hoje, tem feito com que os programas se reinventem e, principalmente, incluam a participação do ouvinte que muitas vezes demonstra não querer mais ligar para o telefone fixo e falar ao vivo com o apresentador. O envio de perguntas e denúncias, por exemplo, acontece de maneira mais frequente através de áudio gravado e enviado pelo *WhatsApp*. No Vale do São Francisco, podemos falar de maneira unanime, que todos os programas, sejam eles musicais e de conteúdo jornalístico, disponibilizam um número de celular que tem o aplicativo de conversas para a interação com o ouvinte e com o público da internet que acompanha os programas através das transmissões, chamadas de *lives*, também disponibilizadas pelas redes sociais na internet através do *Instagram* e *Facebook*, por exemplo.

O radiojornalismo passa a integrar os recursos da *web* para incrementar mais a participação popular e ainda conquistar públicos que estão mais conectados do que sintonizados, caindo por terra o paradigma da revolução digital que acabaria com todas as mídias tradicionais, a exemplo do rádio e da TV.

Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. O paradigma da revolução digital alegava que os novos meios de comunicação digital mudariam tudo. Após o estouro da bolha ponto.com, a tendência foi imaginar que as novas mídias não haviam mudado nada. Como muitas outras coisas no atual ambiente de mídia, a verdade está no meio-termo. Cada vez mais, líderes da indústria midiática estão retornando à convergência como uma forma de encontrar sentido, num momento de confusas transformações. A convergência é, nesse sentido, um conceito antigo assumindo novos significados (JENKINS, 2009, p. 32-33).

Imaginar que chegaríamos ao que estamos vivenciando hoje com a convergência tão acentuada, onde o rádio volta a ganhar força trazendo novas ferramentas, principalmente de interatividade. E há ainda um acréscimo a isso tudo: a oportunidade de expansão que a convergência proporciona. Os programas de rádio de maior audiência nas cidades de Petrolina e Juazeiro não estão só nas frequências do rádio. Esses programas encontraram-se também em outras plataformas, uma maneira de consolidação para agregar também o público conectado. A maioria usa além do programa ao vivo, um blog de notícias e redes sociais na internet, principalmente, o *Instagram* e o *WhatsApp*.

Agora, para atuar em rádio, o comunicador precisa trabalhar com ferramentas que vão além do áudio, além de, atualmente, já ser responsável por mais de uma etapa do processo de apuração, produção e veiculação da notícia. Esta mudança, embora seja facilmente observada na realidade atual, não é nova. Os jornalistas radiofônicos adaptam suas funções e atividades à evolução das tecnologias desde o surgimento do veículo, na década de 20. Nas primeiras décadas do rádio no Brasil, até os anos 1950, do profissional de rádio era exigido o domínio de duas técnicas: a) a locução clara, com voz firme e “respeitável” de um noticiário ou na realização de um comentário e 2) a habilidade de encantar e interagir com o ouvinte – ainda de maneira assíncrona, através das cartas enviadas pelo público em geral. Com a organização dos departamentos de jornalismo nas emissoras, a organização do fluxo informacional também começou a se alterar. Na coleta de informações, o jornalista precisava agora trabalhar com as tecnologias móveis de apuração: unidades móveis que funcionavam com a bateria do carro, telefones fixos, gravadores de fita rolo, gravadores de fita K7, MD’s, telefones celulares e gravadores digitais permitiam que o repórter trouxesse para o ouvinte a informação diretamente do palco dos acontecimentos. Com o passar das décadas e com a evolução destas tecnologias problemas como a falta de qualidade do som transmitido e a reduzida mobilidade do repórter devido a cabos e conexões telefônicas foram minimizados, permitindo, hoje, a presença e comunicabilidade do repórter em quase todos os espaços que precise estar para realizar uma cobertura (LOPEZ, 2010, p. 40).

São notórias as mudanças no fazer radiojornalismo no Brasil proporcionadas pela convergência de mídias. Mas até chegar aos dias de hoje, o radiojornalismo passou por etapas nesse processo de evolução. Primeiro na década de 70 com a popularidade do telefone e a participação do ouvinte que passa a também se ouvir nas ondas do rádio. Em 1990, o repórter do rádio passou a produzir seu conteúdo em áudio e fazer a edição do próprio material. Foi quando as emissoras perceberam a necessidade de buscar um profissional cada vez mais multimídia para produção de conteúdo no rádio.

No ano 2000, o profissional passou a dominar diversas ações em diferentes plataformas estando ao vivo no programa, sendo concebido como um comunicador que apresenta, pesquisa na internet, atende ligações dos ouvintes, conversa com a equipe de produção e ainda está presente e interagindo com outras ferramentas digitais.

Em um determinado tempo, a participação das pessoas comuns causou estranhamento e até muito mais críticas do que benefícios para a prática do jornalismo diário. De acordo com Keen (2009), os jornalistas profissionais aprendem habilidades através da formação que uma pessoa comum, no caso o amador, não consegue ter. A experiência no dia a dia com edição e o ato de relatar acontecimentos sempre com embasamento de outros profissionais que colaboram com seus conhecimentos e falas que complementam o texto e dão ainda mais credibilidade à informação. Isso não ocorre com o jornalista-amador ou jornalista-cidadão.

Justamente por não ter o aprendizado formal e divulgam o fato ou o boato como reportagem, palpíte ou informação, e isso, sem se preocupar com a veracidade.

Keen (2009) ainda afirma que o jornalista amador não tem recursos necessários para trazer notícias confiáveis e não só por falta da formação e experiência, mas principalmente, o acesso às fontes e informações oficiais.

O que a Web 2.0 nos dá é uma cultura infinitamente fragmentada em que ficamos irremediavelmente desorientados, sem saber como concentrar nossa atenção e despendar nosso tempo limitado. E essa cultura do amador vai muito além de livros e música. Hoje, centenas de milhares de radiodifusores ou *podcasters* amadores – pretensos Howard Stern e Rush Limbaugh – estão usando seus computadores para produzir e distribuir programas na forma de *podcasts*. A última moda são os videoblogs, transformando qualquer pessoa com uma webcam e um microfone em astro instantâneo nas redes de vídeos amadores como YouTube e Bebo. Que virá em seguida? Alguns acreditam que logo veremos o advento da “wiki-televisão”, em que amadores poderão fornecer conteúdo a ser encaixado nas tramas de seus programas favoritos (KEEN, 2009, p. 60).

Parecia até uma previsão do que estamos vivenciando atualmente. Os amadores de fato colaboram e muito com o conteúdo da mídia formal. Eles passaram a ser parte fundamental do processo de produção de conteúdo. É inegável o quanto o jornalismo participativo cresceu e vem crescendo com esse comportamento do público que agora passou a ser parte do processo. É inegável que essa participação sempre existiu.

Na rotina de uma redação de jornalismo, sempre existiu o atendimento ao público, seja de maneira presencial, por carta ou por ligação. A diferença é que antes os amadores dependiam dos veículos tradicionais de comunicação para ver a sua versão, a sua ideia ou mesmo a sua sugestão de pauta publicada. Hoje, mesmo se a imprensa não der o devido destaque ao fato, o usuário faz isso através das redes sociais na internet. A depender da repercussão que o assunto tenha, a imprensa tradicional vai em busca dessas pessoas para dar o destaque a um assunto que chegou às suas mãos, mas não passou pelo crivo da edição e, por isso, não foi publicado antes da internet. Se constata que o assunto virou destaque muito mais pelo apelo das pessoas comuns compartilhando um determinado acontecimento seja falso ou verdadeiro, do que pelo interesse público da informação.

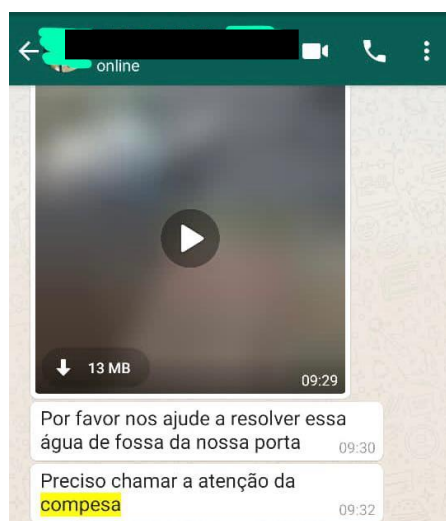
A jornalista, pesquisadora e professora do curso de comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Sheila Borges, vem ao longo de anos estudando a pessoa classificada de repórter-amador. Por vezes temido, às vezes amado e nem sempre visto com bons olhos pelos jornalistas profissionais. Borges (2013) enfatiza a facilidade que o mundo

virtual trouxe para essas pessoas, que são historicamente importantes para muitas redações de jornalismo. Aquelas pessoas que, independentemente de classe social ou profissão, sempre procuram colaborar com sugestões de pauta, denúncias e até intervenções no modo de produção de conteúdo.

No mundo virtual, o indivíduo pode ter acesso direto às fontes de informações, muitas vezes de forma gratuita, driblando a mediação da imprensa, mas é essa função que os veículos querem preservar e valorizar. Basta ter um computador ou qualquer outra plataforma móvel conectada à internet para navegar livremente na grande rede ou interagir com os conglomerados, remetendo mensagens de texto ou de imagens. Além de colaborar com os jornalistas, parte desses indivíduos está criando espaços virtuais nos quais ela mesma escreve a notícia, sem se submeter aos filtros de edição das redações (BORGES, 2013, p. 17).

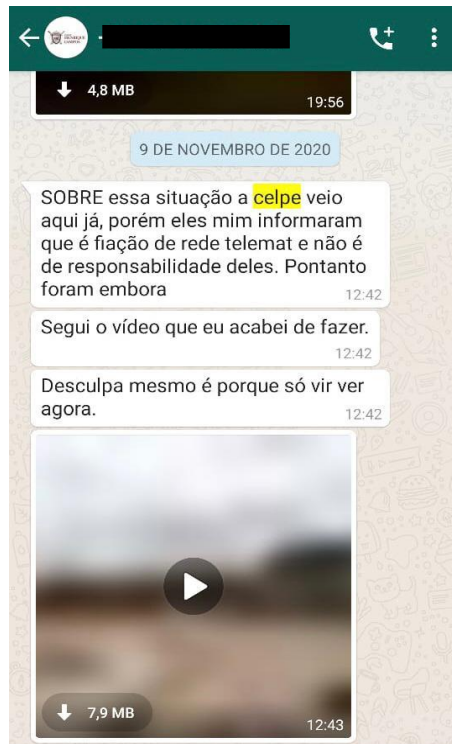
Dessa maneira, o comportamento do repórter amador passa a não ser mais visto como um vilão para o jornalismo, mas como o responsável por tantas mudanças positivas na prática da profissão. No rádio, as mudanças foram sentidas de maneira mais natural, justamente pela popularidade deste veículo de comunicação que em sua essência é feito com as participações dos ouvintes. O que é sentido hoje na prática do rádio é a migração das ligações ao vivo por telefone fixo para as mensagens em áudio, que praticamente em tempo real, são colocadas no ar. Nas entrevistas de estúdio, as interações do convidado com a audiência também acontecem do mesmo jeito: com perguntas e comentários enviados através dos áudios e mensagens de texto pelo aplicativo de conversas.

Imagem 3- WhatsApp do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação



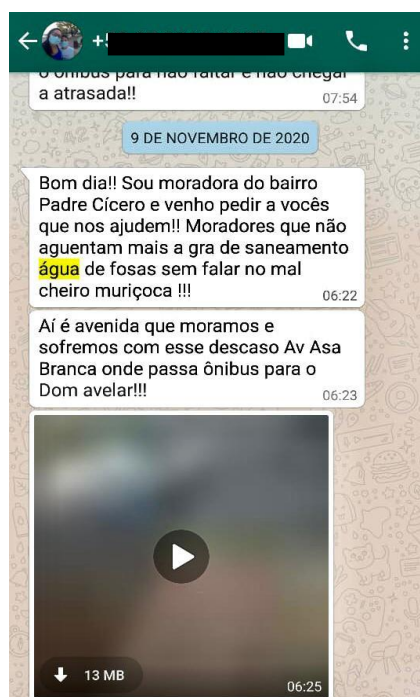
Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 4- WhatsApp do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 5- WhatsApp do programa Nossa Voz. Pedidos da população através de mensagens de texto e vídeos que comprovam a situação



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Nos dias atuais, isso vai mais além. O comunicador ainda responde e conversa com os ouvintes através do aplicativo de conversas *WhatsApp*, aparece nas transmissões ao vivo das redes sociais na internet, responde a interação nelas, olha o *e-mail* em tempo real, pede respostas aos órgãos públicos e fontes oficiais no mesmo tempo em que a denúncia está sendo feita ao vivo ou por áudio gravado e publicado para todo público escutar. Essa é a fase que Borges (2013), chama de protagonismo do repórter-amador:

Em função da competitividade, todos começaram a oferecer outros serviços, sem se limitar à versão online dos veículos impressos, para estimular a interatividade com o internauta. É nesse contexto que nasce o cidadão do jornalismo 2.0. Os veículos começaram a criar novos formatos e conteúdos, específicos para web, levando em contas próprias características deste meio. É nessa fase que se deflagra o fenômeno da convergência de mídias. Nele, os veículos que integram os conglomerados se autorreferenciam, ou seja, o jornal chama o seu leitor para ver matérias complementares ou novas nos canais dos sistemas de comunicação da empresa que está na web. Os cidadãos do jornalismo 2.0 são aqueles que utilizam as novas tecnologias para comentar as notícias e enviar informações para as redações dos veículos, que podem ou não ser aproveitadas na pauta que norteia o trabalho dos jornalistas. O jornalismo deixa de ser linear e passivo para ser multidirecional e interativo quando traz para o seu mundo social as mudanças tecnológicas do ambiente virtual (BORGES, 2013, p. 117-118).

Quantas mudanças estão sendo sentidas no sistema de produção de conteúdo das mídias tradicionais. Aqui cabe citar como essa participação através do *WhatsApp* se consolidou para os programas de rádio e TV durante a pandemia mundial da Covid-19. Entrevistar as fontes sem tirá-las de casa foi uma prática que veio para ficar. Uma alternativa viável, de baixo custo e com eficiência. Entrevistas ao vivo por *Skype*, nos programas de televisão, e por telefone ou áudio transmitido via *WhatsApp*, nos programas de rádio. Ainda há a modalidade *Live* com convidado/entrevistado, também transmitida nos programas radiofônicos ao vivo. Tudo isso nos faz refletir sobre o atual momento e a importância em resgatar como essa história começou. Um assunto para o próximo tópico que resgata como o jornalismo mudou e continua sofrendo mutações por causa das redes sociais na internet.

3.2 OS CAMINHOS DO JORNALISMO NA INTERNET

O final dos anos 1990 foi marcado pela popularização dos computadores e da internet nas redações brasileiras. Isso aumentou e popularizou o acesso à *web* com o início de um processo de popularização que se estende até os dias de hoje, sempre em números progressivos. Mas, precisamos sempre entender a história para nos apropriar do nosso

contexto atual. A autora Borges (2017), resume como chegamos a esta primeira fase do jornalismo que antecedeu a fase atual das redes sociais na internet:

Era o espaço comunicativo que ficava entre a esfera burguesa e o Estado. Nesse sentido, os jornais, inicialmente, desempenharam um papel fundamental. No mundo contemporâneo, no entanto, os conglomerados de comunicação se apropriaram desse lugar central, pois são formados por empresas que congregam vários veículos: jornais e revistas impressas, rádios, televisões e, mais recentemente, espaços na internet sob um comando único. Em uma sociedade interligada em rede, as possibilidades de comunicação foram ampliadas (BORGES, 2017, p. 15).

Hoje qualquer pessoa pode virar produtor/produtora de conteúdo, disseminar informações e estabelecer interações com a grande mídia. A participação popular ganhou um espaço inquestionável no fazer jornalístico e em todos os veículos de comunicação de massa.

De acordo com os resultados da “Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros”, mais conhecida como TIC Domicílios¹, no país, hoje existem 126,9 milhões de pessoas com acesso à internet, ou seja, 70% da população está conectada. A metade concentrada nos setores mais abastados das áreas urbanas. São 46,5 milhões de domicílios com acesso à internet, 67% do total. Os números têm crescido. Ainda de acordo com a pesquisa há muita margem para o acesso crescer no país — nos grandes centros e na região rural. “O Brasil ainda fica atrás, em termos de população conectada, de outros países da América do Sul, como Chile, Argentina e Uruguai”, segundo o TIC Domicílios.

Mesmo que o meio digital no Brasil ainda não tenha virado um meio de comunicação com fácil acesso para todos, levando em conta o poder aquisitivo para a compra de um aparelho celular e a manutenção dos pacotes de internet móvel. Por outro lado, uma vez inserido neste contexto das redes sociais na internet, é possível que todas as classes sociais sendo ou não de pessoas alfabetizadas ou com o grau mínimo ou médio de escolaridade, seja possível a utilização com êxito. Isso foi sentido e observado desde as primeiras pesquisas em jornalismo digital em base de dados como disse Machado (2006):

Em contraste com a narrativa moderna, em que ouvinte, leitor ou telespectador acompanha a narração (ouvindo, lendo, vendo) sem interferir

¹ Com a missão de monitorar a adoção das tecnologias de informação e comunicação (TIC) – em particular, o acesso e uso de computador, Internet e dispositivos móveis – foi criado em 2005, o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br). O Cetic.br é um departamento do Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (Nic.br), que implementa as decisões e projetos do Comitê Gestor da Internet do Brasil (Cgi.br).

na lógica interna das ações, motivada pela psicologia dos personagens – seja ficcional ou jornalística – o fluxo da narrativa no ciberespaço mais que incorporar depende da intervenção do tele-ator. Na narrativa moderna, ouvir, ler e ver são ações desconectadas do fluxo da narrativa. Quando acessa um espaço navegável de uma publicação jornalística no ciberespaço, por exemplo, um tele-ator, ao eleger como território de exploração um dos muitos módulos disponíveis e optar por uma, entre as várias linearidades propostas, desenvolve uma ação que interfere no curso da narrativa, que deixa de ser único como na narrativa jornalística convencional. (MACHADO, 2006, p. 51-52).

Inicialmente, o jornalismo foi obrigado a integrar também com a mídia digital para atender esta nova demanda. Houve uma primeira fase de rejeição, depois adaptação, questionamentos e muitas dúvidas. Até que ponto as redes sociais na internet ajudam ou atrapalham? O período da adaptação vem passando para os meios de comunicação de massa que agora passam a enxergar primeiro na *web* e depois nos aplicativos sociais a possibilidade de convergência. Sendo assim, passou a ser hoje essencial no trabalho de produção e edição de conteúdo de jornalismo, ou seja, foi preciso aceitar e renovar o processo, para não perder ainda mais espaço e audiência para as novas mídias. Mas até chegar a este ponto, reflexões sobre o medo da anulação do passado guiavam as pesquisas e análises.

A tecnologia digital tornou-se uma parte inescapável da vida no século XXI. Kevin Kelly disse à TED Conference no Vale do Silício em fevereiro de 2005: “Pode-se atrasar a tecnologia, mas não se pode detê-la”. E isso é verdade. Para bem ou para mal, a mídia participativa da Web 2.0 está reconfigurando nossa paisagem intelectual, política e comercial. Não podemos banir a Wikipédia, ou ressuscitar a Tower Records, ou mudar as realidades que tornaram sites como MySpace e YouTube imensamente populares e cada vez mais lucrativos. Nosso desafio é, antes, proteger o legado de nossa mídia convencional e 200 anos de proteção aos direitos autorais dentro do contexto da tecnologia digital do século XXI. Nossa meta deveria ser preservar nossa cultura e nossos valores, ao mesmo tempo em que desfrutamos os benefícios das potencialidades da internet de hoje. Precisamos encontrar uma maneira de equilibrar o melhor do futuro digital sem destruir as instituições do passado (KEEN, 2009, p. 173).

O medo da extinção das mídias tradicionais permitiu uma adequação. Podemos mencionar aqui que os jornais impressos foram os únicos, quase extintos e transformados para o formato digital. Todos os outros foram adequados, estão sobrevivendo e muitos até renascendo. É inegável que a tecnologia é algo milagroso, como ainda afirma Keen (2009). A possibilidade de conexão com o global e partilhar e compartilhar sem precedentes fez vivermos o que hoje é uma realidade: a interferência total das pessoas comuns através das redes sociais na internet.

De 1995 ao ano de 2006, o jornalismo digital passou por fases bem marcadas como dividiu Machado (2006). A primeira fase seria a do reaproveitamento dos conteúdos dos meios convencionais (1995-1997); a segunda fase foi de metáfora dos meios convencionais (1997-1999); a terceira foi de lançamento de produtos adaptados ao novo meio (1999-2002); e a quarta, de desenvolvimento de produtos articulados em torno de Base de Dados complexa (2002 para frente). Observem a rapidez das mudanças. Uma característica da internet é essa velocidade para alterar padrões e, principalmente regras e formatos. O jornalismo de fato mudou muito e em pouco tempo. O que justifica alguns meios de comunicação não terem acompanhado e até terem sido extintos por isso. Fato constatado bem antes de toda essa revolução em que estamos vivendo hoje, como expõe Castells (2001):

A internet foi deliberadamente projetada como uma tecnologia de comunicação livre. O que resultou desse projeto não é que sejamos livres finalmente graças à Internet – como espero ser capaz de mostrar; tudo depende de contexto e processo. Mas resultou disso que a Internet é uma tecnologia particularmente maleável, suscetível de ser profundamente alterada por sua prática social, e conducente a toda uma série de resultados sociais potenciais – a serem descobertos por experiência, não proclamados de antemão (CASTELLS, 2001, p. 10).

Castells (2001) ainda fala de uma internet com elasticidade, que por isso torna-se também suscetível a intensificar o que é contraditório, sendo uma característica bem presente no mundo. Sendo assim, nem utopia e nem distopia, a internet é a expressão de uma sociedade que tem um código de comunicação específico e este código precisa ser decifrado para mudar a nossa própria realidade. Ou seja, o jornalismo, por exemplo, teve que compreender esse processo antes que fosse engolido por ele. Assimilar as rápidas mudanças e ao mesmo tempo se adequar a novos formatos.

O site dos veículos de comunicação de massa, antes usados apenas como apoio para que as pessoas pudessem mandar seus e-mails, sugestões e votar em enquetes foram as primeiras medidas da adaptação com a internet. Só muito recente os produtores profissionais de conteúdo passaram a entender que o cidadão usuário de tecnologia precisava ser conquistado, ser convidado a interagir, a participar, a fazer parte de um processo produtivo. Um jornalismo diferente, mais próximo, mais integrado com meio digital e suas especificidades. “A forma de se dirigir ao público, e obter maior sucesso de audiência, é aquela que possibilita ao telespectador maneiras de interação. O significado e a forma que o conteúdo adota para representar a sua ideologia podem optar por diversos caminhos. O

artifício da emoção casada com o enredo são itens relevantes para o consumo do produto audiovisual” (MIRANDA, 2009, p. 26).

E as transformações continuam. A cada passo que a tecnologia digital dá, o rádio e todos os veículos de comunicação precisam buscar novos formatos de produção e linguagem. E não há previsão para que essas mudanças desacelerem. Novas tecnologias e formas de comunicação parecem surgir em velocidade exponencial a cada dia. Mesmo assim, os meios de comunicação continuam existindo, apesar dos apocalípticos de plantão terem previsto a morte do livro, do jornal, do rádio e da TV. Uma empresa jornalística pode falir ou sofrer mudanças, mas sempre houve uma forma de se adaptar para interagir com as novas mídias que foram surgindo (GONTIJO, 2004).

Por isso que hoje, os profissionais de comunicação que primeiro assimilaram a necessidade da convergência e depois incorporaram as redes sociais na internet e todos os formatos da *web* como maneira de sobrevivência, agora sentem que não é mais possível fazer jornalismo diário sem esses canais/fontes de informações e, principalmente, sem as participações ativas do público. Não dá para negar esse novo fluxo.

Um exemplo clássico que pode ser sentido o tempo todo, acontece na hora de contar um fato. Não precisa mais encaixá-lo em uma fôrma. Nos padrões dos manuais. Com os recursos de áudio e vídeos amadores sempre disponíveis é possível levar a notícia para mais perto de quem está acompanhando do outro lado, seja do rádio, da TV, do computador ou do celular. Os áudios em tempo real, vídeos, fotos e uma linguagem cada vez mais coloquial e próxima do público, permitem um entendimento mais facilitado. Hoje auxiliam na representação do real.

Em 2019, o Projeto Conexões 2, publicação com relatos profissionais e artigos acadêmicos da editora Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), reuniu análises dos impactos das novas mídias na comunicação. No artigo intitulado “Os fenômenos do “jornalismo cidadão” e da não-notícia no jornalismo contemporâneo”, trava uma reflexão sobre o que estamos tendo acesso de informações e a preocupação com os novos filtros que também passaram a nos informar. Levando em consideração que “(...) o jornalismo sofreu um impacto profundo porque o controle da informação não está mais concentrado nas mãos das organizações midiáticas” (GILLMOR, 2005 *apud* MORAES, OLIVEIRA, 2017, p. 2).

Quando pensamos que grandes acontecimentos sociais, tragédias, greves e outros assuntos podem ser acompanhados nas redes sociais na internet por quem se propõe a fazer a cobertura desses eventos por conta própria e que encontra público para consumir essa produção de conteúdo individual, independente e amador. O fenômeno cresce e encontra mais

peças para integrar o grupo dos repórteres cidadãos ou amadores. Se o processo de produção tradicional da imprensa está sendo rompido, o artigo frisa também as mudanças no quesito seleção de notícias e destaca a mudança do *gatekeeper* para *gatewatcher* das redações:

Nesse contexto, o jornalista não seria apenas o *gatekeeper*, o guardião do portão por onde as notícias entram, mas, fundamentalmente, um *gatewatcher* (...) o selecionador das informações que estão circulando na grande rede, a partir de critérios de noticiabilidade definidos pela audiência. Apesar dessas mudanças, não podemos dizer que os jornalistas perderam a sua importância no processo de seleção e divulgação das informações nem que o cidadão “X” tem o mesmo peso que o cidadão “Y”. (...) estaríamos, nesse caso, diante de redes igualitárias onde todos teriam o mesmo nível de acesso e de condições para interagir e produzir informação, o que não acontece (MORAES, OLIVEIRA, 2017, p. 113-114).

As autoras trazem o conceito de não-notícia que para os indivíduos não especializados pode ser “notícia”. E essa produção de “não-notícia”, pode estar presente nas mídias tradicionais através do cidadão comum que passa a ser um novo critério de noticiabilidade e que precisa ser ainda mais analisado e estudado. Dentro desse conceito, esta pesquisa também identifica e pontua exemplos claros no cotidiano da produção jornalística dos programas de rádio do Vale do São Francisco. No próximo tópico vamos destacar a convergência específica do veículo rádio com a internet.

3.3 RÁDIO E INTERNET: A CONVERGÊNCIA

O pensar e o fazer jornalístico na Era da Convergência midiática ainda são desafios para muitos. Para outros, a solução de muitos problemas. Mas o que mudou com esse novo integrante da rotina nas redações? A internet é a peça fundamental na construção e elaboração do que vai ao ar em um programa de rádio. Auxilia em aspectos como: a novidade, o que aconteceu agora, o que foi publicado nos sites oficiais, nos sites de notícias e nas redes sociais na internet através do que pode somar e é o mais importante hoje: a participação do cidadão comum.

Quando se imaginava que fotos ou imagens feitas por uma pessoa que não seja um jornalista, cinegrafista profissional, fotógrafo de jornal ou um comunicador poderiam enriquecer uma reportagem? A apuração do rádio voltou a ter a rapidez de ontem e em muitos casos supera a *web* com a possibilidade de furos jornalísticos com a ajuda da interatividade com as redes sociais na internet através de aplicativos de conversas como o *WhatsApp*. O tosco, mal feito e sem estética ganharam espaço e novos significados. Vale mais noticiar com

o que se tem ou renunciar à notícia porque não foi feita com imagens profissionais ou com a edição perfeita? Isso ficou para trás, a estética em TV e rádio, perdeu espaço para o amador.

Para Jenkins (2009), a convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com a mídia. Na hora de narrar como aconteceu um determinado fato, os áudios, imagens, vídeos e fotos produzidos de maneira amadora, passaram a contribuir e com prioridade na hora de noticiar. Se for em tempo real, nos programas ao vivo isso pouco importa. O que importa mesmo é passar a informação o quanto antes, seja ela com imagens profissionais ou amadoras. Quando não se tem isso, o que acontece é uma aproximação do real. A ideia do ao vivo é um exemplo de tentativa de parecer mais próximo da realidade, mesmo que a notícia tenha acontecido um dia antes. O que é momentâneo ajuda, mas não convence mais.

De forma mais recente, o *webjornalismo*, ou o jornalismo praticado na Internet, por usar recursos como bases de dados, áudio e vídeo num só ambiente, além da participação do leitor, permite que um mesmo fato seja narrado por vários ângulos, o que em tese, possibilita uma evolução na estruturação daquela narrativa (DALMONTE, s/d).

Muito se discute ainda sobre a classificação para os tipos de rádios na Era digital. Como ficam esses novos gêneros? Seria uma rádio digital ou *webradio*? Prata (2008), em artigo apresentado no Intercom, maior congresso de comunicação do país, propõe uma separação e classificação:

A partir da presença do rádio na internet, muitos pesquisadores têm buscado entender e tipificar esta nova mídia. Pelo viés da tecnologia, poderíamos nomear dois modelos de radiofonia: 1. Radiofonia analógica: emissoras que realizam transmissões analógicas através de irradiação e modulação das ondas eletromagnéticas, também chamadas de rádios hertzianas; 2. Radiofonia digital: a) emissoras de rádio hertzianas com transmissão digital e b) emissoras de rádio com existência exclusiva na internet ou webrádios. No caso específico deste trabalho, o objeto é o rádio digital com transmissão pela internet, que denominamos webrádio. Podemos afirmar que existem hoje três modelos de rádio e a pesquisa deste trabalho fundamenta-se nesse pressuposto: 1. Emissoras hertzianas; 2. Emissoras hertzianas com presença na internet e 3. Emissoras com presença exclusiva na internet, as webrádios (PRATA, 2008, p. 2-3).

E a narrativa tem evoluído nos jornais do rádio e da TV, por exemplo. Basta perceber como os apresentadores e repórteres se comportam. Essa mudança tem influência da convergência iniciada no passado e que hoje está consolidada. A novidade é de fato uma dependência das redes sociais na internet através dos aplicativos mais populares para fazer

rádio. Uma das características mais marcantes do rádio ainda é o imediatismo. E é com esse imediatismo aliado ao imediatismo cultural e social que vivemos hoje. Por isso, o jornalismo radiofônico precisa se proteger.

Aprender a conviver com esse novo formato não é perder a essência do fazer rádio. São apenas mudanças nos hábitos de apuração e, principalmente, de administração do fluxo de informações que aumentou consideravelmente.

3.4 AS REDES SOCIAIS E A INTERATIVIDADE: OS PRINCIPAIS PROGRAMAS DE RÁDIO DO VALE DO SÃO FRANCISCO

As redes sociais na internet promovem uma interatividade ampla aos veículos de comunicação e bem instantânea em programas de rádio. A temida perda pela audiência para a internet foi acalmada com a chegada dos aplicativos sociais de conversas e que permitem que o ouvinte possa interagir sem precisar ligar. É fato que as ligações estão cada vez mais em desuso e perderam espaço e, principalmente, o interesse das pessoas. É muito melhor mandar uma mensagem de áudio ou texto simultaneamente enquanto se faz outra atividade.

Por outro lado, também há por parte dos veículos de comunicação um direcionamento para que as participações aconteçam por esses aplicativos de mensagens, uma forma mais segura para fazer algumas verificações importantes quanto a veracidade do conteúdo informado.

Nas cidades de Petrolina em Pernambuco e Juazeiro na Bahia, ambas vizinhas e separadas pelo Rio São Francisco, todas as rádios, das mais populares até as mais amadoras e até aquelas presentes apenas pela internet, possuem e disponibilizam número no *WhatsApp*, perfil no *Instagram*, página no *Facebook* e outros. É um padrão ter essas três redes sociais na internet. Os comunicadores não se preocupam em sua maioria, na preparação do script ou espelho do programa, em alguns casos ele é feito no ar e muitos garantem e confiam a pauta do dia com o que chega de colaboração dos ouvintes que estão também sempre conectados.

Pensando na proximidade com o público e a presença no palco dos acontecimentos como essência do radiojornalismo (ORTRIWANO, 1985), observa-se aqui uma deturpação gerada pelas facilidades da tecnologia. A Internet passa a ser usada então, nessa perspectiva de facilitação, como fonte principal das informações e acontecimentos. O uso da web como fonte para o jornalismo (MACHADO, 2003) é levado ao extremo e faz com que o rádio, veículo supostamente imediato (MCLEISH, 2001), seja pautado por outras mídias (LOPEZ, 2010, p. 65).

E quando a internet falha e os aplicativos ficam fora do ar? Os programas são pegos de surpresa com essas adversidades para um dia que sai da rotina. O que fazer? Se as ligações para o telefone fixo da rádio já não acontecem mais como antes? Qual a saída, ou seja, qual a “carta na manga” para essas situações? Os programas precisam estar preparados para essas falhas e garantir a qualidade do programa equilibrando um pouco dessa dependência.

Algumas atitudes podem mudar esta realidade e deixar os comunicadores numa situação de segurança e não de vulnerabilidade com a internet. Esse preparo é que vai continuar garantindo o lugar de credibilidade das mídias sociais e a ausência dele no amadorismo. É preciso criar um olhar diferenciado e uma expertise com o ouvinte das redes sociais na internet. Perguntas básicas de um diálogo inicial com o ouvinte, já é possível descartar ou ir para frente com a informação.

O veículo de comunicação de maior audiência e de mais popularidade no Vale do São Francisco é o rádio. Ele é o escolhido pela maioria das pessoas que deseja informação rápida, precisa e de qualidade. Por conta dessa preferência, recai ainda a responsabilidade aos profissionais dos programas por critério mais cuidadoso na apuração e checagem das informações.

3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo fez uma contextualização no âmbito da comunicação com informações da prática do jornalismo diário. Trouxe também os recursos utilizados nas redações classificados como convergência midiática. Há muitas mudanças neste processo e a assimilação e adaptação para o bom uso dos recursos promove bons resultados na produção de conteúdo.

No próximo capítulo, será descrito o potencial do *WhatsApp* para educação e como este aplicativo pode ser bem utilizado no ambiente de ensino. Muitas regras do jornalismo podem ser facilmente aplicadas na educação para uso consciente do aplicativo de mensagens e de outros nas redes sociais na internet. As consequências em levar as discussões para sala de aula são ampliar o conhecimento sobre os riscos e as armadilhas de compartilhar sem critério. Essas proposições podem ser positivas e assegurar uma geração mais preocupada com o conteúdo e, principalmente, com o filtro de avaliação sobre o que passar para frente ou não. Sobre o que disseminar ou não, incorporando a noção de corresponsabilidade com o que se passa a diante.

4 POTENCIAL DO WHATSAPP PARA EDUCAÇÃO: COMO O APLICATIVO SE RELACIONA COM A EDUCAÇÃO E COMO PODEMOS INSTRUIR USUÁRIOS A UTILIZÁ-LO DA MELHOR MANEIRA?

Neste capítulo vão ser exploradas as possibilidades e potencialidades do aplicativo *WhatsApp* como ferramenta de comunicação, e que precisa estar inserida no ensino para que seja bem utilizada. Reflexões sobre o uso consciente e como a responsabilidade deve ser pauta de discussões nas instituições de ensino. Mas como colocar em prática a educação digital e social? Acredita-se que para formar cidadãos éticos também no ambiente digital é preciso que isso esteja presente nas aulas e práticas como rotina de ensino para um uso consciente.

O capítulo também traz a relação de autores que indicam o aplicativo em questão como sendo um facilitador, mas que precisa ser utilizado com regras e dosagens no ambiente de ensino. E todos os hábitos vão ser claramente refletidos na vida pessoal. O que diria o patrono da educação no Brasil, Paulo Freire, sobre a questão das *Fake News*? É possível correlacionar seus ensinamentos com o momento atual e extrair reflexões importantes? Alguns autores começam a dar os primeiros passos com este tema. E por isso, no ano de 2019 lançaram um importante material que reúne artigos de diversos autores preocupados com essa problemática. Esse também será um assunto importante do presente capítulo. O objetivo é trazer para a educação básica, a alfabetização midiática e informacional, como sendo um novo modelo de ensino que chega para complementar o modelo existente.

Mas, antes que este momento aconteça é preciso haver uma apropriação dos meios por parte dos educadores. Acredita-se ser preciso que todo o sistema educacional passe por reformulações, regras e condutas com o uso das redes sociais na internet em sala de aula e fora dela. Não dá para proibir, mas sim mediar. O ambiente de ensino necessita incorporar as mudanças, mas para que elas aconteçam é preciso que todos os envolvidos estejam participando ativamente do processo e entendendo a importância de “inclusão” desta nova forma de comunicação e aprendizagem.

Este capítulo pretende mostrar que os critérios de avaliação de conteúdo estudados e aplicados nos veículos de comunicação de massa, a exemplo do rádio, podem também ser aplicados na vida escolar e acadêmica por professores que se preocupam e em ir além do ensino tradicional ou até mesmo mudar a forma existente há tantos anos. É preciso trazer essa realidade para o contexto da educação em questão, mas modernizando o uso, fazendo

abordagens com orientações e, principalmente, a interpretação de informações que chegam em um volume muito intenso praticamente o dia todo através dos celulares.

Conceitos como descontextualização, letramento e alfabetização, extraídos de autores como Paulo Freire e Magda Soares, são também trazidos neste capítulo para provocar reformulações dos pensamentos. O objetivo é demonstrar que a educação pode ser uma grande aliada no combate às notícias falsas e desta maneira aplicar práticas de combate com o ensino. Uma nova missão para gestores, pais, professores e educadores em todas as fases: escolar, de graduação e especializações. Todos estão vivendo o mesmo paradigma. Uma fase de percepção e aceitação dos papéis dos professores e estudantes que precisam estar muito claros como estabelece o autor Prensky (2001): “Imigrantes Digitais” e “Nativos Tecnológicos”. Classificações atuais e que acrescentam mais conteúdo de pesquisa à reflexão que será exposta neste capítulo.

4.1 COMUNICAÇÃO NO AMBIENTE EDUCACIONAL NA ERA DAS REDES SOCIAIS NA INTERNET

Conversas paralelas em tom de voz baixo para não atrapalhar a explanação do professor e a troca de bilhetes eram as maneiras mais comuns de comunicação em sala de aula entre os estudantes durante a aula. Com o surgimento dos primeiros aparelhos celulares, o bilhete em papel foi substituído pelo SMS ou “torpedo”, como forma de comunicação rápida, eficaz e discreta. Logo, a limitação dos caracteres, motivou a criação de uma nova maneira de comunicação: o *WhatsApp*. Mas bem antes dele, outras redes sociais na internet foram surgindo de maneira rápida e fazendo com que os internautas fossem migrando de uma para outra. Em muitos casos, assim como ainda acontece hoje, pessoas somam várias redes sociais na internet e usam todas ao mesmo tempo, mesmo não conseguindo de igual maneira atualizar com postagens, acompanhar e interagir com todas.

Podemos relembrar de maneira cronológica as mais populares. De acordo com a lista final do livro “Redes Sociais na Internet”, da autora Raquel Recuero, o *Orkut* foi fundado em 2001; na sequência o *Fotolog* em 2002; *MySpace* em 2003; *Flickr* em 2004, *Facebook* também em 2004; e o *Twitter* em 2006. O *WhatsApp* criado em 2009 é o mais recente, mas parece que veio com uma fórmula duradoura onde consegue reunir todas as possibilidades e experiências anteriores em um único aplicativo. E com o aperfeiçoamento e atualizações, a cada ano vai ficando ainda mais adaptado às necessidades dos usuários.

É possível perceber que o *WhatsApp* teve como inspiração o *Messenger* das redes sociais na internet como era com o *Orkut* e *Facebook*. Esse aplicativo consegue reunir em uma única interface de interação social diversos meios e possibilidades de compartilhamento de conteúdo, como: foto, vídeo, documento, texto, ligação e gravação de voz (áudio). Esse último incluiu até as pessoas que não sabem ler e nem escrever, mas que estabelecem uma comunicação através da oralidade com a mensagem de voz gravada. Conversar por pequenos trechos de áudios gravados vem substituindo as ligações. Basta analisar o próprio comportamento e sentir que gravamos mais áudios no *WhatsApp* do que ligamos pelo celular para as pessoas dentro e fora do nosso convívio. Mesmo sem mencionar aqui as pesquisas que comprovem isso, é perceptível esta mudança de comportamento quando refletimos sobre a maneira de estabelecer a comunicação falada ou por voz e como somos procurados através deste aplicativo.

Apesar da evidente evolução no comportamento das relações, hoje muito mais virtuais do que presenciais, podemos destacar o período como tendo um potencial em convergência. O autor Jenkins (2009) afirma que através dos relatos de historiadores, os velhos meios de comunicação nunca morrem e nem desaparecem. O que morre são as ferramentas que usamos para acessar o conteúdo. Será que podemos pensar assim? O que estamos vivendo na Era das redes sociais na internet? É um fenômeno de substituição ou seria uma convergência de meios para uma nova Era?

Palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução digital. Os velhos meios de comunicação não estão sendo substituídos. Mais propriamente, suas funções e status estão sendo transformados pela introdução de novas tecnologias (JENKINS, 2009, p. 41-42).

Podemos concordar com o autor quando ele afirma que a convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica, mas também uma mudança de paradigma cultural, calcada na relação entre tecnologia, indústria, mercado, gênero e público. No momento em que estamos vivendo, podemos pensar numa alteração marcante nos relacionamentos interpessoais e como as pessoas se comunicam.

É preciso entender a atual necessidade como, por exemplo, se esta comunicação precisa estar inserida no contexto de sala de aula ou não. Diante disso, identificar as demandas

provocadas por esta mudança cultural e sua incidência em ambientes de ensino. O método de ensino ainda é quase que em sua totalidade o tradicional, baseado em aulas expositivas: com o professor em sala de aula ensinando o conteúdo e os alunos sentados anotando o que está escrito no quadro ou nos *slides* e com o olhar atento ou não na explanação.

Publicado no ano de 2019 em formato *E-book*, um livro digital disponível apenas na internet, a obra “Paulo Freire em Tempos de *Fake News*: artigos e projetos de intervenção produzidos durante o curso EaD Freiriana do Instituto Paulo Freire”, reuniu diversas reflexões sobre a Era das redes sociais na internet, *Fake News* e educação. Paulo Freire é considerado um autor importante dentro da linha de pesquisa Letramento e Educação Intercultural do Programa de Pós-Graduação, Mestrado em Educação, Cultura e Territórios Semiáridos (PPGESA), da Universidade do Estado da Bahia (UNEB). Sua bibliografia se faz presente em quase todas as disciplinas do programa, trazendo reflexões entre o passado, presente e futuro nas discussões sobre os rumos da educação contextualizada, ou seja, a educação que é adequada ao meio em que está inserida.

A recente publicação demonstra o quanto Paulo Freire é atual e faz uma importante conexão com o tema desta pesquisa. O livro é organizado por Paulo Roberto Padilha e Janaina Abreu e reúne 57 artigos e seis projetos de intervenção, com práticas educacionais aplicadas no ambiente educacional. Tudo partiu do curso EaD e na conclusão das práticas e dos temas em discussão surgiu a necessidade em reunir os textos dos autores envolvidos: professores e alunos. O resultado demonstra a importância deste tema como no artigo da autora Leite (2019), em que há reflexão sobre a necessidade de uma nova alfabetização, chamada de Midiática Informacional. Mas o que de fato seria isso?

Para a autora, o uso das *Fake News*, principalmente com o objetivo de difamar pessoas, tem provocado diversas guerras de opiniões. As questões ideológicas são evidenciadas e cria-se uma cultura da desinformação. O que chega através dos aplicativos de conversas como o *WhatsApp*, que ao mesmo tempo aproxima as pessoas e segrega grupos de pensadores em massa, faz com que as pessoas fujam do debate no contexto da vida real, com quem pensa diferente. Essa fuga promove cada vez mais a criação de grupos que pensam de maneira igual, o que facilita a disseminação do que estes grupos acreditam em detrimento da verdade. Pouco importa a verdade quando alguém recebe a notícia que gostaria de ler, pois esta de acordo com as próprias convicções. Não há a preocupação em checar, basta passar para frente, afinal é aquilo ali que se acredita, e isso basta.

Entender os motivos que levam à criação deste tipo de engodo e saber distinguir a diferença entre opinião e informação, verdade e mentira, notícia falsa ou verdadeira acaba sendo uma habilidade crucial para que indivíduos saibam se posicionar frente à própria realidade. Freire mesmo sugeria que nos colocássemos frente às situações do mundo munidos de algumas perguntas: Por quê? A favor de quê? Para quem? A favor de quem? Contra o quê? Contra quem servem estas mentiras que estão sendo criadas e reproduzidas? (LEITE, 2019, p. 14).

É percebido que as perguntas utilizadas por Paulo Freire citadas pela autora em questão, indicam a curiosidade e o hábito de checar o que se ouviu ou leu, para só assim levar para frente a informação. Um princípio bem parecido com o do jornalismo, chamado tradicionalmente de *lead*, isto é, o primeiro trecho da notícia, onde devem ser respondidas as perguntas clássicas: O quê? Quando? Onde? Por quê? Quem? Como? Notem na citação acima do artigo de Leite (2019), que Paulo Freire substitui essas perguntas por outras que levam em consideração muito mais o objetivo a ser alcançado por quem escreveu do que o que de fato aconteceu.

Ainda dentro deste contexto de grupos, que compartilham as mesmas visões, concepções e crenças, podemos destacar o pensamento do passado, onde a convivência face a face era predominante e as pessoas com objetivos em comum se agrupavam mais facilmente e se estabeleciam em pequenos grupos, tendo uma vida semelhante e sem muitas discordâncias. Trazendo esse comportamento para a internet, que tem como característica ser cada vez mais democrática, acessível e aberta, qualquer pessoa que pense diferente expõe o pensamento contrário, por vezes até intolerante, pois é encorajado por estar diante de uma tela.

Para maioria das pessoas está cada vez mais difícil esconder preconceitos e opiniões contrárias. A coragem em se posicionar ganha impulso na internet onde supõe que todos têm o destemor de expressar o que pensam sem o diálogo face a face. Há um meio, o celular, por exemplo, que separa em espaço físico o locutor do interlocutor. É o que podemos falar de descontextualização como propõem Olson e Torrance (1997), em “Cultura Escrita e Oralidade”:

O motivo geral da descontextualização, que pode ser aplicado independentemente da cultura escrita, é o crescimento das sociedades humanas para além de um limite em que todos os membros compartilham um patrimônio comum de informações. Nas pequenas sociedades, a maioria das interações ocorrem face a face, entre parentes e pessoas que se conhecem a vida toda. À medida que a sociedade vai crescendo e englobando milhares e dezenas de milhares de pessoas, aumenta a interação com estranhos que podem não compartilhar o mesmo patrimônio de informações. Isto significa que é preciso ser muito cauteloso ao se incluírem todas as informações relevantes na mensagem, pois o receptor pode não ser capaz de acrescentar

os aspectos corretos a partir do contexto. Esse é o impulso original ao pensamento descontextualizado: a provisão de informações a pessoas que possuem uma vida diferente da nossa, em sociedades maiores que as dos caçadores e coletores aborígenes (OLSON; TORRANCE, 1997, p. 82).

Diante disso, nota-se cada vez mais a necessidade dos educadores se apropriarem da nova Era da informação rápida através das redes sociais na internet, trazendo para a sala de aula regras de uso adequado dos aplicativos de conversas como o *WhatsApp*. Esse por sua vez, causa falta de concentração e até mudança de foco. Prender a atenção de um jovem conectado em uma única tarefa é um grande desafio para pais e educadores. Afastar ou proibir o uso pode ser muito mais trabalhoso do que agregar esta ferramenta de comunicação à rotina do ensino. É percebido que a atual geração pós-redes sociais na internet, nasceu em um contexto de muitos estímulos e pouco precisou de adaptação para conseguir fazer mais de uma coisa ao mesmo tempo. Basta levar em consideração o ato de usar o computador, assistir televisão e mexer no celular. Habilidades comuns aos “nativos digitais” (PRENSKY, 2001).

Com o celular é possível fazer inúmeras atividades simultâneas através dos aplicativos. E estas habilidades estão em constante evolução. A cada momento em que surge uma nova rede social na internet traz com ela possibilidades diferentes de interação e comunicação. Como excluir todas essas mudanças do contexto educacional? Volto a reforçar a necessidade de uma nova alfabetização, chamada de Midiática Informacional, proposta por Leite (2019), já citada neste capítulo, para instruir educandos de maneira crítica às inúmeras informações que chegam a todo o momento através das redes sociais na internet. Uma instrução sobre como receber e o que fazer com a informação. Esta manipulação após o recebimento é de fundamental importância para a proliferação ou não das notícias falsas.

Como é percebido na prática, os educadores hoje se deparam com um novo comportamento em sala de aula. A presença quase que totalitária dos alunos com telefones celulares e conectados o tempo todo com a internet, evidencia um hábito recorrente no ambiente escolar: estudantes conectados e interagindo através do celular. Os livros, cadernos, canetas e lápis, perderam a exclusividade. Ao lado de cada estudante sempre tem um *smartphone*. McLuhan (1964) sugere em seu livro que os meios de comunicação são extensões do homem. Apesar de ser um trabalho com mais de cinquenta anos, podemos associar os conceitos de McLuhan ao mundo de hoje: os aparelhos celulares como a extensão do nosso corpo.

O novo ambiente reprocessa o velho tão radicalmente quanto a TV está reprocessando o cinema. Pois o “conteúdo” da TV é o cinema. A televisão é

ambiental e imperceptível como todos os ambientes. Nós apenas temos consciência do “conteúdo”, ou seja, do velho ambiente. Quando a produção de máquinas era nova, gradualmente foi criando um ambiente cujo conteúdo era o velho ambiente da vida agrária e das artes e ofícios. Este ambiente antigo se foi elevando à categoria de forma artística por obra do novo ambiente mecânico. A máquina transformou a natureza numa forma de arte. Pela primeira vez os homens começaram a olhar a natureza como fonte de valores estéticos e espirituais. Maravilhavam-se de que as eras passadas tivessem sido tão despercebidas do mundo da natureza enquanto arte. Toda tecnologia nova cria um ambiente que é logo considerado corrupto e degradante (MCLUHAN, 1964, p. 12).

Esquecer o celular em casa pode significar tempo perdido, atraso nas tarefas e até ausência de comunicação com as pessoas que se tem convívio. É possível fazer um curto momento de reflexão e contar quantas vezes isso ocorreu no último ano com você. Possivelmente irá lembrar que foram poucas e com muitos transtornos causados por este esquecimento. Isso prova a necessidade que temos em estar conectados numa Era extremamente digital, deixando o conceito de McLuhan (1964) ainda mais aplicável.

É preciso compreender a importância dos aparelhos em nossas vidas pensando que sempre existem dois lados: positivo e negativo. A parte negativa precisa ser trabalhada e no caso das redes sociais da internet, este trabalho vai sempre destacar e reafirmar que a educação pode ser uma alternativa para orientação do uso com responsabilidade. A interpretação pode ser uma primeira saída. O ato em realizar várias ações simultâneas no ambiente digital pode favorecer a não interpretação ou decodificação das mensagens recebidas. Mesmo que em áudio ou texto, mesmo que o receptor seja alfabetizado ou não é preciso averiguar a necessidade em estabelecer e provocar o senso crítico para cada informação que chega.

O que esta pesquisa formatou foi um modelo de comportamento diante do volume de informações que chega diariamente para os usuários de redes sociais na internet. O mesmo critério que vale para os jornalistas em redações, que utilizam o *WhatsApp* como ferramenta de recepção de conteúdo para a produção jornalística, vale para todas as outras pessoas através de padrões simples e que podem ser aplicados. Volto a destacar que as condutas formuladas para combater as *Fakes News* na imprensa são aplicáveis em qualquer outro setor. Estamos todos no mesmo barco e o objetivo é sempre propagar o uso com corresponsabilidade.

4.2 DUAS FACES PARA INTERPRETAÇÃO DE CONTEÚDO: ALFABETIZAÇÃO E LETRAMENTO

Será que podemos chamar as redes sociais na internet de “democráticas”, onde pessoas de diversos níveis sociais, com ou sem alfabetização, conseguem estabelecer uma comunicação efetiva? Quando os criadores dessas redes entenderam que teriam que criar mecanismos de relações sociais também por áudio, como acontece com a ligação por telefone fixo ou móvel, trouxe um novo público para um contexto que antes dependia da escrita para o uso.

Tendo em vista que a oralidade é natural e a alfabetização é um processo construído e de condicionamento à aprendizagem, podemos entender o processo de maneira um pouco mais clara. Soares (2014), em sua obra “Letramento – Um tema em três gêneros” demonstra muita dificuldade em classificar o letramento justamente por envolver dois processos tão diferentes: a leitura e a escrita. Trazendo para o tema dessa pesquisa o conceito de letramento que mais se encaixa ao pensamento de interpretação por quem está inserido em uma rede social na internet é:

O que o letramento é depende essencialmente de como a leitura e a escrita são concebidas e praticadas em determinado contexto social; letramento é um conjunto de práticas de leitura e escrita que resultam de uma concepção de o quê, como, quando e por quê ler e escrever (SOARES, 2014, p. 76).

Ainda de acordo com Soares (2014), quando o ato da leitura ultrapassa a decodificação de letras e sílabas, pode-se pensar em uma interpretação do que está escrito. Isso é alfabetização ou também quando uma criança aprende a escrever o próprio nome, depois escreve uma sequência de palavras e, por fim, quando começa a juntar as sílabas e ler. Letramento vai muito além, por isso, são processos bem diferentes. Compreender o que se lê, está inserido na compreensão dos contextos, interpretar o que o autor pretendeu, questionar e duvidar fazem parte deste letramento bem desenvolvido. É um pouco disso que precisamos incorporar e priorizar para assim compartilhar de maneira consciente e responsável conteúdos nas redes sociais na internet. E isso vale também para quem trabalha com apuração e produção de conteúdo.

Por isso hoje, talvez até mais do que antes, a necessidade do ensino aprofundado com o objetivo no letramento. A presente pesquisa sugere um acréscimo na nova alfabetização, a chamada “Alfabetização Midiática Informacional”, para “Midiática Informacional com

Letramento”. Freire (1987) sempre reforçou em suas obras a importância da relação entre professores e alunos. Uma relação que faz toda diferença na vida de quem tem e que deixa ainda mais clara a importância da participação dos educadores nessa nova Era.

Educador e educandos (liderança e massas), co-intencionados à realidade, se encontram numa tarefa em que ambos são sujeitos no ato, não só de desvelá-la e, assim, criticamente conhece-la, mas também no de re-criar este conhecimento. Ao alcançarem, na reflexão e na ação em comum, este saber da realidade, se descubrem como seus refazedores permanentes (FREIRE, 1987, p. 31-32).

Podemos sugerir uma educação permanente nos ambientes de ensino e para todas as fases desde que os professores, gestores e estudantes, em sua maioria, tenham acesso à internet através dos telefones celulares. O contexto para cada ação educacional com esse objetivo precisa ser levado em consideração. Quanto mais conectados, mais esses estudantes precisam ser provocados quanto à responsabilidade do que se compartilha.

A cartilha que resultará esta pesquisa para a imprensa, poderá também ser aplicada com professores e estudantes. A ideia é educar quanto aos riscos do que se passa a diante, resultando em consequências danosas para si e para toda sociedade em que se vive. Não podemos ser “robôs no *WhatsApp*”, no qual tudo o que chega se compartilha, sem nem mesmo antes abrir o conteúdo e ler. Esse compartilhamento precisa ser sempre avaliado e essa percepção pode ser incorporada no contexto educacional.

É preciso analisar sobre possíveis mudanças na formação do professor para lidar com esse novo momento. Há uma tendência que isso aconteça de maneira rápida e eficiente com discussões entre gestores e educadores, adequando as ações a cada realidade, como sugere a Cenedes e Matos (2019), em artigo publicado no livro “Paulo Freire em Tempos de Fake News: artigos e projetos de intervenção produzidos durante o curso EaD Freiriana do Instituto Paulo Freire”:

Neste contexto, observa-se que as atuais concepções voltadas para o processo de formação de professores, busca romper com o paradigma da verborragia¹. (...) não cabe aos programas de formação continuada somente um bom discurso teórico, é preciso olhar nossa realidade de forma autêntica, rever e reinventar nossas práticas formativas. Portanto, é com essa consciência e ações, por meio da práxis, da conscientização que podemos nos posicionar frente as fake news nos espaços formativos, trazendo para formação continuada o método freiriano de dialogar - o círculo de cultura, bem como o método da comunicação não violenta (CNV) criado por Marshall Rosenberg, ambos permitem conscientizar e esclarecer as informações falsas que estão sendo disseminados em diversos contextos, as quais deturpam e denigrem a imagem e a pedagogia de Paulo Freire. Logo, atribuímos ao

formador a missão de combater essas falsas notícias, utilizando como ferramenta o diálogo (CENEDES; MATOS, 2019, p. 322-323).

Outra sugestão é que as discussões também sejam permanentes em sala de aula. Os educadores devem trazer exemplos reais, para que através deles os estudantes e educadores passem a refletir como os assuntos são divulgados e como buscar em notícias e fatos a informação com responsabilidade e confiança, além de estimular apropriações do celular em sala de aula, tendo em vista que ainda é uma prática proibida por muitos professores. Como fazer isso? Como estabelecer critérios na rotina do uso das redes sociais na internet? O fazer jornalismo surge como uma grande aliada. O conhecimento da comunicação pode trazer auxílio para quem vive essa relação frenética nas redes sociais na internet. E o contrário: com cidadãos mais conscientes do seu papel quanto ao uso, propagar e compartilhar com responsabilidade. O saldo também é positivo para a imprensa.

Ainda dentro desta análise nos ambientes educacionais, se faz necessário avaliar os contextos e necessidades para lidar com o fenômeno das notícias e informações falsas: o ambiente conectado. Permitir o uso dos aparelhos celulares em sala de aula? Ofertar rede *Wifi* para estudantes e educadores sem restrições? Essas são demandas que precisam ser respondidas e amplamente discutidas para promoção de mudanças nos ambientes educacionais.

É preciso absorver que cada vez mais as novas gerações nascem com a tecnologia incorporada no dia a dia. São os chamados “Nativos Tecnológicos”, termo criado pelo norte-americano Prensky (2001), para classificar os alunos da atualidade que não são mais os mesmos para o sistema educacional que foi criado. Em um artigo publicado em 2001 e traduzido por Roberta de Moraes Jesus de Souza: professora, tradutora e mestrandia em educação pela UCG, Prensky (2001), ainda classifica as outras pessoas, aqueles que não nasceram no mundo digital, mas que em algum momento da vida foram absorvidos pela tecnologia, esses são os “Imigrantes Digitais”.

Os alunos de hoje – do maternal à faculdade – representam as primeiras gerações que cresceram com esta nova tecnologia. Eles passaram a vida inteira cercados e usando computadores, vídeo games, tocadores de música digitais, câmeras de vídeo, telefones celulares, e todos os outros brinquedos e ferramentas da era digital. Em média, um aluno graduado atual passou menos de 5.000 horas de sua vida lendo, mas acima de 10.000 horas jogando vídeo games (sem contar as 20.000 horas assistindo à televisão). Os jogos de computadores, e-mail, a Internet, os telefones celulares e as mensagens instantâneas são partes integrais de suas vidas (PRENSKY, 2001, p. 1).

Diante de tais evidências, como trabalhar em sala de aula fora deste contexto ou mesmo fugindo ou proibindo o uso dos *smartphones*, por exemplo? É provável que não seja viável. Com a geração de “Nativos Tecnológicos” não é possível mais excluir as ações digitais do comportamento humano nos ambientes de ensino. Este trabalho cria formas e métodos que vão auxiliar não só a imprensa para o uso consciente das redes sociais na internet como também os educadores e educandos. A ideia é que todos aprendam sobre as proteções mais eficazes contra as informações falsas que chegam através do *WhatsApp* e que “viralizam” de maneira rápida causando danos por vezes irreversíveis para toda uma sociedade.

A situação preocupa e este trabalho compartilha do mesmo pensamento de Prensky (2001): os professores que são “Imigrantes Digitais” usam uma linguagem ainda ultrapassada (da Era pré-digital) e estão em conflito sobre como ensinar os “Nativos Tecnológicos” que falam uma linguagem completamente nova. O que fazer diante disso? Essa preocupação reforça a importância dos educadores atualizarem a forma e o formato das aulas e precisam ainda compreender que o estudante de hoje mudou até a maneira que assimila o conteúdo. Os jovens conseguem fazer várias coisas ao mesmo tempo quando estão conectados e isso se reflete na vida.

Infelizmente para os nossos professores Imigrantes Digitais, as pessoas sentadas em suas salas cresceram em uma “velocidade rápida” dos vídeo games e MTV. Eles estão acostumados à rapidez do hipertexto, baixar músicas, telefones em seus bolsos, uma biblioteca em seus laptops, mensagens e mensagens instantâneas. Eles estiveram conectados a maior parte ou durante toda sua vida. Eles têm pouca paciência com palestras, lógica passo-a-passo, e instruções que “ditam o que se fazer” (PRENSKY, 2001, p. 3).

E não duvide de um aluno que esteja conectado e ao mesmo tempo participando de uma palestra. A cabeça baixa olhando para a tela do celular, respondendo as mensagens e olhando as redes sociais na internet não impede que ele por vezes esteja prestando atenção no que está sendo dito e até participe com intervenções, isso se for algo que o interesse. Por isso, a necessidade de reinventar o ensino. Formular novas técnicas, trazer a realidade dessa nova Era e desse novo estudante. Prender a atenção e ensinar de maneiras diferentes são desafios para os educadores. A competição com o que é mais interessante é desleal entre a forma antiga de ensino com a tecnologia.

A verdade é que o novo sempre assusta e é difícil a aceitação de maneira rápida por quem está adaptado ao clássico, aquilo que está vigente por tantos anos como é o caso do

ensino. A agilidade em que os “Nativos Tecnológicos” usam os *smartphones* aliados ao pensar rápido, muitas vezes sem foco por mexer em vários aplicativos ao mesmo tempo, cria um comportamento que precisa ser levado em consideração pelo ensino tradicional. Está clara a necessidade de mudanças e algumas adaptações na maneira de lecionar por parte dos professores, os “Imigrantes Digitais”. É preciso falar a língua deles até para conscientizar sobre a responsabilidade com o uso das informações que chegam de maneira intensa para os estudantes conectados. Essa linguagem é o novo, o diferente e que necessita ser vista com “novos olhos”.

É o que esta pesquisa propõe, estabelecer formas de ensino através dos escudos de proteção criados para a imprensa. Já sabemos que no roteiro das aulas é preciso estar inserida diariamente a tecnologia e as redes sociais na internet. Os professores necessitam reinventar algumas maneiras tão tradicionais e de fato adaptar o formato dos conteúdos para esta geração que não vai ser mais ensinada como antes. Com essa aceitação, passamos para a reflexão por um aspecto muito importante: treinar e capacitar os “Imigrantes Digitais” para acompanhar o novo perfil dos estudantes ou regredir os avanços comportamentais de quem já nasce como um “Nativo Digital”?

Em geografia – o que é tudo, mas ignorada atualmente – não há razão para uma geração que pode memorizar mais de 100 personagens do Pokémon com todas as suas características, história e evolução não podem aprender os nomes, populações, capitais e relações entre todas as 181 nações no mundo. Depende apenas de como é apresentada. Nós precisamos inventar metodologias para Nativos Digitais para todas as matérias, e todos os níveis, usando nossos estudantes para nos guiar (PRENSKY, 2001, p. 6).

Tudo isso deixa bem claro o contexto que estamos vivendo. Como as novas gerações nascem e se comportam diante da tecnologia? Na verdade, para eles a tecnologia é natural. O contato com as telas, a facilidade de interagir, a intimidade com o digital é que assusta os que nasceram em outras fases. Não há nada de sobrenatural no comportamento das crianças, adolescentes e jovens do século XXI. Eles são reflexos do mundo que os recebeu. O que precisam ser ensinados são os princípios que não nasceram com o meio digital: a dosagem do uso e o uso com consciência e critério. Por isso, esta pesquisa aponta maneiras para o uso com responsabilidade.

4.3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este capítulo permeou por conceitos da educação e trouxe atualizações sobre o novo contexto em que o ensino tem vivido. Os meios digitais não podem ser excluídos deste processo, muito pelo contrário, é preciso buscar uma imediata reconfiguração nos padrões de condutas e permitir o uso com adequações. Mas isso, só será possível com a união dos atores envolvidos por um bem comum: a convivência com consciência.

O importante destaque ao autor Paulo Freire, com trabalho tão atualizado aos tempos em que vivemos, embasa ainda mais a necessidade do tema em questão estar presente na educação. A ligação entre todos os autores aqui utilizados como referência abre espaço para o que ainda está por vir nos capítulos seguintes. É possível até imaginar e duvidar da relação entre jornalismo e educação. Porém, será percebido ao final da pesquisa como esses dois setores têm contribuições importantes um com o outro para a proposição do método criado nesta pesquisa que são os escudos de combate às *Fake News*.

O capítulo ainda trouxe os termos “Nativos Digitais” e “Imigrantes digitais”, que facilitam o processo de entendimento quanto aos papéis sociais dentro do contexto da educação e da Era das redes sociais na internet. Os importantes termos, propostos por Prensky (2010), voltam na conclusão desta pesquisa como um fechamento do que se propõe com os escudos de proteção contra as *Fake News* para o jornalismo e que podem ser usados também nos ambientes escolares.

Uma questão muito importante destacada neste capítulo é a necessidade de interpretação do conteúdo, fomentar as boas práticas de leitura e cuidado com as fontes antes de repassar qualquer informação. A noção de corresponsabilidade precisa ser muito bem instruída e permanentemente discutida nos ambientes educacionais.

No capítulo seguinte, entramos nas análises práticas e como as notícias falsas interferem nas práticas de radiojornalismo nos programas de rádio que acontecem na modalidade ao vivo. Importante fase para chegar ao método criado.

5 FAKE NEWS E RADIOJORNALISMO NO VALE DO SÃO FRANCISCO: RUMO À CONSTRUÇÃO DE UM MÉTODO

O presente capítulo, que encerra esta dissertação, trata da apresentação dos dados empíricos que coletei durante minha pesquisa nas rádios em Juazeiro e Petrolina. Todo curso do trabalho será descrito de maneira cronológica nas próximas páginas, nas quais também serão pontuadas características particulares de cada programa quanto ao uso do *WhatsApp* na produção de conteúdo para as edições ao vivo.

São pontuadas também as dificuldades encontradas no curso desta análise, em meio à pandemia da Covid-19 em 2020, que acabou impactando o trabalho conduzido nas rádios em face das redações modificadas. Tais condições jamais vistas nas redações sofreu o impacto das demandas provocadas pelas eleições municipais. Os imprevistos e os novos desafios que surgiram no curso deste estudo provocaram a criação de novas maneiras práticas para as análises. E isso, enriqueceu as ideias e propostas para o objetivo central deste trabalho que é propor medidas educativas e métodos para quem trabalha com a produção de conteúdo jornalístico, como também para quem consome informação dentro e fora do ambiente educacional.

Os programas que compõem o corpus deste estudo são: Edenevaldo Alves na rádio Petrolina FM, Nossa Voz na Grande Rio FM, Super Manhã na Rádio Jornal Petrolina e Programa do Geraldo na Transrio FM. Cada um está descrito em um tópico dentro deste capítulo. Por fim, apresento minha proposta de método para lidar com as notícias falsas, que é baseado em um conceito que eu chamo de *escudos de proteção contra as Fake News*, que poderão ser úteis também na avaliação de informações equivocadas e mal apuradas.

A ideia é que este método fomente um aprendizado acerca das *Fake News* para além das redações de jornalismo em programas de rádio, servindo também para docentes, facilitadores/as e pesquisadores, dentre outros profissionais do setor da educação para lidar com notícias falsas em busca e promover boas práticas para quem consome informação. Com foco tanto no tratamento da notícia que chega através dos aplicativos de mensagens e também com o conteúdo que é compartilhado.

A seguir, descrevo a experiência conduzida nos programas citados acima em que busquei extrair as principais peculiaridades do tratamento com a informação que chega através do *WhatsApp*. A observação se deu de maneira muito mais remota do que presencial, mas usando critério e técnica foi possível extrair o máximo de condutas que levam à

armadilha das notícias falsas, que prejudicam o trabalho e, principalmente, colocam em risco a credibilidade dos programas e das emissoras de rádio.

5.1 PROGRAMA EDENEVALDO ALVES: RÁDIO PETROLINA FM (98,3 FM)

O programa de rádio diário com mais tempo no ar é o do radialista Edenevaldo Alves. São 23 anos ativos, operando de segunda a sexta-feira e com três horas de duração. O nome do âncora é o mesmo que dá nome ao programa. Trata-se de um programa popular, no qual a participação do povo é essencial na produção de conteúdo.

Como tradicionalmente acontecia, a ligação para o telefone fixo da rádio era a forma mais comum para esta participação. Acontece que, ao longo dos anos, a forma de participar do programa ao vivo apresentou consideráveis mudanças. No programa em questão, ainda há participação por telefone, mas sem dúvida não é mais o principal canal de comunicação. O *WhatsApp* é quem realiza uma conexão mais direta com o público. Essa ferramenta trouxe novas dinâmicas e, principalmente, mais facilidades para a participação dos ouvintes e seguidores.

Foi observado que o programa Edenevaldo Alves criou uma dependência do conteúdo oriundo do aplicativo de mensagens. O improvisado é uma característica peculiar do rádio, mas a despreocupação com as pautas prévias ou produções pensadas de um dia para o outro ficam neste caso em segundo plano. O programa criou uma garantia e sua equipe formada pelo apresentador que é radialista, um jornalista que também apresenta e faz a produção, um repórter de rua e o operador, transmite despreocupação com o preparo prévio, justamente porque sabe que o volume de mensagens que chega quando o programa começa vai suprir e preencher todo tempo de duração.

Apesar de existir sempre o cuidado prévio com a escuta da mensagem antes de ser transmitida no ar, há momentos de desatenção. Nem todas as mensagens são ouvidas com o critério que se espera e o programa registra em seu histórico alguns problemas sérios por conta desta conduta. Alguns casos levaram até problemas processuais na Justiça, mas que não convém discutir para fins desta pesquisa.

Em agosto de 2020, por descuido, um áudio enviado por um ouvinte foi para o ar fazendo críticas políticas ao prefeito de Petrolina na época, Miguel Coelho. Isso gerou problemas por causa do período de pré-campanha dos candidatos ao pleito municipal de 2020. Ocorreu que o jornalista responsável pelo conteúdo que chega pelo *WhatsApp* não ouviu previamente a mensagem, que assim foi para o ar sem qualquer filtro. Para a imagem do

programa, este acontecimento pode gerar uma propaganda negativa, gerando uma diversidade de interpretações considerando que o programa também é transmitido pelo *Instagram* e pelo *Facebook*, pode-se perceber o desconforto do apresentador.

Até julho de 2020, a produção costumava salvar no *feed* do *Instagram* as *Lives* das transmissões dos programas. Para evitar problemas futuros como os de ordem judicial, essa prática foi suspensa; apesar da transmissão diária, a *Live* não é salva após seu término, ficando no *feed* apenas as manchetes de notícias do *blog* do âncora.

Outro pensamento provocado após esses “cortes no ar” sugere que o programa não fomenta a liberdade de imprensa e os ouvintes não podem falar o que pensam. Outro problema são os processos judiciais gerados para a emissora, quando a parte afetada pede direito de resposta ou mesmo entra com alguma ação interpretando a suposta falta de cuidado como sendo intencional. Outros episódios semelhantes já ocorreram neste programa em questão e que foram relatados pela equipe como algo que “de vez em quando acontece”.

Por isso, o Programa Edenevaldo Alves usa uma vinheta marcante que serve para ir ao ar em cima mesmo dos áudios de *WhatsApp* onde diz: “a opinião do ouvinte”, ou seja, enquanto o áudio está sendo veiculado a vinheta cortinha também, uma espécie de “carimbo” no ar. Criada para ser usada sempre quando uma locução não representar a opinião do âncora e/ou do programa. Dessa maneira, tornou-se um mecanismo de proteção. Normalmente, o uso adequado desta vinheta nas participações por telefone, o ouvinte fala de um jeito sequenciado, que não dá pausas onde seria possível uma interferência do âncora.

Foi observado também a seguinte prática: o jornalista que fica no controle do *WhatsApp* do programa ainda usa o seu aplicativo de mensagens pessoal, que por sua vez, termina recebendo conteúdo para o programa, principalmente das assessorias de imprensa e outras fontes de contato. O mesmo ocorre com o *WhatsApp* do âncora. Durante o seu programa, áudios e participações são recebidos em seu aplicativo pessoal e de maneira automática é conectado o cabo da mesa de controle do programa, que fica disponível na bancada, e a participação vai ao ar.

Essas participações através de aplicativos de mensagens pessoais da equipe não foram contabilizadas nesta pesquisa e nem considerados nesta observação. Os dados coletados foram oriundos apenas do número público disponibilizado para os ouvintes. E esse contato é sempre divulgado com vinheta própria e até um neologismo criado pelo apresentador quando vai chamar a participação do público. É o momento que a produção do programa chama de “zapeando com o ouvinte”.

Ainda há outra vinheta que introduz e destaca o momento das notícias do trânsito na cidade e que estimula o/a ouvinte que está no carro ou no transporte público a mandar mensagens de áudio contando o que viu e o que está presenciando sobre congestionamentos, acidentes e outros. O trânsito é um conteúdo fixo do programa e mesmo com o repórter focado em sempre trazer as informações das principais ruas e avenidas da cidade, os motoristas são sempre convidados a participarem do programa.

Há momentos até de súplica por parte dos apresentadores para que as participações através de áudio cheguem ao programa. Outras situações que em tom cômico através de uma vinheta com uma voz bem marcante que o operador veicula no ar: “não mande escrito não, mande ‘*audio*’ que eu não sei ler não”, diz a mulher fazendo da realidade do analfabetismo algo engraçado. O ouvinte, muitas vezes após escrever a mensagem, termina gravando um áudio com a sua participação. Quando não há jeito, os apresentadores cedem e leem a participação através de mensagem escrita no *WhatsApp*. Mas, existe uma priorização pela mensagem gravada em áudio por ser rádio e porque a diversidade de vozes no ar demonstra uma pluralidade da audiência.

O resultado das práticas que estimulam a participação dos ouvintes através do aplicativo, o programa recebe uma média de 50 mensagens ou mais por edição. E isso só quando está no ar, ou seja, durante as 3 horas de produção. As ligações para o telefone fixo da rádio Petrolina FM praticamente não acontecem mais, gerando uma média de duas ou três ligações de ouvintes por dia para o programa como demanda para a participação ao vivo.

5.1.1 Coleta de dados: programa Edenevaldo Alves

Dos 40 registros feitos na coleta de dados do programa Edenevaldo Alves, seis foram *Fake News*; dessas, apenas duas não foram ao ar e uma não foi checada. Sendo assim, as quatro *Fake News* foram ao ar mesmo sendo checadas. O tempo entre a checagem e a veiculação da informação daria para segurar a notícia e evitar que vá ao ar informações falsas ou equivocadas que gerem desinformação ao público ouvinte.

Foi registrado também que dos 40 registros, apenas três não foram ao ar, demonstrando total uso de toda e qualquer informação que chega ao *WhatsApp* do programa. As participações são aproveitadas ao longo das três horas no ar demonstrando total dependência do aplicativo para auxílio e produção de conteúdo do programa. No programa em questão, o aplicativo é muito procurado e os ouvintes são estimulados a enviar qualquer informação.

O “zapeando com o ouvinte” ocorre o tempo todo durante o programa. A regra é a escuta antes de todo áudio que chega, mas por conta da alta demanda os descuidos acontecem com frequência. Há ainda outra conduta perigosa: A relação de confiança do jornalista, que cuida do aplicativo, com o ouvinte que sempre costuma participar. Isso gera certa relação de familiaridade entre as pessoas, fazendo com que muitas mensagens sejam usadas sem a escuta prévia.

Em cada edição, se observa um total aproveitamento das informações que chegam através do aplicativo, isso foi pontuado também na coleta de dados que apesar de detectar a *Fake News* com a apuração durante o programa, mesmo assim a notícia foi ao ar sendo chamada de informação falsa. Ou seja, aproveitam a informação no ar como conteúdo, mesmo ela sendo falsa. De acordo com a produção, o objetivo é sempre alertar as pessoas para que não acreditem em tudo e, por isso, a necessidade de divulgar também as notícias falsas.

O risco reside no tempo que se gasta entre a exposição do fato até a checagem. Ou seja, alguém pode ouvir o fato, mas não ouvir a conclusão da apuração, levando à desinformação. Os exemplos contabilizados na coleta demonstram isso com as seguintes informações: “Banco do Brasil sem álcool em gel”, “Queda de energia”, “Suspensão do auxílio emergencial” e “Permissão de voz e violão em bares de Petrolina”. Todas essas informações foram comentadas e faladas pelos apresentadores mesmo sem a checagem ter sido feita. Alguns minutos depois, ou às vezes, até após um intervalo comercial é dito que aquela determinada informação não procede.

É preciso salientar que, mesmo diante das falhas e riscos observados, há uma prática de checagem generalista na maioria das informações que chega para o programa através do *WhatsApp*. Essa coleta de dados feita pelo jornalista, responsável pelo aplicativo de mensagens do programa Edenevaldo Alves, ocorreu no período de 28 de setembro a 9 de outubro de 2020.

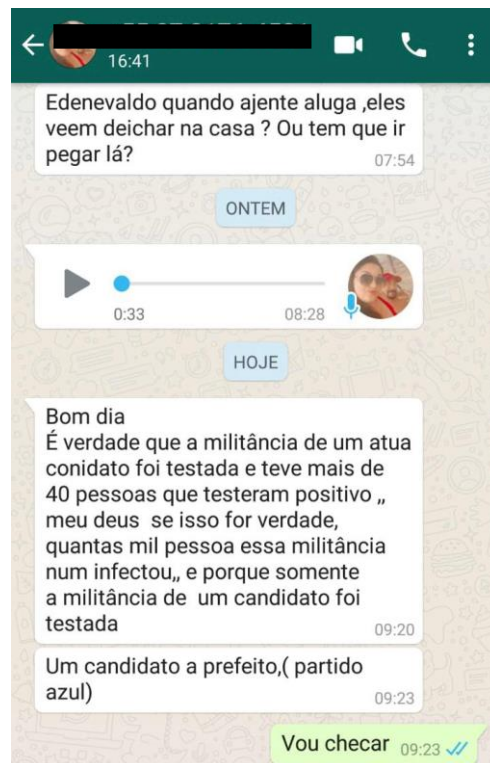
O profissional relatou dificuldade para a coleta durante o programa por causa da alta demanda de mensagens que chega. Muitas que nem são lidas durante o programa, e que em muitos casos são aproveitadas como conteúdo para o blog de notícias do âncora. Também foi relatada a facilidade de apuração que o *WhatsApp* proporciona com as fontes oficiais, a exemplo das assessorias de imprensa das prefeituras de Petrolina e Juazeiro, como também de outros órgãos públicos. Deixando em evidência que a ferramenta não serve apenas para interação com os ouvintes, mas também para produção do programa ao vivo.

Imagem 6- Imagens do WhatsApp do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 7- Imagens do WhatsApp do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 8- Imagens do WhatsApp do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 9- Imagens do WhatsApp do programa Edenevaldo Alves mostrando a interação com os ouvintes



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

5.2 PROGRAMA NOSSA VOZ: RÁDIO GRANDE RIO FM (100,7 FM)

Funcionando há 15 anos, o programa Nossa Voz integra o grupo Grande Rio de Comunicação, sendo a rádio FM, um dos principais produtos com potencial de audiência e espaço publicitário. Neste mesmo conjunto, está também a afiliada da Rede Globo de Televisão, a TV Grande Rio. Emissoras de rádio e televisão estão localizadas no mesmo prédio, porém sem nenhum tipo de convergência estabelecida. As redações e o funcionamento de ambas são completamente separados e com pouca troca de informação e conteúdo. Há ainda no mesmo grupo o portal G1 Petrolina. Esse funciona no mesmo espaço físico e em convergência com a redação da TV. Ou seja, há troca de informações e colaboração nas apurações o tempo todo.

O programa analisado em questão é o Nossa Voz, apresentado por Neya Gonçalves, radialista e por Karine Paixão, jornalista. Assim como no programa Edenevaldo Alves, a necessidade de integrar na bancada, ou seja, na apresentação, um jornalista com formação superior, foi sentida com o passar dos anos. Os âncoras figuram como termômetro de suas audiências, porém a necessidade técnica fazendo o contraponto nas opiniões, entrevistas e interpretações dos fatos tornou-se essencial.

Os jornalistas expõem o conteúdo apurado, trazendo concisão aos temas e embasando os principais comentários e conduções dos âncoras. Isso é muito bem definido no “Nossa Voz”, bem como no programa apresentado anteriormente, o de Edenevaldo Alves na Rádio Petrolina FM. Durante os processos de rádio escuta, foi percebido o quanto os dois são concorrentes diretos e disputam a audiência no ar e nas redes sociais na internet. Além da transmissão convencional do rádio, o Nossa Voz ainda utiliza outras plataformas como *Facebook*, *Youtube* e *Instagram*, sendo esta última a mais utilizada para as *Lives*. Foi verificado que há poucos registros de transmissões ao vivo no canal do *YouTube* salvas no histórico do canal oficial do programa.

Também foi identificado que o programa, apesar das transmissões diárias pelo recurso “ao vivo” do *Instagram*, as edições com o programa na íntegra não são salvas no *feed*. Ou seja, não há a possibilidade do ouvinte assistir fora do horário que o programa vai ao ar.

No “Nossa Voz” não há o apelo para que os ouvintes optem prioritariamente pela participação no *WhatsApp*. Esse direcionamento só acontece no ar quando há reclamação dos ouvintes que ficaram muito tempo na espera para conseguir falar pelo telefone fixo ou que não conseguiu nem ser atendido e participar. Quando isso acontece, a âncora costuma dizer que o ouvinte pode mandar um áudio no *WhatsApp*.

Mas ao que se percebe é que o programa ainda mantém uma tradição da participação dos ouvintes na modalidade ao vivo utilizando o telefone fixo. Por bloco, são recebidas de oito a 10 ligações. O telefone não para de tocar nas duas horas de duração. Com isso, se constatou que o telefone fixo no Nossa Voz ainda é a principal forma de participação do programa. As duas linhas fixas estão sempre ocupadas com as pessoas que preferencialmente optam por esta maneira de comunicação e exposição de sua demanda, opinião e pedido de ajuda.

A produção do programa afirma que conversa com cada ouvinte previamente antes da entrada ao vivo na participação por telefone, mas apesar do cuidado e orientações passadas, nem sempre os ouvintes cumprem no ar. Sendo assim, a atitude do âncora é sempre de cortar no ar com um agradecimento pela participação ou mesmo interromper a fala. Isso foi registrado com mais frequência no ano de 2020, justamente por ser ano de eleições municipais e período de campanha.

Sendo as ligações, a principal forma de interação ao vivo com o programa, o *WhatsApp* passou a ser a segunda forma de participação. A demanda de mensagens no aplicativo também é alta, contudo, muitas não são aproveitadas ao vivo por falta de tempo para apuração, sendo assim, em duas horas de programa, uma média de cinco áudios são veiculados no programa. Os outros ficam para verificação ou mesmo rendem pautas para o programa do dia seguinte e até mesmo para o *blog* na internet.

As participações pelo *WhatsApp* são mais notórias quando há entrevistados ao vivo no estúdio para falar de temas diversos como saúde, educação e problemas da comunidade como falta de água, esgoto estourado, falta de segurança, iluminação pública, etc. Ou mesmo quando o assunto provoca o ouvinte a emitir a sua opinião, a exemplo de temas polêmicos como os registrados em 2020, ano de pandemia.

Foi percebida uma alta participação através do *WhatsApp*, com muitos áudios sendo veiculados pelo programa na semana de 19 a 23 de outubro de 2020, quando a vacina chinesa “Coronavac” entrou no centro da polêmica nacional entre o governador do estado de São Paulo e o atual presidente da república. Assuntos como esse instigam a participação e contribuem para o incremento na interação das âncoras e seus ouvintes.

5.2.1 Coleta de dados programa Nossa Voz

A coleta de dados no programa Nossa Voz ocorreu do dia 22 de setembro de 2020 a 15 de outubro de 2020. Nesse período, o programa recebeu 17 notícias falsas através da conta

do programa no *WhatsApp*. Vale destacar que, todas as mensagens foram checadas e apenas uma delas foi ao ar com a justificativa de apesar das testemunhas e fontes no local enviarem informações verídicas sobre um homicídio ocorrido, as autoridades policiais não confirmaram o fato, ou seja, a produção optou por acreditar nas fontes oficiosas do que nas oficiais.

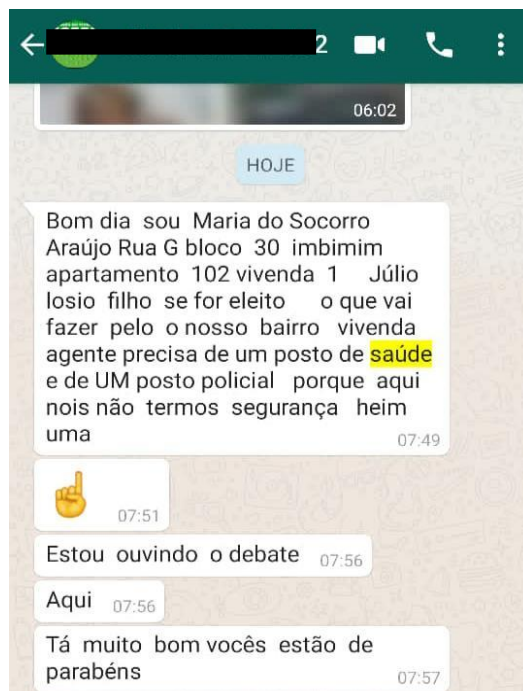
Das 17 notícias falsas, oito eram homicídios e um feminicídio. As notícias policiais são as mais perigosas para o programa, que recebe sempre um volume expressivo de informações equivocadas por mal interpretação e, por vezes até inventadas. Depois de homicídio, o tema mais utilizado na propagação de *Fake News* é “acidente de trânsito” e, em terceiro, estelionato.

Foi observado um controle criterioso das informações que chegam através do *WhatsApp* do programa. O aplicativo é mais usado para marcação de entrevistas, contato com as fontes, apurações durante o programa, do que para o recebimento de informações dos ouvintes. Como já foi descrito no tópico anterior, o “Nossa Voz” demonstra ter uma participação muito ativa através do telefone fixo do que com mensagens de áudio ou texto pelo *WhatsApp*.

Diferente do controle que o programa demonstra ter do aplicativo de mensagens, o mesmo não ocorre com as ligações dos ouvintes para falar ao vivo com as âncoras através das duas linhas fixas de telefone disponibilizadas pela produção. No processo de rádio escuta do programa, foram contabilizadas em duas semanas, ou seja, 14 dias, 38 ligações que foram ao ar com assuntos polêmicos ou mesmo inapropriados ou equivocados. Nesses registros, a âncora interrompeu o ouvinte no ar. Percebe-se que mesmo as orientações sendo passadas para a participação ao vivo por telefone, não há garantia de controle. O controle que é claramente possível aplicando os filtros e os escudos no *WhatsApp*, não é aplicado com eficiência para a modalidade de ligação.

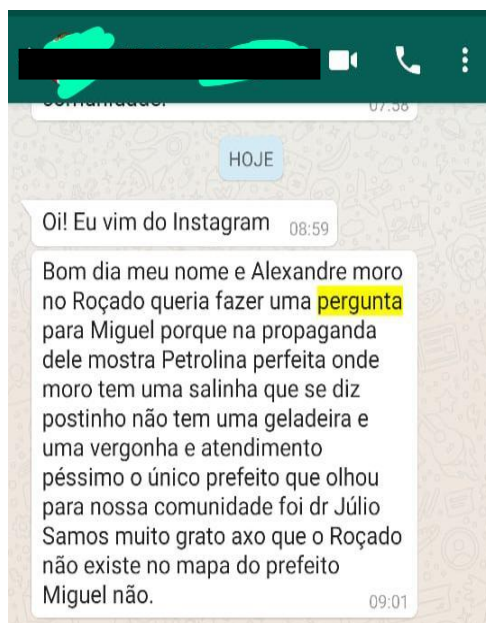
Foi observado também que a âncora do programa sempre divulga no ar que ficaram muitas participações pendentes no *WhatsApp*, porque não deu tempo para usar todas, porém serão priorizadas em face das outras mensagens que eventualmente podem chegar no dia seguinte. Na prática, isso termina não ocorrendo, pois a prioridade de fato é o atendimento às mensagens que chegam pelo telefone fixo. No próximo programa analisado é possível comparar as condutas com os programas “Edenevaldo Alves” e o “Nossa Voz”. A ideia é que durante a leitura já sejam percebidas que algumas regras facilitam o trabalho da produção no ao vivo. Isso prova que o *WhatsApp* bem manipulado, pode ser um grande aliado.

Imagem 10- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 11- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

Imagem 12- Imagens de participações dos ouvintes durante o debate promovido. Eles podiam participar com perguntas aos candidatos



Fonte: arquivo pessoal, 2020.

No print da imagem é possível ver que o *WhatsApp* do programa ainda participa de muitos grupos da região do Vale do São Francisco, nos quais não há regras para o compartilhamento de informações. Elas acontecem de maneira muito intensa. São muitas notícias, vídeos, fotos e links. Há aqueles que a produção descarta de imediato, por já ter o conhecimento que é conteúdo falso. Outras demandam mais apuração. Porém, há um consenso na equipe do *Nossa Voz*, que não se divulga nada com origem dos grupos sem a checagem. Essa notícia, por exemplo, das mortes nos hospitais de campanha em decorrência das chuvas era *Fake News*.

5.3 PROGRAMA SUPER MANHÃ: RÁDIO JORNAL PETROLINA (90,5 FM)

O programa “Super Manhã”, apresentado por Waldiney Passos, integra a grade de programação da Rádio Jornal Petrolina, que pertence ao Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, com sede no Recife, capital de Pernambuco. Ele fica no ar por três horas consecutivas, das 7h às 10h, de segunda a sexta-feira. A Rádio Jornal em Petrolina está há 14 anos no ar. Esse programa vai ao ar nas primeiras horas da manhã, juntamente com os dois já apresentados anteriormente nesta pesquisa.

O “Super Manhã” é um programa bem estruturado com editorial, roteiro, pautas e entrevistas do dia estabelecidas. Não há dependência do conteúdo proveniente do público através do *WhatsApp* e a pauta não prioriza participações dos ouvintes. Isso fica claro não só na abertura, como em todo curso das edições. É cumprido um padrão de roteiro jornalístico onde ainda incluem o trânsito ao vivo, política e polícia. Apesar de não existir dependência do aplicativo de mensagens, há uma unanimidade na equipe quanto a importância deste recurso para a produção de conteúdo, marcações de entrevistas e apurações com agilidade.

O programa tem vinheta específica, que convoca a interação dos ouvintes através do *WhatsApp*, mas não apela por participação. A vinheta vai ao ar em momentos bem específicos e se intensifica na última hora de programa e durante as entrevistas ao vivo. O “Super Manhã” recebe em média 15 mensagens por edição e todas são filtradas com critério local, seguindo orientações do Sistema Jornal do Comercio de Comunicação. O número baixo de participações do grande público de ouvintes tem uma explicação.

Desde março de 2020, que uma nova determinação mudou algumas regras para a participação do ouvinte em todos os programas da Rádio Jornal. A participação ao vivo do ouvinte através de ligação por telefone fixo ficou proibida. Todas as pessoas que ligam recebem a recomendação de mandar mensagens de texto ou áudio para o número do *WhatsApp* do programa. A ideia é forçar que todas as mensagens sejam ouvidas antes de irem para o ar. Assim, é possível fazer uma avaliação e seleção do conteúdo da fala, além de validar o interesse público da informação, diferente do que pode ocorrer com entradas ao vivo por telefone.

Com essa determinação, a busca do/a ouvinte em participar, opinar e estar presente no conteúdo do programa enfraqueceu. De acordo com a produção do “Super Manhã”, o telefone fixo da Rádio Jornal Petrolina, disponibilizado para o/a ouvinte participar no ar tinha um fluxo intenso de ligações diárias. Isso não ocorre mais. Os ouvintes que ligam, sabem que através dele não entram mais no ar. São atendidos, mas caso busquem essa participação pública, são direcionados para o *WhatsApp* do programa.

Qualquer pessoa só pode participar ao vivo por telefone com o apresentador, quando é feita uma produção prévia com agendamento ou mesmo combinar qual tema será abordado. Dessa forma, há muito critério e orientações para que os ouvintes entendam que existem regras e condutas jornalísticas que devem ser respeitadas.

Normalmente, o programa “Super Manhã” prioriza as entrevistas ao vivo. Em 2020, por conta da pandemia da Covid-19, houve um incremento deste recurso, ampliando assim o espaço e, conseqüentemente, o número de entrevistas por telefone em cada edição do

programa. Antes, as entrevistas eram feitas de forma presencial, ou seja, a pessoa que seria entrevistada deveria se deslocar até a sede da emissora de rádio, situada na área central de Petrolina, para ser-entrevistado pessoalmente pelo apresentador dentro do estúdio de rádio. O telefone e o *WhatsApp* deram suporte a manutenção destas participações das fontes nos mais diversos assuntos. Sendo assim, a produção passou a agendar de cinco a sete entrevistas durante as três horas do programa.

Após a flexibilização das medidas restritivas estabelecidas por conta da pandemia nas redações de rádio nos meses de março a agosto de 2020, o programa passou a ter até no máximo duas entrevistas presenciais e as outras feitas por telefone ou por áudio enviado pelo *WhatsApp*. Esse modelo estimula as participações e abre espaço para as perguntas do público, que devem ser enviadas previamente por áudio através do aplicativo. A produção do programa sempre orienta que, ao gravar o áudio, a pessoa se identifique e diga o bairro onde mora. Foi observado que ao chamar a entrevista, a vinheta do *WhatsApp* é disponibilizada para lembrar ao ouvinte que ele/ela pode participar e mandar a sua pergunta.

Foi constatada uma redução do uso de mensagens pelo *WhatsApp* por parte do ouvinte, o que foi atribuído ao fato de 2020 ser ano de eleições municipais. A própria direção da rádio aumentou as regras de cuidado estabelecendo mais rigor. A tendência foi exatamente o que se observou: as pessoas passaram a ter menos estímulos para participar. Sendo assim, foi registrada no período de agosto a outubro de 2020, uma média de 15 novas mensagens por dia.

Não só no programa analisado, mas em todos da grade de programação da Rádio Jornal Petrolina, é obrigatório escutar todas as mensagens de áudio antes de ir ao ar. O primeiro filtro é o próprio operador do programa, ou seja, uma pessoa da área técnica que fica com o *WhatsApp* aberto no computador através do recurso *WhatsApp Web*, através do qual é possível abrir o aplicativo de mensagens em um navegador, usando um QR Code na tela de um notebook. Ou seja, o conteúdo do *WhatsApp* do programa que está no aparelho de celular passa para o computador. Pode-se acessar de computadores pessoais, o conteúdo de uma conta no *WhatsApp* por um navegador como: *chrome, internet explorer, firefox, etc.*

Esse recurso facilita muito para dar respostas aos ouvintes, porque é possível digitar com mais agilidade e, principalmente, para veicular o áudio no ar partindo do computador. Um cabo da mesa de operações é conectado ao computador ou ao próprio celular. Ele mesmo sinaliza ao apresentador que tem participação e a depender da sua própria avaliação já veicula no ar, através do controle que tem da mesa de operações. Em caso de dúvida, este técnico consulta a produção do programa para ser um segundo filtro.

5.3.1 Coleta de dados programa Super Manhã

O programa Super Manhã demonstrou muito cuidado com as informações que chegam através do *WhatsApp* sempre aplicando as normas e condutas já estabelecidas como regras dentro da redação e que se estendem de igual maneira para o estúdio durante as entradas ao vivo. Essas regras controlam o emocional de quem recebe o conteúdo, que se preocupa com a agilidade em apurar antes de veicular no ar. Isso foi notado em todas as etapas da pesquisa.

Todas as mensagens falsas recebidas pelo programa durante a coleta de dados e registradas nas tabelas, foram checadas e não veiculadas. O período da coleta ocorreu de 22 de outubro de 2020 a 5 de novembro de 2020. Nesse tempo foram 11 *Fake News* devidamente apuradas e que não foram veiculadas, exceto uma específica que precisou ir ao ar justamente para desmentir uma notícia falsa que estava em circulação e por consequência disso, a parte afetada se pronunciou. O caso envolveu o Senador Fernando Bezerra Coelho e o Deputado Federal Fernando Bezerra Filho, pai e irmão do prefeito de Petrolina em 2020, Miguel Coelho. A *Fake News* dava conta que eles teriam votado contra a prorrogação do pagamento do auxílio emergencial durante a pandemia da Covid-19. Como o próprio deputado havia publicado um vídeo relatando o equívoco e desmentindo o fato, a produção do programa resolveu comentar e explicar a notícia falsa contextualizando com o áudio dos políticos postado em suas redes sociais na internet.

Entre os assuntos comuns que mais chegam ao *WhatsApp* do “Nossa Voz” e são notícias falsas estão: homicídios de outras cidades compartilhadas como se fossem em Petrolina; assuntos envolvendo a política local; mitos sobre a cura da Covid-19; estelionato e assaltos. Apesar das regras estabelecidas para que a produção não deixe passar nenhuma informação sem apuração, há demora e até ausência de padrão para que a checagem seja mais eficiente.

Algumas mensagens ficam para o outro dia, porque não se consegue apurar com a agilidade necessária. São três horas de programa e o fluxo de mensagens é intenso. O fato do técnico da mesa de operações ficar com a missão da primeira escuta dos áudios que chegam, e haver uma clara descentralização do fluxo de mensagens, ou seja, muitas pessoas que usam o mesmo número de *WhatsApp*, faz com que aconteça um subaproveitamento das participações. Apesar das regras e dos cuidados tomados pela produção, ficou evidente que mais de uma pessoa manipulando ao mesmo tempo as mensagens que chegam ao aplicativo acaba ocasionando desperdício de informações.

O ponto negativo disso é deixar passar boas participações ou mesmo perder o *timing* da notícia, ou seja, perder o comentário factual, aquele que ficaria velho se deixado para depois. No caso do programa “Super Manhã”, o ideal seria apenas ter uma pessoa da produção manipulando o *WhatsApp* durante todo o programa de maneira concentrada e aplicando os critérios com mais agilidade para tentar abrir, checar e aproveitar o máximo das informações. O excesso de cuidados é positivo, mas a descentralização da checagem atrapalha significativamente o processo.

5.4 PROGRAMA DO GERALDO JOSÉ: RÁDIO TRANSRIO FM (99,9 FM)

Há sete anos no ar, o programa do Geraldo José, comunicador popular na cidade de Juazeiro, teve sua última edição apresentada no dia 30 de setembro de 2020. A pesquisa já havia sido iniciada com a rádio escuta do programa e com conversas trocadas com o apresentador. A coleta de dados foi interrompida na segunda semana de outubro de 2020, quando terminou o contrato do apresentador com a rádio Transrio FM em Juazeiro, e não houve acordo para renovação.

Diante dessa notícia, achei importante apresentar um registro do que foi coletado e analisado, dando ênfase, sobretudo, ao uso do *WhatsApp* pela produção do programa. Na verdade, foi inviável separar o que vinha do número disponibilizado para os ouvintes, do que era proveniente do *WhatsApp* do próprio apresentador. Foi bem difícil em conversas prévias propor uma separação de fluxos, porque Geraldo José também assina um dos blogs de notícias mais populares da região do Vale do São Francisco. O blog que atualmente se chama “Rede GN” foi criado no ano de 2009. Foi feita uma atualização da marca com mudança visual, estética e do nome do blog, que antes se chamava “Blog do Geraldo”. Este novo formato foi publicado no dia três de fevereiro de 2020.

O programa de rádio do Geraldo José tinha como principal característica a linguagem popular típica da cidade de Juazeiro-BA, sendo feito completamente sem produção prévia. De segunda a sexta-feira, sempre das 14h às 16h. A participação do ouvinte com as demandas da comunidade era sempre ouvida e colaboravam para ficar tanto tempo no ar e não faltar conteúdo. As participações por telefone e pelo *WhatsApp* faziam com que os assuntos chegassem em grande volume ao programa sendo o ouvinte peça fundamental da realização das edições diárias.

Com o suporte do conteúdo proveniente do blog, o apresentador lia as notícias já escritas e apuradas pela redação que fica localizada em outro endereço diferente da rádio na cidade vizinha de Petrolina. Geraldo José comandava o programa só, sem nenhum apoio de jornalistas ou produtores em sua equipe no estúdio, sendo ele a voz única, contando apenas com o operador da mesa. Já em seu blog, ele sempre contou com uma equipe de jornalistas e estagiários que fazem as apurações e publicações das reportagens.

As inúmeras entrevistas presenciais que aconteciam no programa também eram um ponto forte do conteúdo apresentado aos ouvintes. Elas eram marcadas pelo próprio apresentador, através do seu *WhatsApp* particular, onde armazena todos os seus contatos diretos com as fontes e as assessorias de imprensa. Foi observado que muitas delas ocorriam até em demanda espontânea, ou seja, quando a fonte procura a rádio para tratar de algum assunto e acaba entrando no estúdio e sem produção prévia, o assunto era divulgado no ar. Em muitos momentos foi observada a mistura dos dois números de *WhatsApp*, do âncora e do programa. Essa falta de organização com os fluxos causava confusão a respeito da origem da informação.

A mistura do *WhatsApp* do programa com o privado do apresentador, foi percebido em todos os programas analisados, porém, apenas no programa do Geraldo isso ficava confuso para apuração e tratamento das notícias. Sendo observado que muitas informações eram veiculadas sem nenhum tipo de filtro como, por exemplo, o mais importante: a escuta do áudio antes de ir ao ar.

Isso leva a crer que essa conduta ficou caracterizada muito mais pelo estilo do programa, como também pelo fato do âncora fazer tudo sozinho. Afinal, a possibilidade de escuta das participações por áudio, por exemplo, só é viável quando entra o intervalo comercial. E a prática do imediatismo em veicular as falas gravadas que chegam dos ouvintes em tempo real, sem mesmo ouvi-las antes era uma prática rotineira e arriscada. Não houve coleta de dados no agora extinto Programa do Geraldo José. No próximo tópico vamos conhecer o método chamado de escudos contra as *Fake News* no combate a desinformação.

5.5 ESCUDOS CONTRA AS FAKE NEWS NO COMBATE A DESINFORMAÇÃO

Com base na experiência descrita acima, podemos apontar sugestões para conduta em face da avalanche de notícias falsas que recebemos diariamente pelo *WhatsApp*. A partir do que foi observado e coletado nas redações de rádio, proponho um modelo que chamo

“escudos”, considerando que esta proposta pode colaborar para um mecanismo mais prático e seguro para qualquer pessoa lidar com notícias falsas.

A minha inspiração para propor esta noção de escudos veio do conceito *Factfulness*, (ROSLING, 2019) que significa factualidade em português, remetendo ao factual, ao atual, isto é, algo que acontece no presente. Rosling (2009) propõe que é importante adotar o hábito em desconfiar de tudo o que se lê e, principalmente, buscar o conhecimento paralelo com pesquisas e condutas simples que levam a proteção individual quanto às informações falsas.

Nós deveríamos estar ensinando às crianças o arcabouço básico atualizado e baseado em fatos – a vida nos quatro níveis e nas quatro regiões – e treinando-as para usar as regras gerais de *Factfulness* – os tópicos apresentados no fim de cada capítulo. Isso capacitaria para pôr um contexto as notícias vindas de todo o mundo e detectar quando a mídia, ativistas ou vendedores estão deflagrando seus instintos dramáticos com histórias surperdramáticas. Essas capacidades são parte do pensamento crítico que já é ensinado em muitas escolas. Elas protegeriam a próxima geração de muita ignorância (ROSLING, 2019, p. 259-260).

Assim, se podemos ensinar desde cedo as pessoas sobre a importância de não acreditar em tudo o que se lê, sobre a importância da atenção e de considerar a fonte da informação, além de estimular perfil crítico e ser questionador, estamos falando de uma possibilidade educacional. Se serve para a público infantil ou estudantil, também é aplicável no público adulto.

Antes de apresentar minha proposta para os escudos, preciso elencar os principais erros de condutas observados durante minha experiência realizada nas rádios de Juazeiro e Petrolina. Nessa parte, onde há a exposição dos erros, optei por não identificar os programas um a um. Listo aqui os 10 problemas mais comuns e que foram percebidos durante a pesquisa sem precisar pontuar caso a caso.

OS 10 ERROS:

- 1- Não escutar previamente o áudio que chega pelo *WhatsApp*, antes de colocar no ar,
- 2- Confiar em ouvintes conhecidos pela constante participação.
- 3- Participar com o número do programa de grupos de *WhatsApp*, nos quais notícias policiais, regionais e assuntos em geral são largamente compartilhados e induzem ao erro.
- 4- Não ouvir ou não ler todas as mensagens que chegam através do *WhatsApp*. Negligenciar alguma informação pode significar o risco em perder algum assunto relevante, factual ou mesmo de interesse público.

- 5- Dependência do conteúdo proveniente do *WhatsApp*.
- 6- Ler manchetes de *links* compartilhados pelo *WhatsApp* durante o programa por ouvintes, sem antes conferir o conteúdo da notícia.
- 7- Uso simultâneo de contas profissionais e pessoais do *WhatsApp*, o que pode ocorrer também em mais de uma plataforma, neste caso, no *smartphone* ou mesmo no computador através do *WhatsApp Web*.
- 8- Salvar contatos das fontes e das assessorias de imprensa em contas pessoais no lugar de concentrar todos estes números no *WhatsApp* da redação do programa.
- 9- Forçar a participação por áudio, não priorizando as pessoas que preferem enviar mensagens de texto.
- 10- Divulgar a disponibilidade do número de *WhatsApp* para participação e deixar para usar a maioria das mensagens no fim do programa, o que pode gerar impressão de descaso com ouvintes e não fomenta novas participações.

Após os principais erros serem apresentados, pontuei os “escudos”, que podem ser adotados em “fases”. A ideia é que ao passar de fase, a anterior esteja natural e adaptada ao processo de produção com o programa no ar e ao vivo. O processo de convivência com o fluxo das informações que chegam através do aplicativo é gradual. É preciso entender que adotar os escudos é um processo educacional e, portanto, sequenciado.

São escudos para jornalistas em redações de rádio, como também servem para qualquer pessoa que utiliza o *WhatsApp* como principal meio de receber informações. É um método de fácil aplicação no dia a dia.

OS ESCUDOS – fase 1: (para comunicadores e usuários comuns do *WhatsApp*)

- 1- Jamais colocar no ar um áudio sem ouvir. Não importa de quem seja. Pode ser um pronunciamento de fontes sem princípios. Todo áudio precisa ser ouvido antes de ir ao ar. Essa mesma regra vale para o usuário comum do *WhatsApp*: nunca encaminhar para grupos áudios duvidosos.
- 2- Após a escuta do áudio é importante o diálogo, mesmo que rápido, com o emissor da mensagem. Algumas perguntas como: nome completo, bairro onde mora, se já participou alguma vez, são ponto de partida. Isso vale para o usuário comum que pode perguntar à pessoa que enviou se ela sabe a origem. Caso perceba que foi

encaminhado sem critério, é um convite para suspender a continuidade da disseminação.

- 3- Mensagens de texto precisam sempre ser lidas, interpretadas e questionadas com o emissor também antes de ser lida no ar. Isso vale para encaminhar textos para grupos ou contatos, disseminando muitas vezes um conteúdo que nem o receptor leu por completo.
- 4- No mínimo *sites* oficiais e *Instagrams* oficiais devem estar acessíveis no computador para checagens rápidas. Confrontar as informações que chegam através dos ouvintes previne um erro no ar. Isso também pode ser facilmente feito pelo usuário comum: consultar e seguir fontes oficiais não é só um trabalho para jornalistas. É uma obrigação de todos buscar esses confrontos de informações, principalmente tendo em vista todas as facilidades que temos para estas consultas.

OS ESCUDOS – fase 2: (para comunicadores)

- 1- Salvar na agenda os ouvintes que mais participam. Eles devem ser identificados por tema. Exemplo: se foi uma mulher que ligou para reclamar que não consegue fazer um exame de raio x, pode salvar assim: MARIA DO SOCORRO – DEMORA RAIOS X. A ideia de salvar nome da pessoa com uma retranca facilita novas participações e até acompanhamento de casos. Isso fomenta a atenção com os ouvintes e, principalmente, evidencia o cuidado e a credibilidade com o cidadão que confia o seu problema ao programa.
- 2- Ler e ouvir todas as mensagens do dia. O ideal é que sejam ouvidas durante a duração do programa e que nenhuma informação seja deixada de lado. O risco disso é perder um importante assunto, um furo, ou seja, uma informação em primeira mão. Na prática, a imprensa não é mais a primeira a saber. Essa hegemonia acabou e o cidadão comum e que busca ser bem informado, às vezes sabe antes.
- 3- Apurar! Uma troca rápida de mensagens com a fonte oficial para saber se a informação que chegou procede é o primeiro passo. Exemplo: chega uma mensagem falando que há um incêndio em um banco. Antes de ler ou colocar no ar um áudio, apurar com o Corpo de Bombeiros se há algum chamado.
- 4- Também vale pedir ao ouvinte provas do acontecimento em tempo real. Se ele está no lugar, certeza que consegue fazer o registro em foto ou vídeo.

- 5- Se for um link compartilhado ou mesmo um *print* de uma capa de jornal, revista ou site, a primeira leitura deve ser da data. Claro que o título chamará atenção e será a primeira leitura, após isso, verificar a data.

OS ESCUDOS – fase 3: (para comunicadores e usuários comuns do *WhatsApp*)

- 1- Baseado nos estudos *Factfulness*, ao receber uma informação o primeiro passo é parar e respirar. Mesmo com o programa ao vivo e no ar, dois ou dez minutos não farão diferença no noticiário. Vale muito mais acionar alguns escudos, do que passar uma informação falsa, equivocada ou mal interpretada. Isso vale para o usuário comum. Fazer uma reflexão rápida: “Vale a pena mesmo passar adiante o conteúdo que recebi?”
- 2- Fique atento aos dados. Números podem ser relativos e a apresentação deles pode camuflar a verdadeira informação. Questione esses números e aprenda a comparar. Nunca divulgar estatísticas sem conhecimento ou pelo menos tentar interpretar, comparar e perceber se eles realmente dizem o que querem dizer.
- 3- Desconfie de informações ou notícias com previsões muito convictas do futuro, afinal qualquer previsão sobre o futuro é incerta. Informações completas ajudam nesse processo e nunca se guiar pelos extremos: o melhor ou o pior.
- 4- Tudo que for drástico ou exagerado desconfie. Manchetes, títulos ou informações com muitos adjetivos e com muito pavor demonstram mais objetivo em impactar do que em informar.
- 5- Caso aconteça a transmissão concomitante com a *Live* no *Instagram*, é preciso ter cuidado ao ler no ar o que escrevem nos comentários. Até esse tipo de participação mais imediatista precisa passar por uma breve análise e apuração.
- 6- “Beber da fonte”. Qualquer informação que chega, o jornalista não deve consultar no concorrente, ou mesmo buscar a checagem em *sites* de notícias populares. O correto é ir em busca da fonte oficial, uma atitude que conceitua o que é esse “beber da fonte”. Ler onde está a publicação ou mesmo aquela determinada informação. Exemplo: é um decreto? Vai direto no Diário Oficial. É uma operação da Polícia Federal? Vai no site da Polícia Federal. Não tem mistério, é ir em busca da origem da informação, ler e interpretar, sem acréscimos ou juízo de valor. Totalmente sem edição. Isso vale para todos.

5.6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados obtidos com esta pesquisa podem ser aplicados em outras esferas da sociedade, especialmente no setor da educação, do ensino fundamental ao ensino superior. A ideia é que o professor aprenda e ensine aos seus alunos como proceder nas relações de uso e seleção de conteúdo em meio ao volume de informações que todos recebem diariamente através do aplicativo *WhatsApp*.

Há uma dinâmica fácil que é de leitura, análise e conhecimento de ferramentas que são comuns tanto para os estudantes quanto para os professores. O *WhatsApp* é muito utilizado, sendo assim, os mesmos “escudos” propostos aqui podem ser reproduzidos em sala de aula, ou até mesmo adaptadas pelo professor.

Até que vire hábito é necessário primeiro que seja uma rotina este tipo de discussão em sala de aula. Propor acordos e estudos de casos que aconteceram dentro do contexto escolar e da comunidade. As regras podem e devem ser criadas em conjunto: professores e alunos alinhados no processo e estabelecendo as normas de convivência com a rede social na internet e a rede social na vida real.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando a obra de Prensky (2010), “Não me atrapalhe, mãe – Eu estou aprendendo”, o autor acredita que o grande problema da educação hoje é que os pais e professores imigrantes, que vêm da era pré-digital, estão se esforçando para ensinar uma população que fala uma língua completamente nova, os chamados nativos digitais. Mas está aí uma ótima oportunidade de troca de conhecimento para um bem comum. Outra constatação importante do autor é que os estudantes de hoje não são mais as pessoas para as quais nosso sistema educacional foi desenvolvido. Por isso, há uma dúvida que os Imigrantes Digitais (pais e professores) se depara: deve-se obrigar as crianças Nativas Digitais a aprenderem os métodos antigos ou devemos nós, Imigrantes Digitais, aprender o novo?

Para o autor, não importa quanto os Imigrantes desejem, os Nativos Digitais não voltarão atrás. Uma hipótese é que seus cérebros provavelmente já possuem padrões diferentes dos nossos. Outra, é que seria um insulto a tudo o que sabemos sobre migração cultural. Crianças nascidas em uma cultura nova aprendem facilmente a nova linguagem e resistem duramente a usar a antiga.

Prensky (2010) ainda propõe que adultos Imigrantes inteligentes aceitam a ideia de que não sabem tanto a respeito desse novo mundo e aproveitam a ajuda de seus filhos para aprender a integrar-se. Imigrantes não tão inteligentes (ou não tão flexíveis), é claro, passam a maior parte de seu tempo lamentando o quanto as coisas eram boas no “velho mundo”.

Assim, é imperativo que a educação digital precisa estar presente no dia a dia de quem usa e está inserido no contexto das redes sociais na internet, como usuários/as do *WhatsApp*. E não importa em qual contexto esteja inserido. É preciso haver troca e aceitação de uso.

Trazendo o acontecimento da pandemia da Covid-19 em 2020, mesmo que de forma forçada, professores e estudantes, experimentaram alguma rede social na *internet*, mesmo que de maneira precoce. Um exemplo são as escolas do ensino infantil da rede privada de ensino que rapidamente ofertou o ensino remoto ou on-line. Para facilitar os processos, grupos de *WhatsApp* dos pais da turma com o professor foram criados e o retorno das tarefas através do contato direto com o professor, que através de áudios e fotos executaram as correções para os alunos.

Para usar este recurso, foram necessárias regras entre escolas, professores, alunos e pais. Com a presença mais massiva e até mesmo aquelas pessoas que antes usavam pouco e passaram a usar mais, fez com que o contato com as informações falsas aumentasse

consideravelmente. A própria fragilidade do momento mundial colaborou para esse contato e, com isso, a necessidade em aprender a lidar com o fluxo de notícias que temos acesso diariamente através do aplicativo de mensagens.

Podemos facilmente pensar que este contexto chegou para ficar. As aulas remotas, o conteúdo enviado pelo *WhatsApp* e outros aplicativos vão ser condutas cada vez mais presentes. Mais um motivo para saber manipular de forma segura as informações adquiridas através destes recursos. Para isso, aprender desde cedo a não acreditar em tudo que se lê, apurar mesmo que superficialmente, interpretar, questionar e pesquisar antes de passar a diante, são condutas necessárias para uma vida segura dentro do ambiente virtual e, consequentemente, evita danos para a vida em sociedade fora do ambiente virtual.

Os mesmos “escudos” contra as *Fake News* transformados em um método e que é proposto neste estudo através das análises feitas nos programas de rádio de maior audiência no Vale do São Francisco, nas cidades de Petrolina em Pernambuco e Juazeiro na Bahia, demonstra ser fundamental para os programas de rádios em modalidade ao vivo, como também para qualquer pessoa que utilize o aplicativo de *WhatsApp* como fonte de informação. Acredito que a educação deve ser uma grande aliada neste contexto tão difícil que vivemos: a Era da pós-verdade, na qual não podemos confiar nem em quem antes sempre trabalhou para passar confiança: a imprensa.

Apurar, checar, pesquisar, não devem ser apenas hábitos de um comunicador, de um jornalista ou de alguém que trabalha com notícia. Em tempos de redes sociais na internet, todos os usuários dos aplicativos sociais, devem absorver como utilizar sem se prejudicar ou mesmo prejudicar o próximo. E volto a reforçar: em todos os ambientes sociais. Por isso, esta pesquisa procurou desenvolver um método de verificação simples, objetivo e educativo, no qual qualquer pessoa tem condições de usá-lo. Contudo, jornalistas e comunicadores são o foco do método que deve facilitar o trabalho diário como também reforçar os cuidados essenciais para o dia a dia da rotina em programas ao vivo de rádio.

Fazendo uma comparação rápida sobre as rotinas jornalísticas em redações, podemos exemplificar que um jornal em TV tem todo um tempo prévio de produção de conteúdo em *off*, ou seja, fora do ar. Por isso, há tempo hábil, calma e critério para apurar sem a pressão do ao vivo. Sendo assim, este método focou na necessidade do programa ao vivo, que lida por um longo tempo no ar com uma demanda muito alta de conteúdo, sem tanto tempo para apuração imediata. Ao mesmo tempo, a demanda que chega também quer respostas às questões, afinal quem manda perguntas está ouvindo e quer ver a sua participação no ar. Esses ouvintes representam a audiência do programa. Mesmo assim, é preciso muito cuidado e

critério para não colocar em risco a credibilidade e, principalmente, a confiança de quem escuta e quer ouvir notícias e fatos verdadeiros. Portanto, com um método simples, objetivo e eficaz é possível melhorar as rotinas nos programas ao vivo de rádio como também facilitar e educar para o uso consciente em outros contextos sociais, principalmente o educacional.

Esta pesquisa também procurou fazer um resgate bibliográfico sempre com análises paralelas ao contexto atual. A escolha de alguns autores com publicações mais recentes foi proposital devido ao tipo de linguagem, já que este trabalho precisa ser acessível também para profissionais de outras áreas de atuação, como a área da educação. O cuidado foi em escolher autores e pesquisadores da atualidade, mas que ‘beberam da fonte’ dos autores de base da comunicação, como fiz Felipe Pena com o Mauro Wolf. Não foi uma pesquisa desenvolvida apenas para jornalistas e comunicadores, mas sim para toda e qualquer pessoa que usa o *WhatsApp* com o objetivo de se informar.

Por isso, alguns conceitos de notícia, não notícia e notícia falsa foram essenciais para o conhecimento acerca do poder das *Fake News*. Há um processo muitas vezes obscuro quanto a criação de notícias falsas. Este fato não foi aprofundado nesta pesquisa. Como nem sempre é possível desconfiar ou suspeitar de um conteúdo falso, na dúvida é melhor optar sempre por não compartilhar. Essa regra precisa ficar sempre muito clara. Mas só quem adota esse tipo de comportamento para um uso mais consciente do aplicativo, é quem recebeu alguma instrução, ou seja, foi educado de alguma maneira.

Isso foi muito sentido observando como os programas trabalham e manipulam as informações no *WhatsApp* com o programa no ar. A dinâmica das ações e às vezes a falta de organização com o fluxo das notícias que chegam, dos *links* compartilhados e até fotos e vídeos sem contexto atrapalham o processo.

Dos programas analisados, foi possível perceber uma pluralidade de condutas quanto a administração do conteúdo originário do *WhatsApp*. Essas regras mudam de programa para programa fazendo com que sejam percebidas as falhas e, principalmente, as atitudes seguras que já fazem parte das rotinas das redações de rádio. Reunir e descrever essa pluralidade de condutas proporcionou clareza e trouxe evidências para projetar o método que aqui chamo de “escudos” propostos nesta pesquisa.

Foi possível constatar também que a dependência do aplicativo de *WhatsApp* para ter conteúdo no programa não é uma prática segura. Esse tipo de fluxo de informação já provou não ser seguro e que sempre irá demandar apuração. Ao mesmo tempo, direcionar a participação do ouvinte que liga para o telefone fixo e que quer falar no ar para o aplicativo de conversas pode ser uma maneira eficiente para apuração da veracidade. O ouvinte bem

identificado, previamente ouvido por quem administra o recurso com o programa no ar, pode fazer com que diminuam as chances da informação falsa ou equivocada chegar ao programa com segundas intenções.

É preciso entender que audiência do/da ouvinte com o programa não é mais quem veicula a informação em primeira mão, mas sim quem costuma passar credibilidade com informações sempre precisas, seguras, bem apuradas e checadas. Com o acesso fácil às tantas informações através dos telefones celulares com internet, os fatos sempre chegam através de vários canais, mas prende a atenção quem consegue apurar e resumir melhor o conteúdo. O programa de rádio que consegue fazer isso ganha confiança e fidelidade da audiência.

Outro importante “escudo” buscar por conta própria a fonte oficial. Isso quer dizer que nem a imprensa deve confiar na própria imprensa. Produzir conteúdo requer consultas nas fontes oficiais e deixar de lado as oficiosas. Ir direto onde está a publicação original e sem edições. Consultas as publicações nos Diários Oficiais podem gerar muito conteúdo. Este é um exemplo de uma forma segura em produzir conteúdo no ar. Nas observações através da rádio escuta, foi notória essa dificuldade em “beber da fonte”. Há um comodismo em abrir sites nacionais e ler da maneira que está lá, colocando em xeque a própria credibilidade e a capacidade individual de interpretação de cada programa.

Foi um grande aprendizado a imersão como ouvinte no papel de pesquisador na escuta dos quatro programas analisados. Ouvir pelo rádio com o foco nas condutas e na identificação de como os produtores tratam a informação foi um desafio. Conversar com eles através do *WhatsApp*, fazendo questionamentos sobre as condutas e analisar através das *Lives* que transmitem os programas também ajudou muito a entender o processo em questão, mas principalmente a identificar as condutas erradas ou mesmo aquelas perigosas que levam ao erro. A técnica da rádio escuta ajudou neste processo, pois, os programas não sabiam o dia em que estava ouvindo e fazendo as análises. Ouvir, assistir as *Lives* e confrontar com os dados da coleta demonstrou a possibilidade de um novo pesquisador que surge: o pesquisador digital.

Em um ano de tantas mudanças como o de 2020 com a pandemia da Covid-19, busquei encontrar formas que não eram previstas para aplicação da pesquisa, mas que terminaram sendo essenciais para o resultado. Pensando no lado positivo, tendo em vista a situação e ter saído do previsível que seria com a pesquisa ação feita de maneira tradicional, o estudo terminou sendo enriquecido com outros elementos proporcionados pela pesquisa feita de maneira digital. Uma nova possibilidade surge, inclusive de continuidade com outros aspectos como o estudo aprofundado na origem das notícias falsas como também a

continuidade nos estudos do relacionamento proveitoso entre as redes sociais na internet e o processo educacional.

Em um trabalho futuro é possível pensar em usar o método dos “escudos” e aplicar no ambiente educacional, ou seja, em sala de aula com os atores envolvidos: professores e alunos.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Mariana; **Pós-verdade e fake News: reflexões sobre a guerra de narrativas** – artigos acadêmicos / organização: Mariana Barbosa. Rio de Janeiro, 2019.
- BORGES, Sheila. **O repórter amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Recife: Editora Cepe, 2015.
- BORGES, Sheila. **Os impactos das novas mídias na comunicação** - artigos acadêmicos e relatos profissionais / organização: Sheila Borges. Recife, 2017.
- BRUNS, Axel. **Gatewatching: collaborative online news production**. Nova York: Peter Lang, 2005.
- CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Jornalismo para dispositivos móveis: produção, distribuição e consumo**. Livros Labcom, 2015.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Tradução Maria Luisa X. de A. Borges: revisão Paulo Vaz - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.
- CASTILHO, Carlos. **Apertem os cintos: estamos entrando na era da pós-verdade**, 2016. Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/apertem-os-cintos-estamos-entrando-na-era-da-pos-verdade/>. Acesso em: 15 ago. 2019.
- CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda e manipulação**. São Paulo. Editora WMF Martins Fontes, 2013.
- CENEDES, Eliana; MATOS, Helen Carla Santos. Atualidade de Paulo Freire na Formação docente: um combate a fake News. In: FREIRE, Paulo. **Em tempos de fake news** [livro eletrônico] : artigos e projetos de intervenção produzidos durante o curso da EaD Freiriana do Instituto Paulo Freire / Paulo Roberto Padilha, Janaina Abreu, organizadores. -- São Paulo: Instituto Paulo Freire, 2019.
- DALMONTE, Edson Fernando. **Narrativa jornalística e narrativas sociais: questões acerca da representação da realidade e regimes de visibilidade**. Artigo, s/d.
- D'ANCONA, Matthew. **Pós-Verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de Fake News**. Tradução Carlos Szlak. 1ª edição – Barueri: Faro Editorial, 2018.
- FREIRE, Paulo. **Pedagogia do oprimido**, 17ª. ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1987.
- GONTIJO, Silvana. **O Livro de Ouro da Comunicação**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2004.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.
- JOHNSON, Steve. **Cultura da interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Ed., 1997.

- KEEN, Andrew. **O Culto do Amador – como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.
- LEMOS, André. **Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2010.
- MACHADO, Elias. **O Jornalismo Digital em Base de Dados**. Florianópolis: Calandra, 2006.
- MACDONALD, Hector. **Verdade: 13 motivos para duvidar de tudo o que te dizem**. Tradução Flavio Chamis. 1ª edição – Rio de Janeiro: Objetiva, 2019.
- MACLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Tradução Décio Pignatari. Editora Cultrix – São Paulo, 1964.
- MINISTÉRIO, da Saúde. **12 mil dúvidas em um ano de combate às Fake News, 2019**. Disponível em: <http://saude.gov.br/noticias/agencia-saude/45719-12-mil-duvidas-em-um-ano-de-combate-as-fake-news>. Acesso em: 20 set. 2019.
- MIRANDA, Mozarth Dias de Almeida. **A influência da narrativa nos processos de produção em televisão digital**. Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo e novas formas de produção da informação”, do III Simpósio Nacional da ABCiber, 2009.
- MONTEIRO, Gilson. **Ecosistemas comunicacionais: os dispositivos móveis como extensão do corpo humano**. In: Org CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan. **Jornalismo para dispositivos móveis produção, distribuição e consumo**. Livros Laban, 2015.
- MORAIS, Fabiana; OLIVEIRA, Sheila Borges. Os fenômenos do “jornalismo cidadão” e da não-notícia no jornalismo contemporâneo. In: **XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Fortaleza, 2017**. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2017/resumos/R57-2009-1.pdf>. Acesso em: 20 set. 2019.
- OLSON, David R.; TORRANCE, Nancy. **Cultura escrita e oralidade**. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.
- PECSSEN, Thaisy. **Brasileiros acessaram fake news 4,8 milhões de vezes entre julho e setembro de 2018**, 2018. Disponível em: <https://www.psafec.com/blog/fake-news-no-brasil/>. Acesso em: 20 set. 2019.
- PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo - 3ª ed**. São Paulo: Contexto, 2017.
- PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. In: **XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação- Natal, RN, 2008**. Disponível em https://www.ufrgs.br/estudioderadio/wp-admin/textos/webradio_novos_generos.pdf. Acesso em: 10 mai. 2019.

PRENSKY, Marc. **Nativos Digitais, Imigrantes Digitais**, 2001. Disponível em: http://www.colegiongeracao.com.br/novageracao/2_intencoes/nativos.pdf. Acesso em: 5 fev. 2019.

RECUERO, Raquel. **A conversação em Rede. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

REDE GLOBO. **Globo lança campanha contra a divulgação de notícias falsas**. 2018. Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/novidades/noticia/globo-lanca-campanha-contra-a-divulgacao-de-noticias-falsas.ghtml>. Acesso em: 10 abr. 2019.

ROSLING, Hans, 1948-2017. **Factfulness – o hábito libertador de só ter opiniões baseadas em fatos** / Hans Rosling, Ola Rosling, Anna Ronnlund; tradução de Vitor Paolozzi. – 1ª ed. – Rio de Janeiro: Record, 2019.

SOARES, Magda. **Letramento: um tema em três gêneros** – 3 ed. – reimp – Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Volume 1. Florianópolis: Insular, 2ª ed, 2005.

ANEXO A

1- PROGRAMA EDENEVALDO ALVES – 1ª EDIÇÃO – RÁDIO PETROLINA FM
98,3

Apresentador âncora: Edenevaldo Alves.

Equipe e funções: Calian Lima operador; Ricardo Sousa apresentador e produção; Ivo da Hora repórter de rua.

Data de estréia: 06/02/1997.

Dias da semana e horário do programa: de segunda a sexta das 07 às 10 da manhã na primeira edição e segunda edição das 18 às 19 horas – o segunda edição tem 3 anos).

Quantos anos sem interrupção o programa está no ar? Entramos no ar em 1997 e em 2004 paramos por 9 meses, quando deixei a Emissora Rural e fiquei aguardando a Petrolina FM entrar no ar.

Redes Sociais na internet onde o programa está presente: Instagram; Facebook e Whatsapp.

Número de WhatsApp disponibilizado para os ouvintes: são dois números disponibilizados.

Importância do WhatsApp para produção de conteúdo do programa: hoje fundamental! Sem essa ferramenta fica quase que impossível conduzir o programa.

2- SUPER MANHÃ – RÁDIO JORNAL PETROLINA – 90,5 FM

Apresentador âncora: Waldiney Bezerra Passos.

Equipe e funções: Marco Aurélio – Coordenador de conteúdo; Thaise Rocha – Produtora e repórter; Brenna Souza – Produtora e repórter.

Data de estreia: 10/06/2013.

Dias da semana e horário do programa: Segunda a sábado das 7h00 às 10h00.

Quantos anos sem interrupção o programa está no ar? 7 anos.

Redes Sociais na internet onde o programa está presente: Facebook; Instagram e Whatsapp.

Número de WhatsApp disponibilizado para os ouvintes: 87 9 9115 0677.

Importância do WhatsApp para produção de conteúdo do programa: É uma importante plataforma, através das quais as denúncias e demandas.

3- NOSSA VOZ – RÁDIO GRANDE RIO FM PETROLINA

Apresentador(a) âncora: Néya Gonçalves e Karine Paixão

Equipe e funções: Neya - Apresentadora e Gerente jornalismo; Karine - Produção e Apresentação/ Reportagem externa; Iara - Produção

Data de estreia: julho 2005.

Dias da semana e horário do programa: Segunda a sexta-feira das 7h às 9h.

Quantos anos sem interrupção o programa está no ar? 15 anos.

Redes Sociais na internet onde o programa está presente: YouTube; Facebook; Instagram; Twitter; Whatsaap.

Número de WhatsApp disponibilizado para os ouvintes: 87- 9 8812 9742.

Importância do WhatsApp para produção de conteúdo do programa: ferramenta fundamental para agilidade de coleta e apuração das informações, factuais e de grande aproximação com o ouvinte, demandas da comunidade, também usada para recebimento de áudios e vídeos entrevistas e reclamações.

4- PROGRAMA DO GERALDO JOSÉ – TRANSRIO FM JUAZEIRO

Apresentador(a) âncora: Geraldo José

Equipe e funções: Geraldo José-Apresentador; Carla Pereira-Operadora de áudio.

Data de estreia: 6 de maio de 2013.

Dias da semana e horário do programa: Segunda a sexta-feira das 14h às 16h.

Quantos anos sem interrupção o programa está no ar? 7 anos.

Redes Sociais na internet onde o programa está presente: Não uso Instagram e nem Facebook. Só o *Whatsaap*. Já retransmitimos pelo blog, mas foi há uma dois anos. Agora só transmitimos pelo site da rádio Transrio.

Número de WhatsApp disponibilizado para os ouvintes: 74- 9 8806 1460.

Importância do WhatsApp para produção de conteúdo do programa: nesse período de pandemia o *Whatsapp* tem sido fundamental para o programa em razão da suspensão das entrevistas presenciais.

ANEXO B

