

## **Fake News: debate sobre a ética na produção de notícias diante do caso do “falso restaurante de Londres”<sup>1</sup>**

Júlia CALADO<sup>2</sup>

Monalice NOGUEIRA<sup>3</sup>

Paulo GIRALDI<sup>4</sup>

Universidade Federal do Amapá, Macapá, AP

### **RESUMO**

Neste artigo realizaremos uma análise sobre a reportagem transmitida pelo Programa Fantástico, em que trata um jornalista que criou um restaurante falso e conseguiu se destacar entre os melhores de Londres. O propósito do estudo é trazer respostas para o problema que tem atrapalhado a comunicação, na internet, na televisão e na rádio, as notícias falsas são artimanhas mentirosas usadas para chamar atenção do público para enganar e persuadir. A finalidade é demonstrar como as Fakes News estão presente na atualidade, e como ela afeta a sociedade. E ainda, expressar como é necessário exercer um bom jornalismo diante a sociedade através da produção jornalística com presença da ética, da objetividade e da imparcialidade. O objetivo do artigo é apresentar resultados sobre aspectos relevantes que explicam o envolvimento da mídia com essas transmissões de notícias falsas diante do método de produção jornalística e como papel do jornalista se torna importante nesse processo de informação.

**PALAVRAS-CHAVES:** Fake News, Ética, Jornalismo, Notícia, Mídia.

### **INTRODUÇÃO**

Atualmente com o avanço das tecnologias no âmbito jornalístico, houve uma abertura para que pessoas sem formação pudessem produzir conteúdo para jornais e sites, e isso fez com que acabasse surgindo lacunas para a produção de notícias falsas. Não é de hoje que escutamos o termo Fake News, de fato, durante diferentes épocas da história houveram vários casos de propagação de notícias falsas que trouxeram graves consequências principalmente na política. No ano de 2017 nas eleições presidenciais americana o termo voltou a ficar famoso, tendo uma grande facilidade de transmissão pelas redes sociais e sites de notícias.

A era digital pode ser entendida pela facilidade que os indivíduos possuem para expressar o que pensam de maneira ágil e rápido, atingindo um grande público em um pequeno espaço de tempo. Hoje no Brasil, as notícias chegam à praticamente todas as regiões, norte, sul, leste, oeste em poucos minutos. Com essa velocidade essas notícias acabaram se

<sup>1</sup> Trabalho apresentado a disciplina de Comunicação Comparada do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Amapá.

<sup>2</sup> Estudante de graduação do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: [julia.britoap@hotmail.com](mailto:julia.britoap@hotmail.com).

<sup>3</sup> Estudante de graduação do 3º. Semestre do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: [alicenogueira488@gmail.com](mailto:alicenogueira488@gmail.com).

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UNIFAP, email: [paulogiraldi2@gmail.com](mailto:paulogiraldi2@gmail.com).

perdendo na produção, possuindo características mais incompletas pelo simples poder de quem vai publicar o fato primeiro ou mais rápido.

No jornalismo a rapidez em propagar os acontecimentos diários acabou sendo afetado de forma negativa, o conteúdo jornalístico veio com uma grande corrupção na ética e na apuração das informações. Assim como todo profissional, o jornalista tem uma grande responsabilidade com o que é posto na mídia. A sociedade atualmente tem uma ideia de que todos podem ser tornar jornalista pelo simples fato de ter acesso a meios que lhe dão oportunidade de publicar o que acontece ao seu redor.

A motivação do estudo é apresentar fatos que comprovem que as Fakes News existem e que elas estão presentes em todo lugar, e que podem prejudicar milhões de pessoas com um único clique. E através disso, o intuito é abordar hipóteses que ajudem a entender e comprovar esse fato e ainda desenvolver questões em que o jornalista muitas vezes acaba se envolvendo ao expor de maneira errada ou incompleta um conteúdo, diante disso expor ideias de como o profissional pode melhorar.

O jornalismo não tem somente um dever com a verdade, ele também é responsável em saber como construir uma matéria jornalística, mediante aos conhecimentos teóricos seguindo com veracidade, credibilidade, ética e imparcialidade os fatos. Tendo como exemplo a análise da conduta do jornalista Oobah Butler teve ao criar a sua notícia falsa e ter conseguido enganar metade de Londres.

Dentro dessa realidade buscaremos analisar a reportagem transmitida pela emissora Rede Globo através do programa Fantástico, "Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres".

A rede de televisão Globo está no ar a desde 1965, anos após sua estreia foi criado o Programa Fantástico que tem como finalidade informar, denunciar e investigar questões sócias, sempre resultando uma grande audiência nas noites de domingo. Hoje sendo apresentado pelos jornalistas Poliana Abritta e Tadeu Schmidt.

O telejornal apresentou no dia 28 de janeiro de 2018 a reportagem que conta a história de Oobah Butler, um jornalista freelancer que estava atrás de uma renda extra, antes ganhava a vida fazendo avaliações de restaurantes para ganhar dinheiro, porém viu oportunidade de ganhar mais e ir mais longe então decidiu criar um restaurante.

Pouco tempo depois já estava entre os mais disputados e era quase impossível fazer reversas, e com isso acabou atraindo um grande público para seu restaurante, mas o que ninguém esperava era que a história não passava de uma farsa e por trás só existiam truques.

Pratos feitos com creme de barbear e grama e ainda tendo ajuda do photoshop para fazer com que os pratos ficassem mais atraentes para quem visse de longe.

O inglês descreve com clareza passo a passo de como conseguiu fazer com que seu restaurante falso ficasse tão famoso em pouco tempo sem precisar sair de casa, ele mesmo elaborou tudo desde a criação do nome do restaurante até mesmo a criação de perfis falsos para receber críticas positivas.

Com isso o presente artigo tem como objetivo apresentar aspectos que explique o envolvimento das Fakes News com a mídia, com o processo de produção jornalística, com os critérios de ética, imparcialidade e veracidade que todo jornalista deve ter para si, e atrelado a isso relatar como a sociedade é afetada por esses processos, e como o papel do jornalista é importante para estruturação da informação.

A metodologia desenvolvida para começar a pesquisa é dar noção sobre as Fakes News, trazendo a tona soluções tomadas pelos meios de comunicação para evitar esse tipo de problema. Seguindo, retratar a importância do jornalismo e do profissional no seu processo de produção de informação. Diante isso realizar a análise sobre a reportagem que vai ter como alvo o jornalista que produziu uma notícia falsa justificando através de autores e teorias.

## **1 A volta das Fake News**

O termo bastante usado chamado notícias falsas tem ganhado destaque em seu formato em inglês, Fake News. Esse tipo de informação consiste na transmissão descontrolada de desinformação via televisiva, rádio e principalmente nas redes sociais. O conteúdo falso é escrito e publicado com a intenção de enganar, de ter ganhos financeiros ou políticos, na maioria das vezes contendo manchetes sensacionalistas, distorcendo o texto para chamar a atenção.

O site observatório da imprensa descreveu as funções das Fake News:

De acordo com o jornal britânico The Telegraph, fake news são notícias falsas que podem existir por cinco motivos: com o intuito de enganar o leitor; como uma tomada acidental de partido que leva a uma mentira; com algum objetivo escondido do público, motivado por interesses; com a propagação acidental de fatos enganosos; ou com a intenção de fazer piada e gerar humor. (BRITO, 2017, INTERNET).

Estas notícias na maioria das vezes são criadas para aumentar o número de leitores, compartilhamento e taxas de clique na internet. O simples acesso online ajuda os produtores a terem um grande lucro em cima das Fake News. A quantidade de sites de notícias falsas que

são habitadas anonimamente vem crescendo, por isso torna-se complicado encontrar os autores dos conteúdos falsos.

As notícias falsas voltaram a ganhar destaque e se tornar algo fácil de ser visto no século XXI, com a eleição presidencial americana do ano de 2017 tendo como alvo principalmente os candidatos a presidência Donald Trump e Hillary Clinton.

Com ajuda das redes sociais essas notícias têm ganhado destaque bem rápido e em poucos minutos já alcança milhares de visualizações. Esses sites de notícias falsas se não são financiadas por motivos políticos, elas podem ser criadas e mantidas pela plataforma digital Google Ad Sense como indústria de cliques que são sites que ganham dinheiro baseados em cliques em propaganda, e para chamar a atenção são feitas publicações com manchetes chamativas ou situações falsas.

O fator primordial que ajuda os grandes números de compartilhamento é que geralmente são noticiais apelativas, ou que reforçam o ideal político ou social, resultando em muitos casos debates abertos na qual se tem total liberdade de falar o que pensa, causando brigas de ideais diferentes e provocando a intolerância a opiniões diversas.

O jornal Estadão publicou em sua matéria feita no dia 17 de setembro de 2017 uma pesquisa realizada pela Universidade de São Paulo que mais de 12 milhões de pessoas difundem notícias falsas sobre política no Brasil.

Se considerada a média de 200 seguidores por usuário, o alcance pode chegar a praticamente toda a população brasileira. O dado é resultado de um monitoramento com 500 páginas digitais de conteúdo político falso ou distorcido no mês de junho. (MARTINS, 2017, INTERNET).

E ainda podendo ocorrer de compartilhar sem mesmo verificar se a notícia é verdadeira, assim tendo um alto número de visualizações. Hoje em dia a preocupação em ler a verdade não é mais a mesma, pelo fato de estar tão próximo e de tão fácil acesso as pessoas acabam acreditando que tudo o que está ao redor dela é verdadeiro.

Outro fato visível sobre as interações nas redes sociais é o que diz respeito a teoria do espiral do silêncio, em que as pessoas acabam ficando em silêncio como anseio de expressar o que acredita com medo de ser excluída do seu grupo social. O livro teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências cita Elizabeth Noelle-Neumann se referindo à teoria:

O ponto central de toda sua hipótese é a capacidade que ela reconhece nas pessoas de perceberem o que é por ela é denominado de clima de opinião, independentemente do que as pessoas sintam. Assim, ao perceberem – ou imaginarem – que a maioria das pessoas pensa diferente delas, essas pessoas acabam, num primeiro momento, por se calarem e, posteriormente, a

adaptarem, ainda que muitas vezes apenas verbalmente, suas opiniões às dos que elas imaginam ser a maioria. Em consequência, aquela opinião que, talvez de início, não fosse efetivamente a maioria, acaba por torna-se a opinião majoritária, na medida em que se expressa num crescente movimento de verbalização, angariando prestígio e alcançando a adesão dos indecisos. (NEUMANN, 1984 apud HOHLFELDT, MARTINO, FRANÇA, 2010. pp. 230-231).

A fiscalização para banir as notícias falsas está conseguindo alcançar muitas pessoas e até mesmas empresas que trabalham no ramo de comunicação. Instituições como Facebook, uma rede social muito influente e a empresa Google que é o principal meio de pesquisa do mundo todo são os principais alvos para a disseminação de Fake News. Elas se preocupam com essa produção descontrolada de informação falsa e já estão procurando meios para solucionar esse problema que vem causando muitos danos à sociedade.

Essa preocupação surge pelo principal motivo, os casos que tem ganhado destaque e ficado em primeiro lugar nos assuntos mais comentados da internet são falsos. Por isso as empresas como Google e Facebook estão sendo bastante citadas por não tomar nenhuma providência sobre esses fatos.

O jornal O globo publicou uma matéria em que as empresas se pronunciaram, justificando que não pretende retirar as notícias falsas mais sim fazer com que ela não apareça no topo da lista de busca. E ainda comentaram sobre a forma que estão procurando para ajudar as pessoas a identificar ou até mesmo excluir notícias que transpareça que são falsas. A holding Alphabet está realizando uma mudança em seus algoritmos para evitar que conteúdos ofensivos ou falsos não tenham visibilidade.

## **2 Jornalismo e Ética**

Para Kunczik (2002 apud Koszyk e Pruys, 1976, p. 146) define “[...] o jornalismo é considerado a profissão principal ou suplementar das pessoas que reúnem, detectam, avaliam e difundem as notícias; ou que comentam os fatos do momento.” A partir disso o jornalismo acontece todos os dias, informando sobre o que está acontecendo no país e no mundo, sempre tentando manter a veracidade e a imparcialidade.

O jornalismo vem se tornando muito importante, a cada dia a verdade está escassa no meio de tantas mentiras, essa é a oportunidade da profissão se destacar na publicação de notícias verdadeiras para mostrar ao seu público que o verdadeiro trabalho jornalístico ainda existe e ainda é vigente nos meios de comunicação. Luiz Beltrão em seu livro “Iniciação à filosofia do Jornalismo” fala sobre a função do jornalismo e o que ele deve oferecer a

sociedade “Todo êsse trabalho tem, evidentemente, uma função educativa, visando esclarecer a opinião pública para que sinta e aja com discernimento, buscando o progresso, a paz e a ordem da comunidade.” (BELTRÃO, 1960, p. 36).

A formação e a postura de um jornalista nessa onda de inverdades com certeza se tornam muito importante. Uma matéria publicada no site Observatório da imprensa conversou com a repórter da Rede Globo Eliane Scardovelli que afirmou “[...] o bom jornalismo que é o que vai atrás, que checa, e que não é declaratório, o jornalismo que comprova com dados e com fatos o que está acontecendo, é o jornalismo que ganha importância frente a essa onda Fake News”. (BRITO, 2017, INTERNET).

Os jornalistas sempre tiveram um papel muito importante dentro da sociedade que é não só informar, mas produzir conteúdo que apresentem verdade, sentidos, precisão, humanização e até mesmo cuidado no que for retratar para que o receptor possa ler e ter a possibilidade de refletir sobre os assuntos e interpretar.

Hoje um dos grandes problemas dentro da sociedade que afeta tanto os jornalistas como também os receptores é o querer tudo de forma imediata. Miranda, Schaefer e Medeiros (2012) relataram uma investigação realizada pela Jornalista Heloiza Herscovitz que tinha como intuito ter conhecimento dos valores profissionais no trabalho jornalístico, para saber como os jornalistas recebem e publicam conteúdos para o público. A jornalista obteve os resultados “(o teste resultou em três funções: disseminadora, interpretativa/investigativa e adversária)”:

[...] 77.6% dos participantes do estudo privilegiam a função disseminadora (levar informação rápida ao público e concentrar-se nas notícias de interesse da maioria do público); 66.2% defendem a função interpretativa/investigativa (investigar demandas do governo, oferecer análises e interpretações, desenvolver o interesse intelectual e cultural do público e oferecer entretenimento); e 47.2% são a favor de uma postura adversária (fazer o papel de adversário do poder público e desconsiderar histórias cujo conteúdo factual não possa ser provado). (MIRANDA, SCHAEFER, MEDEIROS 2012 apud HERSCOVITZ 2000, p.81).

A Ética precisa ser presente em toda a profissão, no jornalismo mais ainda por estar ligado diretamente na produção de informação para a população, e é direto de todo cidadão ter acesso à informação. De acordo com o código de ética dos jornalistas no capítulo II, art. 4º “O compromisso fundamental do jornalista é com a verdade no relato dos fatos, razão pela qual ele deve pautar seu trabalho pela precisa apuração e pela sua correta divulgação.” (BRASIL,

pg. 01. 2017). Dessa forma é explícito que ele precisa sempre trabalhar com a veracidade para levar até o leitor um conteúdo de qualidade.

E ainda no capítulo II Art. 7º, na qual retrata sobre o que o jornalista não pode fazer: II- “submeter-se a diretrizes contrárias a precisa apuração dos acontecimentos e à correta divulgação da informação.” (BRASIL, pg. 02. 2017). Como o próprio código de ética explica o jornalista não pode alterar, nem manipular informações, isso vai totalmente contra do que sua profissão promete a aqueles que buscam a informação.

Com todas as situações recentes é perceptível que se torna bastante prejudicial o profissionalismo da imprensa, já que são os jornalistas que cobrem as notícias verdadeiras. Muitos procuram uma forma eficaz para não cair mais em ciladas, mas a única maneira é estar atento e procurar outras formas de informação.

A importância de um bom jornalismo com forte controle dentro dos campos narrativos e explicativo que podemos chamar de jornalismo “literário” acaba a sendo afetado de forma negativa dentro dessa sociedade onde é mais importante o “ter” de forma rápida e incompleta do que o “ser” produzindo algo mais completo.

“Objetividade, imparcialidade e verdade na narração dos fatos constituem os pilares dos valores éticos exigidos para o jornalista durante o exercício profissional.” (SANTOS, 2014, p. 5).

### **3 Análise da reportagem**

A reportagem “Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres” que retrata Oobah Butle e seu restaurante falso ganhou bastante repercussão em outros países e enquanto no Brasil a cobertura jornalística foi bem fraca. Ninguém se atentou aos detalhes apresentados, ser jornalista, produzir uma notícia falsa são exemplos importantes. A imprensa se focou somente em noticiar no que o jornalista conseguiu através do público e não o que ele fez realmente.

No Brasil poucos veículos de comunicação deram atenção ao fato, apenas alguns jornais web relataram o caso e a única emissora que transmitiu pela tv foi a Globo. Então nem todos os meios de comunicação se preocuparam em noticiar o fato em que envolvia o jornalista.

A sociedade ou metade dela não se preocupa com a questão que envolve as notícias falsas e nem o que o jornalista Oobah fez para chegar aonde chegou. Atualmente as pessoas não procuram pela verdade, esperam que as verdades cheguem até ela, pelo fato da internet oferecer rapidez e agilidade nas informações.

O caso do jornalista e o que ele fez remete muito a isso, pela falta de interesse do público na procura da verdade muitos caíram na Fake News. O caso de Oobah não passou de mais um em meio de tantos, e o mais incrível que pareça às pessoas não acharam tão ruim, acharam ele esperto em ter conseguido enganar tantas pessoas em tão pouco tempo, e ainda conseguir visualização e dinheiro em cima disso.

E o que explica isso foi a repercussão que o jornalista ganhou após ter admitido a farsa, em momento nenhum foi chamado atenção ou ganhou processos por ter rompido o código de ética e a postura que um jornalista deve ter.

A matéria transmitida pelo programa Fantástico da rede Globo no dia 28 de janeiro de 2018 trouxe o caso de Oobah Butle, um jovem inglês que criou um restaurante falso e conseguiu destaque no topo da lista dos melhores de Londres. Durante a reportagem apresentada pelo jornalista Pedro Vedova é explícito pelo tom da matéria que a brincadeira produzida só chegou ao topo por falta de atenção das pessoas em relação ao hábito de acreditar em tudo que está na internet sem o interesse de procurar checar as informações.

Dentro dessa transmissão podemos destacar pontos importantes estabelecido tanto pelo jornalista como pelo falso chef. O site em que foi publicado o restaurante foi TripAdvisor um dos mais famosos do mundo. O site afirma ter detector para falsas mensagens e estabelecimentos, porém é visível ver que esse sistema pode ser burlado. É importante ressaltar o quanto foi rápido como o restaurante chegou no rank dos melhores de Londres, e como se tornou tão desejado por tantas pessoas.

Durante a matéria Oobah conta como conseguiu manipular e afastar o público da verdade, a cada ligação para fazer a tão esperada reserva no restaurante o falso chef usava sempre a mesma desculpa “Estamos lotado! Só temos reserva para daqui a semanas, ou meses.” Tanto em relação à estrutura do local como o acontecimento de forma geral fizeram muitas pessoas se questionarem sobre como é que tanta gente acreditou nisso.

O professor na Universidade Paris-Nord e diretor fundador do Centro de Análise de Pesquisa Patrick Charaudeau trata em seu livro “O Discurso da Mídia” (2006) sobre a mídia como uma instância de poder, o autor afirma que a mídia tem um forte poder manipulação sobre o indivíduo e que ela engana tanto as pessoas que a utilizam como si mesma. O autor também fala em seu livro sobre as diferentes interpretações que uma notícia pode ter.

Na reportagem apresentada podem ser identificados diferentes pontos de vista e interpretações por parte das pessoas que caíram nessa fake News. Algumas pessoas ficaram indignadas por não haver punição para o jornalista. Ainda podemos aplicar dentro dessa



situação a teoria da agulha hipodérmica que está presente de forma muito intensa no nosso meio, de uma forma até mais velada, porém ainda afeta um grande número de pessoas.

As Fakes News tem um efeito de agulha hipodérmica, mesmo que uma grande parte da sociedade não acredite, existe também um percentual enorme de pessoas que levam a sério o que se é colocado na internet. A teoria bate em cima do senso comum, ou seja, o falso chef estimulou todos a compartilharem sobre o seu “restaurante”. E foi tudo bem sucedido até a quebra dessa agulha através de exceções, fazendo com que pessoas reagissem de forma diferente e também pela chegada da verdade.

E ainda é perceptível notar que o texto está presente no modo narrativo e descritivo, e a entrevista com Oobah Butle existente dentro da reportagem acaba sendo informativa pelo fato de estar informando o que ele fez para o público que não tinha ciência do caso e ilustrativa por retratar a história do jornalista desde início e ainda mostrando passo a passo como foi realizada a farsa do restaurante.

Um dos reverenciados filósofos da atualidade Byung Chul-han trabalha em suas obras sobre as ameaças dos indivíduos na atualidade moderna. Em um dos seus trabalhos “A sociedade da transparência” o autor aborda no seu primeiro capítulo um tema bem interessante, o que é negativo e o que é o positivo dentro da sociedade.

O autor acredita que a sociedade em que vivemos o negativo é tudo aquilo que é ruim, e o positivo o que é bom. Logo, se colocarmos em prática dentro da reportagem abordada pelo Fantástico a Fake News é vista como algo negativo. Porém o Chul-han nos faz entender que o negativo e positivo andam juntos e que há uma desconstrução da negatividade para a positividade.

“Assim a sociedade da negatividade dá espaço a uma sociedade a qual vai se desconstruindo cada vez mais a negatividade em favor da positividade. Portanto, a sociedade da transparência vai se tornando uma sociedade positiva.” (CHUL HAN, 2017, p.07).

Nesse caso a criação do falso restaurante provocou uma negatividade dentro desse meio social, pessoas que acreditaram e compartilharam a mentira. Depois que Oobah publicou o que realmente aconteceu, o programa Fantástico viu isso como uma porta para a positividade. A forma de transparecer total positividade em relação ao acontecimento foi analisar o lado bom, mostrando o passo a passo de como o jornalista conseguiu fazer o que fez, e também ensinado como não cair em Fakes News.

Ao final da reportagem o repórter Pedro apresentou o ocorrido de maneira mais descontraída como uma forma de alerta para não se acreditar em tudo o que publicam na

internet. Como Instância de poder o programa listou como detectar notícias falsas dentro desse meio midiático que está tão presente no cotidiano.

### **3.1 Critérios de noticiabilidade e valor-notícia**

O processo para determinar o que é notícia é atribuído na utilização de conceitos como noticiabilidade e valor-notícia, que servem para ajudar o jornalista na produção textual de um conteúdo jornalístico. Diariamente acontecem milhões de fatos e só alguns são transformados em notícias para ser levado até a sociedade.

Pelo fato de critérios de noticiabilidade e valores-notícia estarem relacionados no processo de produção jornalística, é preciso saber a diferença entre eles. Silva, Belochio (2013 apud MOREIRA, 2006, p. 38) definem “os valores de seleção podem ser analisados em um corpus de notícias publicadas, pois se referem mais às características que tem ou deve ter uma notícia, entendida como um relato publicado”. Isto é, os valores-notícia são ligados ao conteúdo.

Mauro Wolf retrata os valores-notícias como:

Os jornalistas têm à sua disposição dados e pesquisas sobre a composição, os hábitos e as capacidades do público a quem se dirigem, mas o conjunto desses conhecimentos não parece, de facto, incidir muito nos procedimentos produtivos nem ser muito apreciado. Os dados considerados mais significativos relacionam-se, provavelmente, com a compreensão, com a capacidade do público de fazer frente às dificuldades em compreender os termos usados nos noticiários: isso reforça, efectivamente, não só a necessidade de se ser claro e simples, mas também a imagem de pedagogo e de tutor que se atribui à profissão, o que representa, portanto, uma reafirmação da sua utilidade social. (WOLF, 2003, pg. 109).

Já “os critérios de noticiabilidade tendem a ser usados quando querem fazer referência não só aos fatos como também às circunstâncias em que eles são percebidos e selecionados, envolvendo qualquer elemento que possa influenciar a veiculação de uma notícia” (SILVA, BELOCHIO 2013 apud MOREIRA, 2006, p. 38).

Para Oliveira, Saar, Sheibe (2013), os critérios de noticiabilidade podem variar de acordo com o autor, por exemplo, Mário Elorbato, Nilson Lage, Mauro Wolf, Manuel Chaparro desenvolveram seus critérios, porém existem núcleos comuns entre eles, como: atualidade, interesse coletivo, ineditismo, desenvolvimento da notícia, proximidade, e interesses pessoais. Que serão descritos a seguir.

Atualidade está ligada muito ao tempo, pelo fato da mídia procurar noticiar fatos que aconteceram no mesmo dia, mas isso não quer dizer que não iram noticiar fatos antigos, eles podem desenvolver novos desdobramentos.

Interesse coletivo é a importância de existir o interesse por parte do público. Os valores-notícia são responsáveis pelo conteúdo da mensagem que irá ser transmitido, então é ele o responsável em encontrar notícias que serão relevantes diante o público.

Ineditismo diz a respeito de informações que contenha novidade, que são novas e que nenhum veículo jornalístico teve acesso ou publicou. Isso irá despertar a curiosidade nos leitores, fazendo com que procurem pelas informações completas.

Desenvolvimento da notícia acontece normalmente quando se trata de acontecimentos impactantes, que consegue se tornar assuntos debatidos dentro da sociedade, e com aparecimentos de novos episódios, a história acaba ganhando continuidade.

Proximidade citada faz jus às notícias locais de um determinado lugar, é quando as pessoas procuram saber o que está acontecendo ao seu redor, porém ainda existem assuntos que são relevantes para todos de forma global, como por exemplo: política, crises, etc... Que são transmitidos de um veículo jornalístico.

Interesses pessoais são considerados quando existe uma abundância de informações que está envolvendo pessoas conhecidas diante da sociedade. Acredita-se que quando notícias englobam famosas elas ganham muito mais destaque, fazendo com que tenha uma grande repercussão.

A reportagem apresentada pelo programa fantástico retrata um assunto que está muito em alta nos dias de hoje que são as chamadas Fakes News. Fazendo uma análise sobre a os critérios de noticiabilidades e valores-noticias presentes é possível observar alguns detalhes importantes que fez com que a história do jornalista Oobah Butle se tornasse uma notícia.

Para começar é possível observar alguns valores-notícias que tornou plausível ser considerado de notícia. O primeiro valor é a simplificação, pelo fato de ser um acontecimento simples de ser explicado para o público. O segundo é por ser um assunto relevante, que demonstra como as fakes News podem enganar de forma muito real. O terceiro valor se da pela consonância por ser inserir em um contexto já conhecido pelo público, que são as notícias falsas, então o caso só foi mais um, porém um caso surpreendente.

Os critérios de noticiabilidade da notícia se implicam nos fatos das circunstâncias que foram percebidas. Neste caso os critérios apresentados foram atualidade por ser um tema que está se destacando bastante no atual contexto social que estamos vivendo. O ineditismo por ser uma história que nunca aconteceu antes, o principal personagem é um jornalista e foi o mesmo que criou a notícia o que não é visto todos os dias. E o interesse coletivo por se tratar de um assunto em que o publico tem interesse de saber como o jornalista realizou tudo sem ser desmascarado.

### **3.2 Papel da mídia**

A mídia tem como principal função a informação, ou seja, transmitir para a maioria o que ocorre no mundo inteiro. Esse meio de comunicação tem um forte poder sobre a massa para construir debates, discursões e conflitos de ideias. Com isso o dever da mídia tanto para jornalista como para toda a sociedade é formar pessoas com senso crítico, cidadãos conscientes em relação ao que acontece ao seu redor.

Dentro dessa formação midiática é possível encontrar com grande força a teoria da agenda setting. Teoria criada a partir das eleições que ocorreram nos Estados Unidos da América para presidente em 1968, na qual o objetivo era mostrar como a mídia tem o poder de agendar o que vai ser falado pela sociedade, fazendo essa escolha sobre o que é mais importante a ser mencionado naquele momento.

“Enquanto muitos temas competem pela atenção do público, somente alguns são bem-sucedidos em conquistá-lo, e os veículos noticiosos exercem influência significativa sobre nossas percepções sobre quais os assuntos mais importantes.” (MCCOMBS, 2004, p. 19).

A teoria é muito vista dentro do papel da mídia, todos os dias são colocados nos meios de comunicação temas que acabam sendo abordados pela maioria durante dias. Tudo que se é conversado dentro de casa, na rua, no trabalho, na escola ou qualquer outro lugar acaba girando em torno do que se está presente na mídia. É possível perceber que com isso a opinião pública acaba não sendo totalmente livre, pois ela sempre é pautada no que está sendo valorizado por todos e guiado pela mídia.

Quando falamos de sociedade podemos logo relacionar com pluralidade de vozes, hoje com toda essa facilidade tecnológica é muita fácil ser ouvido, o mundo tem a capacidade de fazer com que seus ideais e pensamentos sejam ouvidos e atendidos. A matéria apresentada sobre o falso restaurante mostra que a sociedade teve grande culpa no que aconteceu, como consumidores temos um forte poder de escolha e controle. Muitas vezes as Fake News só são propagadas de maneira exorbitante pelo fato da massa compartilhar e acreditar, sem dar a atenção devida.

Dentro da matéria apresentada no programa Fantástico a mídia teve a função de informar a sociedade sobre como as Fake News tem ganhado força na modernidade. Com o caso apresentado sobre o falso restaurante, o jornalista Pedro Vedova coloca de forma transparente como o jornalista atingiu as pessoas com sua criação e de certa forma dando oportunidade para ouvir as pessoas que foram afetadas. Mostrando de maneira esclarecedora toda uma situação que está presente em nosso cotidiano e como podemos evitá-la.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em vista do que foi abordado durante o artigo, as Fakes News estão bem longe de ter um fim, apesar de estarem a procura de soluções para o problema o jornalismo como principal profissão de produtor de conteúdo sobrevive a cada dia tentando passar para o público a verdadeira informação. É necessário que a sociedade como um todo se aposses dessa postura de se interessar pela verdade, procurando checar toda notícia que pareça muito exagerada.

Com a modernidade os receptores passaram a parar de só receber informação agora eles são também são uma fonte de produção de conteúdo, por isso existe um grande fluxo de informação. Com isso todos podem relatar um fato e publicá-lo nas redes e disso temos muitos exemplos, mas ainda existem alguns casos que não acabaram muito bem pela má apuração. O processo de produção de notícias como foi visto passa por uma série de conceitos para determinar se o acontecimento pode virar ou não notícia.

O jornalista hoje tem uma função muito importante, além da apuração e da transmissão, ele precisa através do seu texto passar de forma ética, objetiva e imparcial a oportunidade do leitor formar sua própria opinião. Como foi apontada, a mídia detém muitas atribuições com o seu público e uma delas seria a formação de um senso crítico perante aquilo que está sendo consumido.

Hoje com a falta de desinformação das pessoas diante da própria comunicação com meios, seja televisão, rádio e a internet é preciso que haja uma reeducação por parte do público ou até mesmo da geração atual que serão os próximos a consumir de forma direta as informações. Para resultar de forma positiva a interpretação e a procura pela verdade perante as mentiras.

Após esclarecer a análise da reportagem do jornalista que criou um restaurante falso e colocou na lista dos melhores de Londres encontramos lacunas para obter as respostas dos questionamentos apresentados, como por exemplo, porque o público não procura se informar de forma correta? Ou até mesmo porque compartilhamos notícias sem saber se é verdadeira? E ainda não compreendendo a falta de punição para o falso chef, que ao contrário de ser rejeitado pela quantidade de pessoas que caíram na mentira foi visto como um gênio que conseguiu enganar muitas pessoas.

Concluimos então que quando vemos uma notícia falsa dentro das mídias jogamos toda a culpa em cima do produtor, mas devíamos primeiramente possuir um senso crítico e analisar. E é preciso que fique o questionamento, onde está o erro? No produtor da notícia ou no receptor?

## Referências

BELTRÃO, L. **Iniciação à filosofia do jornalismo**. Livraria Agir Editora: Rio de Janeiro, 1960.

CHARADEAU, Patrick. **Discursos das mídias**. São Paulo. Editora Contexto. 2006.

CHUL HAN, Byung. **A sociedade da transparência**. Lisboa. Editora Vozes. 2017.

**Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. 2007. Disponível em: <[http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo\\_de\\_etica\\_dos\\_jornalistas\\_brasileiros.pdf](http://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2014/06/04-codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf)>. Acesso em: 26 de abril. 2018.

ESTADÃO. **Na web, 12 milhões difundem fake news políticas Grupo da USP monitor**. 2017. Disponível: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,na-web-12-milhoes-difundem-fake-news-politicas,70002004235>>. Acesso em: 24 de abril de 2018.

G1. **Jornalista põe restaurante falso no topo da lista dos melhores de Londres**. 2018. Disponível em: <<http://g1.globo.com/fantastico/noticia/2018/01/jornalista-poe-restaurante-falso-no-topo-da-lista-dos-melhores-de-londres.html>>. Acesso em: 02 de abril de 2018.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo: norte e sul-Manual de Comunicação**. Edusp, 2001.

MCCOMBS, M. **A teoria da agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis: Vozes, 2004.

MIRANDA, Clarissa; SCHAEFER, Ricardo; MEDEIROS, Vicente. **A função do jornalismo ao longo da história e as contribuições da visão humanista segundo a abordagem ontopsicológica para atividade jornalística contemporânea**. 2012. Disponível em:<[http://www.ontopsicologia.org.br/\\_arquivos/gthistoriadjornalismo\\_clarissamiranda\\_ricardoschaefer\\_vicentemedeiros.pdf](http://www.ontopsicologia.org.br/_arquivos/gthistoriadjornalismo_clarissamiranda_ricardoschaefer_vicentemedeiros.pdf)>. Acesso em: 20 de junho de 2018.

OLIVEIRA, Ivan; SAAR, Cláudia; SHEIBE, Roberta. **Introdução ao jornalismo**. Macapá. Idealle editora. 2013.

Observatório da imprensa. **O impacto das Fake News no dia a dia do jornalismo**. 2017. Disponível: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/pos-verdade/o-impacto-das-fake-news-no-dia-dia-do-jornalismo/>>. Acesso em: 24 de abril de 2018.

O globo. **Google muda algoritmo de buscas para ‘esconder’ notícias falsas**. 2017. Disponível: <<https://oglobo.globo.com/economia/google-muda-algoritmo-de-buscas-para-esconder-noticias-falsas-21255651>>. Acesso em: 25 de abril 2018.

Jornalismo do Século XXI.

SANTOS, Raissa Nascimento. **Profissão, Identidade, Papel Social, Desafios Contemporâneos.** 2014. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2014/resumos/R42-0360-1.pdf>>. Acesso em: 19 de maio de 2018.

SILVA, Sofia; BELOCHIO, Vivian. **Jornalismo e a apropriação dos sites de redes sociais: primeiras reflexões sobre as implicações nos critérios de noticiabilidade.** 2013. Disponível em: <[http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity\\_forms/1997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Sofia\\_Silva.pdf](http://coral.ufsm.br/sipecom/2013/wp-content/uploads/gravity_forms/1997169d8a192ed05af1de5bcf3ac7daa/2013/09/Sofia_Silva.pdf)>. Acesso em: 25 de maio de 2018.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 8°. ed. Lisboa: Presença, 2006.